La UJI presenta su nueva marca de comunicación - Mediterráneo - 18/05/2017

PROYECCIÓN EN EL ÁMBITO DIGITAL

La UJI presenta su nueva marca de comunicación

MEDITERRÁNEO

►► El rector presentó ayer la nueva marca de comunicación.

Coexistirá con el logo de 1991 de uso en el ámbito oficial

REDACCIÓN
CASTELLÓN

El rector de la UJI, Vicent Climent, presentó ayer la nueva marca de comunicación de la Jaume I, que apuesta por la renovación, la simplificación, la luminosidad y el refuerzo del acrónimo de la Jaume I para «proyectarse internacionalmente en el ámbito digital». La nueva marca de comunicación se inspira en los colores corporativos de la UJI y simplifica los elementos gráficos para potenciar las siglas.

El rector de la Jaume I añadió «la importancia de renovar la imagen de la universidad para adaptarse a los nuevos tiempos y avanzar».

Climent indicó que la nueva marca de comunicación convivirá con el logotipo oficial, diseñado en 1991, que se convierte en escudo o marca estatutaria y que se destinará a determinados usos oficiales y protocolarios, siguiendo la dinámica que vienen realizando muchas universidades españolas y extranjeras. La marca de comunicación será usada en todas las comunicaciones institucionales y promocionales de la Universitat Jaume I, así como en aquellas actividades de ámbito administrativo, docente, investigador y cultural que no requieran el sello de oficialidad.

El rector agradeció el trabajo y la dedicación del personal del Servicio de Comunicación y Publicaciones (Francisco Fernández Beltrán, Amat Bellés, Marta Negre, Pablo Gual, Juan Salvador Pérez, Amparo Soriano y Fernando Vilar), responsables de la nueva marca y la colaboración altruista del doctor honoris causa de la UJI Joan Costa, uno de los expertos más reconocido internacionalmente en el ámbito de imagen y comunicación gráfica.

Climent señaló que con esta nueva marca de comunicación pretenden «reafirmar el compromiso con la comunidad universitaria y con la sociedad del entorno para liderar el futuro mediante la generación y transmisión del conocimiento». Somos una universidad pública comprometida con la innovación y también con el humanismo, inclusiva, respetuosa y responsable. Todos estos valores han inspirado esta nueva marca de comunicación con la que queremos presentarnos interna y sobre todo externamente», concluyó el rector. ≡