

Adaptar la identidad corporativa al entorno digital: el ejemplo de la Cámara de Comptos de Navarra

Anne Martiarena Gamio

Periodista

Cámara de Comptos de Navarra/Nafarroako Kontuen Ganbera

Revista Auditoría Pública nº 83

junio 2024. Páginas: 107-111

El logotipo es el mayor elemento representativo que tiene una institución o una empresa. No es un mero diseño, es una carta de presentación. Un buen logotipo es capaz de transmitir los valores y la esencia de una entidad. Dar vida y humanizarla.

La Cámara de Comptos de Navarra es el tribunal de cuentas más antiguo del Estado. Fue creada por el rey Carlos II el 18 de febrero de 1365, cuando Navarra atravesaba una delicada situación financiera como consecuencia de sucesivos episodios bélicos con sus reinos vecinos. Fue abolida en 1836 y restablecida 140 años después, en 1980, ya en democracia.

La voluntad de la Cámara de Comptos siempre ha sido no perder el tren de los tiempos, adaptarse a las tendencias del mercado para ser más accesible. De ahí que la institución haya decidido actualizar su logotipo vigente. Un símbolo histórico que ha quedado obsoleto por la supremacía de los entornos digitales y sus exigencias.

En las siguientes líneas repasaremos la evolución de nuestra imagen en los últimos cuarenta años. Nuestro ejemplo quizás pueda servir a alguna otra institución que quiera mejorar su marca y adaptarla a la realidad digital.

1982: un dragón que da mucho miedo.

En estas cuatro décadas desde su restauración, la Cámara de Comptos ha tenido dos identidades visuales. La primera es de 1982. Es una imagen extraída de los Registros de Comptos que se encuentran en el Archivo General de Navarra. Se trata de una colección de libros desde el siglo XIII hasta la desaparición de la institución en el siglo XIX. Contienen una riqueza simbólica dado que nos introducen en un mundo de seres fantásticos de estilo gótico. En concreto, la imagen elegida es una letra capitular que representa la figura de un dragón, a la que se añadió la denominación de la institución en su interior, con un estilo de letra antiguo.

La Cámara de Comptos utilizó esta imagen en las portadas de los informes y resto de soportes hasta 1994.



A pesar de su valor histórico, la elección no fue muy acertada. Está bien reivindicar la historia de la Cámara de Comptos, aunque con una imagen así nos quedamos en el pasado. Además, el dragón de la imagen da bastante miedo. Teniendo en cuenta que las administraciones navarras no estaban acostumbradas al control, quizá hubiera sido mejor apostar por una marca más amable. No era una carta de presentación que destacara el carácter positivo del control, sino más bien una amenaza en toda regla al receptor de nuestros informes.

1994: nueva imagen dentro de una estrategia global de comunicación.

En 1994, la Cámara de Comptos diseñó su estrategia de comunicación que, lógicamente, también incluía nuestra marca. Dicha estrategia puso especialmente el acento en los medios de comunicación existentes: prensa, radio y televisión. Se trataba de contar con ellos como intermediarios para trasladar a la sociedad nuestra labor.

Y es que cuando la institución elaboró su estrategia no existía internet, no sabíamos lo que era una página web y nadie leía periódicos digitales. Por supuesto, tampoco habíamos oído hablar de las redes sociales. Los medios de comunicación tradicionales tenían el monopolio de la información. Y los gabinetes de comunicación de las instituciones dependían de ellos para trasladar su mensaje a la ciudadanía.

En ese contexto se estrenó la segunda identidad visual de la Cámara de Comptos, que se ha mantenido hasta 2024. Una imagen basada en un sello de cera encontrado en un libro de Comptos del siglo XIV. Se trata de sellos de placa que se imprimían en los documentos

sobre lacre. Las distintas versiones tienen en común que el escudo de Navarra figura en el centro rodeado de motivos vegetales y de la leyenda "Sigillum Camere Comptorum".



Un sello de placa que remarca el valor histórico de la Cámara de Comptos y al mismo tiempo, mira al futuro con una tipografía más moderna. También se incluyó la denominación de la institución en euskera para respetar el carácter bilingüe de nuestra comunidad.



CÁMARA DE
COMPTOS DE
NAVARRA
NAFARROAKO
KONTUEN
GANBERA

Renovarse o morir

A pesar de haber aportado mucho durante estos 30 años, en la era digital esta identidad ya no funcionaba bien. No respondía a las exigencias de buscadores, sitios web, avatares de redes sociales o correos electrónicos, y presentaba dificultades para su reproducción en un buen número de soportes y situaciones.

