FUNDACIÓN INTERAMERICANA

LINEAMIENTOS DE DESIGNACIÓN Y USO DE LA MARCA IAF

ESTE MANUAL EXPLICA LAS NORMAS PARA TODAS LAS COMUNICACIONES DE LA **IAF** PRODUCIDAS POR EMPLEADOS, CONTRATISTAS, DONATARIOS Y OTROS SOCIOS SOBRE EL USO DEL LOGOTIPO DE LA IAF, DE TAL MANERA QUE SE PRESENTE UNA IMAGEN CLARA Y ÚNICA DE LA AGENCIA.

Oficina de Relaciones Externas y Asuntos Gubernamentales.

CONTENIDO

DEFINICIONES 1

NUESTRA MARCA..... 2

NUESTRO LOGOTIPO.....2

FOTOGRAFÍAS..... 7

COLORES ESTÁNDAR.....8

TIPOGRAFÍA.....9

PREGUNTAS Y RESPUESTAS.. 9

MARCAS CONJUNTAS.....13

DEFINICIONES

En este documento, “designación de marca” se refiere al uso de un nombre, término, diseño o símbolo para identificar a una organización y distinguir sus proyectos o productos.

“Uso de marca” se refiere al reconocimiento visible del patrocinador de un proyecto o producto al aplicar su logotipo o identidad gráfica a materiales digitales o impresos.

NUESTRA MARCA

La IAF ha renovado el diseño de su sello corporativo (logotipo) para marcar su 50° aniversario. El nuevo logotipo consta del número 50 con un globo terráqueo que muestra el hemisferio occidental, rodeado por un anillo rojo y en la parte de abajo el nombre “INTER-AMERICAN FOUNDATION” (FUNDACIÓN INTERAMERICANA). El logotipo con frecuencia va acompañado del lema: EMPOWERED COMMUNITIES, SUSTAINABLE RESULTS (Comunidades empodera-das, soluciones sostenibles). El nombre de la organización siempre se escribe en mayúsculas.

EL SELLO CORPORATIVO DE LA IAF (LOGOTIPO)

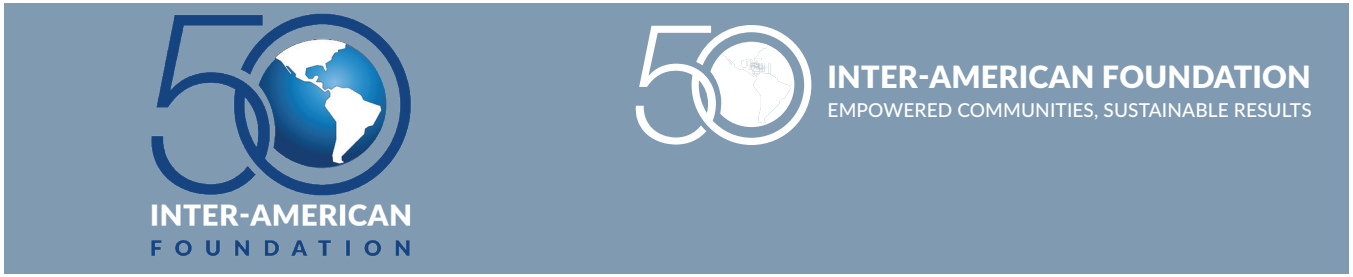
Todos los siguientes logotipos son formatos aceptables:

VERTICAL

NUESTRO LOGOTIPO

HORIZONTAL

Dependiendo del fondo del documento o del producto, se puede utilizar el logo en azul o en blanco.



También puede usarse la versión en español de nuestro logotipo para productos en idioma español o en portugués.

Cuando el logotipo se usa para MEMBRETE (color ó en blanco y negro horizontal), el logotipo no debe ser mayor que 2.5 x 11.4 centímetros.

