

## **Identidad Corporativa**

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Jaén aprobó en su sesión del 12 de abril de 2016 el Manual de Identidad Visual Corporativa de la UJA, denominado en los Estatutos como Manual de Identidad Gráfica, que recoge las normas generales para la aplicación de la identidad de la institución en cualquier soporte publicitario o herramienta de comunicación online u offline.

La actual estructura de la Universidad, en la que conviven centros, departamentos, grupos de investigación, institutos y servicios diversos, ha dado lugar a la aparición de diferentes símbolos y logotipos, creados de forma dispersa y sin un criterio común, que dificultan una imagen homogénea de la institución. Partiendo de esta premisa, el objetivo de esta manual es dar a conocer la identidad propia de la institución y regular el uso interno de los diferentes símbolos para facilitar la identificación y el reconocimiento de la imagen de la Universidad de Jaén, así como afianzar una identidad diferenciada, sostenible en el tiempo y generadora de reputación.

Este documento contiene todas las soluciones a problemas gráficos o de diseño de la imagen corporativa de la Universidad, la reglamentación de usos y aplicaciones, así como las normas de convivencia con otros logotipos o símbolos internos y externos, siendo solamente las que aquí aparecen las aceptadas como válidas por la institución, con el claro objetivo de salvaguardar la identidad e impidiendo su deterioro o mal uso. Este manual es por tanto de consulta obligada para el personal de la Universidad, así como para agentes externos que deseen utilizar las marcas de la Universidad de Jaén en cualquiera de sus interpretaciones.

En este sentido, la identidad visual corporativa de la Universidad de Jaén está integrada por tres Marcas:

- [Marca Tradicional](#)
- [Marca Universidad de Jaén](#)
- [Marca UJA](#)