

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



►► 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. ≡