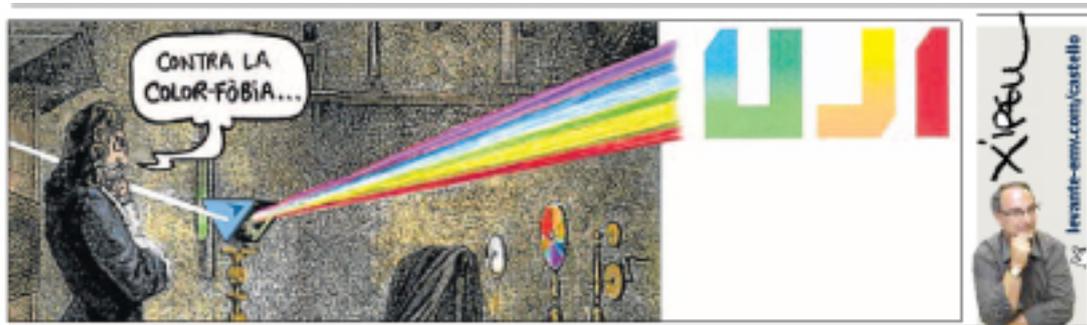


La Jaume I renueva su imagen tras 25 años - Levante de Castelló - 18/05/2017



La Jaume I renueva su imagen tras 25 años

La universidad incorpora un logo más visual para potenciar su presencia en los medios digitales

N. SORIANO CASTELLÓ

La Universitat Jaume I (UJI) de Castelló cambia de imagen después de 25 años. El rector Vicent Climent presentó ayer, coincidiendo con el Día de Internet, el logotipo que, a partir de ahora, se convertirá en la marca de comunicación de la entidad. El nuevo signo gráfico se utilizará en todas las acciones para dar di-

fusión a la universidad (folletos, cartelería, ferias, web, etc.) y convivirá con el antiguo, diseñado en 1991, que pasará a considerarse marca estatutaria y se empleará en la expedición de los títulos, másteres, convenios y documentos oficiales en general.

El símbolo está formado por las siglas de la denominación institucional (UJI) y la gama cromática principal queda establecida por un degradado derivado de los colores rojo, verde, azul y amarillo. La tercera sigla mantiene el doble significado de la «i» mayúscula y el número 1 para facilitar la pronunciación de la sigla. Climent explicó que el cambio vino

motivado por los problemas de impresión que presentaba el hasta ahora signo de la universidad (sobre todo en el color) y la necesidad de adaptar la imagen de la universidad a los nuevos tiempos. Además, la propuesta simplifica las submarcas y pone orden al uso de las mismas.

La marca apuesta por la renovación, la simplificación, la luminosidad y el refuerzo del acrónimo UJI «para proyectarse internacionalmente en el ámbito digital», tal como explicó Climent, quien resató la «importancia» de «renovar la imagen de la universidad para adaptarse a los nuevos tiempos y avanzar».

El rector destacó que la creación de marcas de comunicación que conviven con el escudo clásico es una tendencia muy habitual en las universidades que permite combinar la tradición histórica de las instituciones con la necesidad de «adaptarnos a los nuevos entornos comunicativos». El proyecto ha sido elaborado por el propio Servicio de Comunicación y Publicaciones (Francisco Fernández Beltrán, Amat Bellés, Marta Negro, Pablo Gual, Juan Salvador Pérez, Amparo Soriano y Fernando Vilar) y ha contado con la colaboración altruista del doctor honoris causa de la UJI Joan Costa.