



International Federation of
Library Associations and Institutions

Directrices sobre la imagen de marca IFLA

IFLA (La Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y de Bibliotecas) es el principal órgano internacional de representación de los intereses de los servicios bibliotecarios y de información y de sus usuarios. Es la voz global de los profesionales de las bibliotecas y de la información.

La finalidad principal de la IFLA a la hora de permitir que su nombre sea utilizado o de entrar en relaciones con otras organizaciones o empresas comerciales será:

- a. ayudar a la IFLA a cumplir su misión de ser la voz global de los profesionales de las bibliotecas y de la información, o ayudar a las bibliotecas a lograr su misión
- b. cubrir una necesidad específica en relación con las metas y objetivos actuales de la IFLA, o contribuir de forma significativa a la organización colaboradora al tiempo que se usa el nombre de la IFLA y sus recursos eficazmente
- c. beneficiarse cuanto sea posible de la relación recíproca en forma de finanzas, pericia, experiencia, relaciones públicas u otras ventajas.

Son propiedad exclusiva de la IFLA:

- el logotipo de la IFLA
- el nombre completo de la IFLA
- el acrónimo IFLA cuando se utilice en el contexto o en relación con el trabajo de las bibliotecas y de la información, o con productos y servicios para el trabajo de las bibliotecas y de la información. [El acrónimo IFLA por sí mismo no es exclusivo de la IFLA, ya que es utilizado por otras organizaciones en todo el mundo, como, por ejemplo, la International Federation of Landscape Architects)].

La IFLA establecerá relaciones formales con otras organizaciones y empresas comerciales cuya fortaleza y reputación hayan sido evaluadas.

Estas relaciones se basarán en los siguientes criterios:

- a. la relación es recíproca en el sentido de que se dan necesidades mutuas y se comparten los fines
- b. la estructura y nivel de la relación constituye la mejor fórmula para conseguir los fines o para cubrir la necesidad
- c. hay disponible personal apropiado, y el tiempo y el talento adecuados se están usando o se usarán eficazmente
- d. los costes en tiempo y en dinero se justifican por los resultados
- e. la necesidad de la relación se evalúa periódicamente.

Las relaciones formales que permitan a la otra parte utilizar el nombre de la IFLA deben basarse en un acuerdo por escrito por el que la IFLA retiene el control de la utilización de su nombre.

Las relaciones formales con otras organizaciones o empresas comerciales no implican necesariamente aprobación por la IFLA de sus políticas, productos o servicios. Ninguno de los informes publicados y recomendaciones, etc. de la IFLA serán puestos en circulación por la agencia cooperadora sin el permiso de la IFLA

Tres niveles de uso del logotipo, nombre y acrónimo de la IFLA

1. El nombre, acrónimo y logotipo de la IFLA puede ser utilizado por las unidades profesionales de la IFLA. Las estructuras de gobierno de las unidades profesionales (por ejemplo, Comités Permanentes de las Secciones), la dirección de las Actividades Fundamentales y de las Oficinas Regionales tendrán capacidad de decisión al respecto. En caso de duda, remitirán el asunto al Coordinador de Actividades Profesionales o al Secretario General. Las unidades de la IFLA pueden hacer uso del nombre de la IFLA gratis.

* Los acontecimientos copatrocinados, coorganizados, patrocinados o apoyados por la IFLA o por alguna de sus partes constitutivas, siempre que la naturaleza, finalidad y perfil del programa sean aceptables desde el punto de vista de la misión y valores fundamentales de la IFLA. [Ejemplos: conferencias y seminarios regionales o especializados].

2. El nombre y acrónimo de la IFLA puede ser utilizado gratis por todo el que quiera referirse a la IFLA, excepto cuando la afirmación o el texto impliquen una aceptación por parte de la IFLA de cualesquiera acontecimientos, productos o servicios. Para tales declaraciones se requiere el permiso previo del Secretario General. El logotipo de la IFLA no puede ser utilizado por nadie sin permiso del Secretario General. Puede que haya tasas establecidas para el uso del logotipo y del nombre de la IFLA.
3. Se requiere el permiso del Secretario General para la utilización del logotipo, del acrónimo o del nombre de la IFLA en la promoción, imagen de marca o aprobación de acontecimientos, productos, servicios, programas de formación y académicos en los casos siguientes:
 - o productos vendidos o distribuidos en nombre de la IFLA para obtención de fondos o para difusión y conocimiento de la IFLA, siempre y cuando la naturaleza y el diseño de estos productos sean aceptables para la IFLA en relación con su misión y valores fundamentales.

[Ejemplos: camisetas, objetos para recuerdo, libros]

- servicios ofrecidos con la aprobación de la IFLA, siempre y cuando sean aceptables para la IFLA en relación con su misión y valores fundamentales. [Ejemplos: visitas a bibliotecas, bonos de préstamo interbibliotecario de la IFLA]. La IFLA aprobará los servicios sólo si tiene la capacidad de evaluarlos.
- los programas académicos y de formación no iniciados por la IFLA no serán aprobados por ella.

Uso inadmisibles

El nombre, acrónimo y logotipo de la IFLA no deberá ser utilizado por organizaciones ni para cuestiones que no tengan ninguna relación, así como cuando se haya denegado el permiso.

Adaptación del logo de la IFLA

Pueden hacerse y utilizarse adaptaciones del logotipo de la IFLA con fines específicos, tales como la identificación y marketing del congreso anual, pero sólo con permiso explícito de la Junta de Gobierno.

Responsabilidad de las decisiones

Cuando resulte necesario, el Secretario General podrá remitir determinadas cuestiones a la Junta de Gobierno. La responsabilidad última sobre el uso del nombre, del acrónimo y del logotipo de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y de Bibliotecas recae en la Junta de Gobierno de la IFLA.

Para más aclaraciones o consultas, por favor, contacten con: ifla@ifla.org

Aprobado por la Junta de Gobierno de la IFLA, Diciembre 2006.