0_____3_____6_____9_____11.4

USOS NO ACEPTABLES DEL LOGOTIPO

PARA MANTENER LA CONGRUENCIA EN EL USO DE LA IDENTIDAD DE LA IAF, POR FAVOR NO:

- Añada sombras u otros efectos, como contornos, cuadros, difuminado, texturas o efectos en “3-D”
- Cambie cualquiera de los colores, las tipografías o cualquiera de los aspectos o elementos estándar del logotipo
- Distorsione la imagen de ninguna manera (por ejemplo, para hacer que encaje dentro de un espacio horizontal o vertical limitado)
- Intercambie la colocación del logotipo y el lema
- Cambie las relaciones entre los elementos

COLOCACIÓN DEL LOGOTIPO Y FONDOS

Para ser claramente legible, el logotipo de la IAF debe usarse sobre un fondo de color contrastante. Al diseñar productos a color (documentos, páginas de internet, presentaciones de PowerPoint o fotografías), a menudo es preferible colocar el logotipo sobre una banda en la parte superior del producto con el logotipo superpuesto.

En el caso de fotografías, coloque el logo a todo color directamente sobre las fotografías y los fondos de color cuando sea posible. Elija fotografías y colores de fondo que tengan suficiente contraste con los colores del logotipo para preservar la integridad del mismo.

Cuando no sea posible colocar el logotipo directamente sobre una fotografía o un fondo de color, es aceptable colocar el logotipo en una banda de color claro u oscuro, como se muestra en el ejemplo de la siguiente página.

NUESTRAS FOTOGRAFÍAS

FOTO: EDITH BERMUDEZ

FOTO: EDITH BERMUDEZ

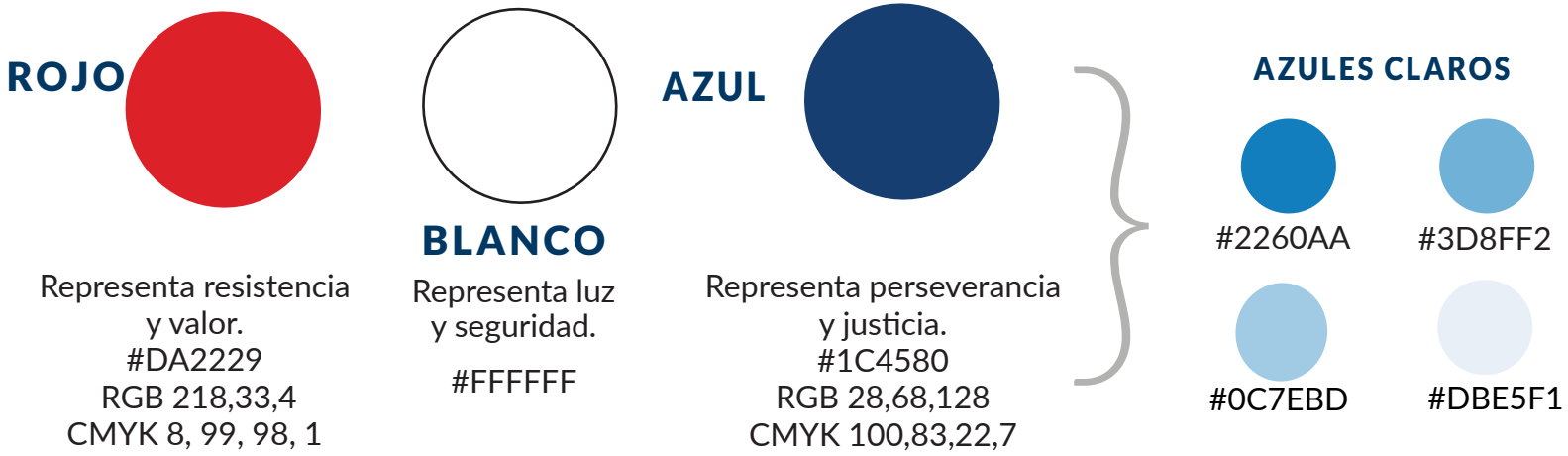
Las fotografías son un importante elemento de la marca IAF y pueden ser utilizadas en una gran variedad de herramientas de comunicación. Una imagen simple puede puede demostrar la marca de la IAF mientras transmite el impacto que nuestros proyectos tienen en las personas y grupos a los que servimos.