Está claro que los medios tradicionales han perdido aquel monopolio. La página web es un escaparate fundamental para cualquier empresa o institución. Se han multiplicado los medios de todo tipo y los digitales cobran mucho protagonismo. En cuanto a las redes sociales, son la Ágora de la antigua Grecia, ahí se congrega la ciudadanía para discutir y polemizar, por lo que el nuevo logo debía adaptarse a sus requisitos.

La Cámara de Comptos recurrió a una empresa de comunicación para replantear nuestra marca. Javier Errea, su responsable, nos planteó renunciar a la tridimensionalidad óptica del símbolo y simplificarlo. Para ello, redibujó el escudo central, así como sus motivos florales y la inscripción circundante. Además, ha creado un contorno exterior regular, renovando la paleta de colores que cuenta ahora con un rojo más luminoso y un dorado protagonista.



En cuanto a la tipografía, el bilingüismo no se diferencia visualmente. Se prescinde del uso de una trama para diferencias ambos idiomas.

Con esta nueva versión, ya no hace falta tener una simplificada del logotipo, como hasta la fecha. La simplificación de la versión principal permite evitarla. Las variantes, como se ve, permiten adaptar el logo a los diferentes soportes con el texto en diferentes posiciones.



CÁMARA
DE COMPTOS
DE NAVARRA
NAFARROAKO
KONTUEN
GANBERA



CÁMARA
DE COMPTOS
DE NAVARRA
NAFARROAKO
KONTUEN
GANBERA

CÁMARA DE
COMPTOS DE
NAVARRA



NAFARROAKO
KONTUEN
GANBERA

La institución también cuenta con un avatar –la versión digital del escudo– para suplir problemas de visibilidad en soportes digitales minúsculos.

Para la composición de este avatar, solo se conserva el contorno exterior y el espacio interior pasa a ocuparlo una letra N en blanco sobre rojo. A partir de ahora, el contorno del símbolo se convertirá en elemento visual principal de portadas de informes o presentaciones.



Las redes sociales como escaparate.

La nueva identidad visual de la Cámara de Comptos de Navarra mantiene los valores de la propuesta de 1994, con lo que se asegura su reconocimiento, pero se somete a una imprescindible simplificación con el fin de actualizar todos los soportes de comunicación de la institución.

Cabe recalcar que la Cámara de Comptos está presente en tres redes sociales: Twitter, Instagram y LinkedIn. Los distintos perfiles contienen vídeos didácticos, imágenes históricas, infografías de visualización de datos, gráficos comparativos, comparecencias parlamentarias, etc.

Como es lógico al tratarse de una institución como la nuestra, sabemos que no batiremos ningún récord en cuanto a número de seguidores. Pero lo importante es llegar a gente interesada en nuestra labor, hacer de esta red social un canal más que nos acercara a la ciudadanía. Convertirla en un aliado, en un medio más desde el que trabajar la comunicación. Así ha sido. Actualmente tenemos más de 700 seguidores en Twitter, más de 100 en Instagram y 700 contactos en LinkedIn. Nuestra experiencia dice que las redes sociales suman, son una oportunidad más y una muestra de aper-

tura a la sociedad, especialmente a las generaciones más jóvenes. Por lo tanto, nos parece imprescindible dotar de personalidad, flexibilidad funcional y coherencia la imagen de nuestra entidad.

La adaptación de la marca de la Cámara de Comptos coincide con otro importante reto: un nuevo diseño de los informes. El anterior también databa de 1995, cuando únicamente se leían en papel y ni siquiera teníamos página web.

Esperemos que la renovada marca y el nuevo diseño de los informes contribuyan a transmitir mejor nuestro mensaje, a llegar más y mejor a la ciudadanía.

Bibliografía

- Erbiti Zabaltza, Fermin. Reflexiones en torno a la comunicación en las instituciones de control, Revista Auditoría Pública nº75.
- Bega Comunicación. Manual de Normas de la Imagen Corporativa de la Cámara de Comptos de Navarra.
- Errea, Javier. Los entornos digitales definen la nueva identidad visual de la Cámara de Comptos de Navarra.
<https://www.somoserrea.es/historia/camara-comptos/>