Es una buena práctica acompañar cada foto con un título que le indica al espectador quién, qué, dónde, cuándo y por qué del tema. Los subtítulos deben adherirse al estilo de Associated Press y debe acreditarse al fotógrafo (si se conoce).

Las fotos de la IAF están disponibles para ser utilizadas, pero promovemos el uso de fotos debidamente acreditadas para compartir en publicaciones o en las redes sociales.

COLORES ESTÁNDAR

Los colores del logotipo de la IAF representan los valores de la organización y no deben ser alterados. Sin embargo, es aceptable usar una versión en blanco y negro en materiales que no se impriman a color, que tengan demasiados colores, o que tengan colores que interfieren. El simbolismo de los colores se describe junto con los códigos de los colores específicos usados por la IAF. Tambien utilizamos azul claro y gris como colores secundarios para texto o fondos cuando es necesario.



TIPOGRAFÍA

Tipo de letra estándar de la IAF

La IAF seleccionó la fuente **Lato** como nuestro tipo de letra debido a su claridad y legibilidad. La fuente Lato es una parte esencial del diseño del logotipo y no puede reemplazarse con otra fuente.

Fina	Liviana	Regular	*Semibold*	**Negrita**	**Negra**
Fina Cursiva	*Liviana Cursiva*	*Regular Cursiva*	***Semibold Cursiva***	***Negrita Cursiva***	***Negra Cursiva***

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

¿Los socios de la IAF deben usar el logotipo de la IAF en sus materiales?

A diferencia de otras organizaciones de asistencia al extranjero de EE. UU., la IAF no está obligada por la ley a designar o usar sus marcas en los productos y las iniciativas del programa. Dicho eso, el logotipo de la IAF forma parte de nuestra identidad y firma, representando al organismo y a todo lo que este defiende. Esperamos que los socios de la IAF se sientan orgullosos de mostrarlo en los productos que se relacionen directamente con iniciativas apoyadas por la IAF.

¿Los socios necesitan permiso para usar el logotipo de la IAF?

El logotipo de la IAF es un símbolo oficial del gobierno de Estados Unidos y las organizaciones externas solamente pueden usarlo de las maneras que se describen a continuación.

Donatarios:

- Los donatarios pueden usar el logotipo de la IAF, con o sin la aprobación previa de la IAF, solamente en materiales que se relacionen directamente con las actividades del proyecto y que se distribuyan exclusivamente a beneficiarios del proyecto.
- Los donatarios pueden incluir el logotipo de la IAF en productos impresos o en video que se distribuyan a una audiencia más amplia solamente con el permiso por escrito de la Oficina de Relaciones Exteriores y Gubernamentales de la IAF.
- Al solicitar permiso para usar el logotipo de la IAF, el Donatario debe incluir el borrador del producto para su revisión por parte de la IAF.
- Los donatarios de la IAF además deben estudiar los acuerdos de la donación para ver si contiene orientación sobre la designación y el uso de marcas para el programa específico.

Socios Corporativos:

- Los socios corporativos pueden incluir el logotipo de la IAF en productos impresos, en video o digitales solamente con el permiso por escrito de la Oficina de Relaciones Exteriores y Gubernamentales de la IAF.
- Al solicitar permiso para usar el logotipo de la IAF, el socio debe incluir el borrador del producto para su revisión por parte de la IAF.
- El logotipo de la IAF nunca debe usarse para respaldar o implicar el respaldo a un producto o servicio comercial.

- Los socios corporativos además deben estudiar el acuerdo de sociedad para ver si contiene orientación sobre la designación y el uso de marcas para el programa específico.

Otras organizaciones asociadas con la IAF:

- Las organizaciones asociadas pueden incluir el logotipo de la IAF en productos impresos, en video o digitales solamente con el permiso por escrito de la Oficina de Relaciones Externas y Gubernamentales de la IAF.
- Al solicitar permiso para usar el logotipo de la IAF, el socio debe incluir el borrador del producto para su revisión por parte de la IAF.
- Las organizaciones asociadas además deben estudiar el memorando de entendimiento existente para ver si contiene orientación sobre la designación y el uso de marcas para el socio específico.

¿Qué tipos de materiales deben ser considerados?

Los socios de la IAF deben considerar usar la marca en los siguientes materiales después de recibir la aprobación necesaria:

- Comunicados y conferencias de prensa;
- Entrevistas con medios de comunicación;
- Visitas a sitios;
- Historias de éxito, testimonios de beneficiarios;
- Fotografías profesionales;
- Videos;
- Transmisiones por internet, invitaciones electrónicas u otros correos electrónicos enviados a listas de distribución; y
- Pancartas para lanzamientos, cursos de capacitación u otros eventos públicos.

Cuando no usar la marca

Para decidir si debe usarse o no el logotipo de la IAF, es importante considerar las siguientes preguntas. Si la respuesta a cualquiera de las preguntas es “sí”, indica una situación en la que sería inapropiado usar el logotipo de la IAF.

¿El artículo o comunicado implica o respalda un producto o servicio comercial?

El nombre y el logotipo de la IAF están destinados solamente a usos oficiales. Se excluyen explícitamente de cualquier uso que implicaría o respaldaría un producto o servicio comercial.

¿El artículo o comunicado se usará para recaudar fondos?

Las actividades de recaudación de fondos de los socios de la IAF se emprenden por separado y de manera independiente de la IAF. Los socios no tienen la autoridad para usar el nombre o el logotipo de la IAF para publicitar, promover o co-utilizar la marca para sus esfuerzos de recaudación de fondos.

¿Usar la marca en un artículo o comunicado que comprometa la seguridad, la independencia intrínseca o la neutralidad de la IAF o sus programas?

Está prohibido usar el logotipo de la IAF en cualquier artículo o comunicado que comprometa la seguridad, la independencia intrínseca o la neutralidad de la IAF o sus programas. Esto incluye, entre otros:

- el apoyo a un partido político, activismo a favor de una política pública o reforma, y materiales con información electoral y para votantes;
- medios de comunicación independientes, como transmisiones de radio y televisión y artículos y editoriales en periódicos;
- anuncios de servicio público, encuestas de opinión pública o estudios de opinión;
- auditorías, informes, análisis, estudios o recomendaciones de políticas cuyos datos o determinaciones deban considerarse independientes, o cuando la marca socavaría la propiedad de sus socios; y

- cualquier producto o material en cualquier área en la que la asociación con entes externos o ajenos podría generar amenazas para la seguridad del programa, de su personal, de sus socios donatarios o de los beneficiarios.

¿El artículo o comunicado es estrictamente administrativo?

No use la marca en artículos o comunicados que sean de naturaleza estrictamente administrativa, como los siguientes:

- correspondencia con el gobierno del país del socio referente al cumplimiento de los contratistas con las leyes locales, como la administración de impuestos, aduanas u otras disposiciones;
- membretes o comunicaciones relacionadas con la administración de donaciones secundarias, actos relacionados con el personal como contrataciones y despidos, o alquiler de oficinas o equipos;
- tarjetas de presentación y vehículos.

MARCAS CONJUNTAS

El uso de marcas conjuntas ayuda a mostrar una alianza entre la IAF y nuestros socios. Cuando se usen marcas conjuntas en comunicados, pedimos a nuestros socios que coloquen el logotipo de la IAF al lado de los logotipos de los socios, y que se aseguren de que todos los logotipos de los socios sean de un tamaño visualmente equivalente.

Ejemplo:

CHARLES STEWART MOTT FOUNDATION®

RedEAmérica

INTER-AMERICAN FOUNDATION
EMPOWERED COMMUNITIES SUSTAINABLE RESULTS

MUCHAS GRACIAS!

CONJUNTAMENTE PODEMOS ASEGURAR QUE LA MARCA IAF ES RECONOCIDA COMO UNA IMPORTANTE EXTENSION DEL APOYO OFRECIDO A LA REGION LATINOAMERICANA Y EL CARIBE POR LA GENEROSIDAD DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA.