

Cruz Roja Media Luna Roja

Iniciativa internacional para el posicionamiento de la marca distintiva

Guía práctica

EMBLEMAS Y LOGOTIPOS DE LAS ORGANIZACIONES DE LA CRUZ ROJA Y DE LA MEDIA LUNA ROJA EN ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y OBTENCIÓN DE FONDOS

Enero de 2016

INTRODUCCIÓN

Los emblemas de la cruz roja y de la media luna roja se cuentan entre los símbolos que gozan de mayor reconocimiento, respeto y confianza en el mundo. De manera primordial y ante todo, se trata de signos de protección conferidos a los servicios médicos de las fuerzas armadas y a los servicios médicos civiles autorizados en caso de conflictos armados. De igual manera, simbolizan la labor humanitaria imparcial, neutral e independiente del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Movimiento) y sus componentes.¹

Si bien los componentes del Movimiento realizan actividades de manera autónoma y suelen prestar diferentes servicios humanitarios, convergen en la unidad del uso de los emblemas y del respeto de los principios fundamentales del Movimiento.

A menudo, ante el mundo, integramos una sola organización y, por ende, las acciones de uno de los componentes pueden entrañar consecuencias directas para la imagen o la reputación de los demás componentes. En calidad de miembros del conjunto de organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, nos incumbe la responsabilidad del uso de los emblemas y de nuestros respectivos logotipos de manera correcta, consecuente y coherente, de manera que nos sea posible continuar salvando vidas y ayudando a las personas necesitadas en los años futuros.

Este documento de orientación está destinado a esclarecer el Reglamento sobre el uso del emblema de la cruz roja o de la media luna roja por las Sociedades Nacionales (Reglamento sobre el uso del emblema (1991)).² Complementa, además, las líneas directrices de diseño relativas a los emblemas (“*Red cross, red crescent and red crystal emblems: Design guidelines*”) elaboradas por la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Federación Internacional), y el estudio sobre cuestiones operacionales, comerciales y no operacionales relativas al uso del emblema (*Study on the Use of the Emblems: Operational and Commercial and Other Non-operational Issues*) realizado por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR).³

Figuran también en el presente documento recomendaciones derivadas de prácticas positivas en cuanto al posicionamiento de la marca distintiva conjunta que serán de utilidad para mantener mayor congruencia en la imagen que proyectamos y la forma en la que aprovechamos la fortaleza de nuestras marcas distintivas. Se incluye ejemplos concretos de buenas prácticas y de aquello que conviene hacer o evitar con el fin de aclarar lo que es permitido o no en cuanto al uso de

Los emblemas de la cruz roja y de la media luna roja, en síntesis

Se puede utilizar los emblemas con dos propósitos distintos⁴:

- ❶ **a título de protección:** en los conflictos armados los emblemas constituyen signos visibles de la protección conferida en virtud de los Convenios de Ginebra y sus Protocolos adicionales y cuando se los utiliza con fines de protección, deben figurar sobre fondo blanco, sin gráficos, textos, inscripciones, leyendas ni dibujos o diseños adicionales.
- ❷ **a título indicativo:** los emblemas denotan la vinculación entre una persona, objeto o edificación y el Movimiento o alguno de sus componentes. En esos casos, el emblema que figure como parte del logotipo de un componente del Movimiento deberá estar acompañado de información adicional (por ejemplo, el nombre o las siglas o iniciales de la Sociedad Nacional). Los emblemas

de esta índole deberán tener dimensiones pequeñas y no constar adosados en brazales, ni enarbolados en techos para evitar cualquier confusión con los emblemas utilizados a título de protección.

Se puede consultar información adicional sobre los emblemas en <http://www.icrc.org/eng/war-and-law/emblem/index.jsp>

En 2005, se aprobó un tercer Protocolo adicional a los Convenios de Ginebra a cuyo tenor se reconoció el cristal rojo⁵ como tercer emblema. Se puede consultar información adicional a este respecto en <https://www.icrc.org/eng/resources/documents/misc/emblem-keyfacts-140107.htm>

Las normas y recomendaciones que figuran en los documentos de referencia se aplican en todos los casos en los cuales se utiliza los emblemas o logotipos de las Sociedades Nacionales⁶.

1. El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja está integrado por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR), la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Federación Internacional) y las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

2. En el Reglamento sobre el uso del emblema de la cruz roja o de la media luna roja por las Sociedades Nacionales se detalla de manera específica la utilización de estos por parte de las Sociedades Nacionales, de conformidad con los Convenios de Ginebra de 1949 y sus Protocolos adicionales. El reglamento fue aprobado durante la XX Conferencia Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Viena, 1965) y revisado ulteriormente por el Consejo de Delegados (Budapest, 1991) antes de ser sometido a consideración de los Estados Parte en los Convenios de Ginebra, previamente a su entrada en vigor.

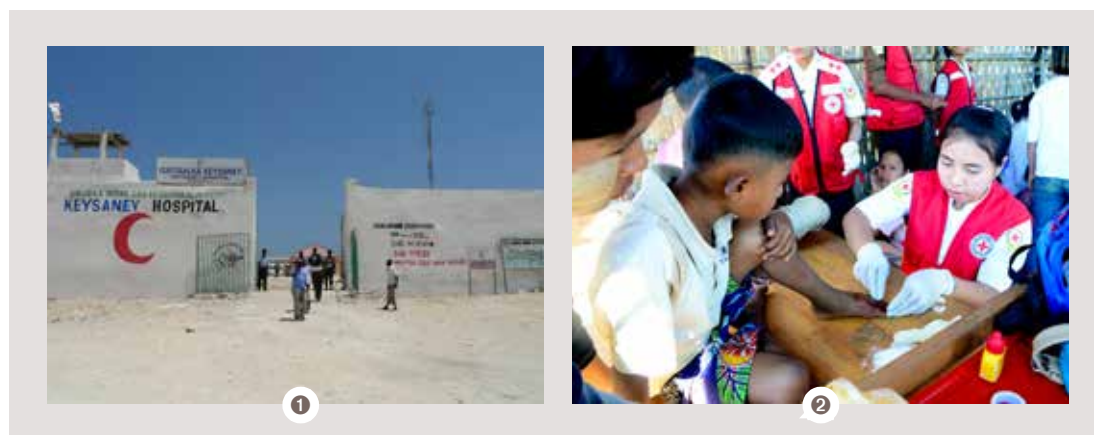
3. El estudio sobre cuestiones operacionales, comerciales y no operacionales relativas al uso del emblema (estudio sobre el uso de los emblemas) fue elaborado por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) en consulta con los Estados, las Sociedades Nacionales y la Federación Internacional, y presentado por primera vez ante el Consejo de Delegados en 2009. Este, mediante su resolución 2 (2009), relativa a la “Estrategia para el Movimiento”, acogió con beneplácito el estudio y exhortó a los componentes del Movimiento a que aplicaran y promovieran las recomendaciones en el contenidas con miras a mejorar el cumplimiento de las normas que rigen el uso de los emblemas.

4. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 4.

5. La ilustración del cristal rojo figura en el anexo del Protocolo adicional III.

los emblemas y logotipos de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, de conformidad con las disposiciones del Reglamento sobre el uso del emblema (1991).

Mediante esta herramienta se ilustra el uso correcto de los emblemas y logotipos de los componentes del Movimiento sin que se pretenda remplazar, flexibilizar ni ampliar el marco jurídico y regulatorio en la materia. Si bien, en general, se hace únicamente alusión a las “Sociedades Nacionales” para facilitar la redacción, los consejos y recomendaciones son pertinentes para todos los componentes del Movimiento, incluidos el CICR y la Federación Internacional.



EMBLEMAS, LOGOTIPOS, MARCAS DISTINTIVAS – DIFERENCIAS Y DISTINCIONES

Los **emblemas distintivos** ❶ constituyen, ante todo, símbolos de protección conferidos en situaciones de conflicto armado. En toda utilización con fines de protección, deberán invariablemente figurar en formatos de gran dimensión y sobre fondo blanco en su forma original, sin texto adicional⁷. Los formatos de gran dimensión y la ausencia de texto están destinados a garantizar la visibilidad y a facilitar el reconocimiento de los emblemas incluso a distancia.



La utilización de los emblemas con fines indicativos está destinada a denotar una vinculación con el Movimiento. Es esos casos, los emblemas figurarán incorporados en los logotipos de los componentes del Movimiento, con la intención de garantizar el reconocimiento y la identificación inmediatos de cada organización, así como de su marca distintiva y de sus actividades. Bajo su uso indicativo, los emblemas deberán estar acompañados del nombre, de las siglas, o de las iniciales del componente del Movimiento de que se trate⁸. El despliegue visible del **logotipo** (2) de una Sociedad Nacional constituye un uso indicativo del emblema. El CICR (3) y la Federación Internacional (4) y (5) se registrarán igualmente por las disposiciones del Reglamento sobre el uso del emblema (1991) en la utilización de sus respectivos logotipos.

Habida cuenta de que los logotipos de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja contienen el emblema y las designaciones (“cruz roja” o “media luna roja”) protegidos en virtud de los Convenios de Ginebra de 1949 y sus Protocolos adicionales⁹, hemos de velar por que los miembros, voluntarios y el personal que colaboran con estas los utilicen de manera correcta y conforme a las normas convenidas.

Las Sociedades Nacionales no son, por ende, propietarias de los emblemas. Los Estados respectivos conceden a las Sociedades Nacionales el derecho a desplegar los emblemas de conformidad con las disposiciones de los Convenios de Ginebra de 1949 y sus Protocolos adicionales, el Reglamento sobre el uso del emblema (1991) y la legislación nacional¹⁰.

Se entiende por marca distintiva la percepción y resonancia por parte del público respecto de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. Aunque

3

6. El león y el sol rojos fueron reconocidos como el tercer emblema distintivo durante la conferencia diplomática celebrada en 1929. Ese emblema fue utilizado por Persia hasta 1980, cuando la República Islámica de Irán declaró que, en adelante, utilizaría en su lugar el símbolo distintivo de la media luna roja, reservándose, no obstante, el derecho de reanudar el uso del león y el sol rojos en caso de que se procediera al reconocimiento de nuevos emblemas.

7. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 5 párrafo 1, y artículo 6.

8. *Ibid.*, artículo 5, párrafo 2.

9. I Convenio de Ginebra, artículo 44.

10. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 2.

las personas suelen asociar el concepto de marca con una identidad visual o un logotipo, la marca distintiva abarca mucho más que la representación visual de una organización. Se trata del conjunto de imágenes, percepciones y sentimientos que se alberga respecto de una organización. Constituye la suma de valores, actividades, actitudes, palabras e imágenes de nuestras organizaciones.

2 – El **logotipo de una Sociedad Nacional** debe estar compuesto por uno de los emblemas distintivos acompañado del nombre o de las iniciales de la organización¹¹.



2

3 – El **logotipo del CICR** consiste en una cruz roja rodeada de un círculo doble sobre fondo blanco sobre cuyo borde inferior consta en mayúsculas el texto “COMITÉ INTERNATIONAL GENÈVE”, acompañado de la sigla “CICR” (o traducciones del mismo). Ambos elementos figurarán siempre como parte del logotipo.



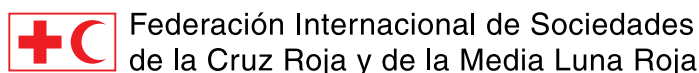
CICR

3

4 – El **logotipo de la Federación Internacional** destinado a usos convencionales abarca los siguientes elementos:

- (a) la cruz roja y la media luna roja una al lado de la otra (sobre fondo blanco) rodeadas de un rectángulo rojo, entendiéndose que los emblemas no podrán figurar por separado;
- (b) la designación completa “Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja” (o de sus correspondientes traducciones convenidas) figurará alineada a la izquierda, en el lado derecho de los dos emblemas.

La proporción entre estos elementos será fija y no se deberá alterar.



4

5 – La **Federación Internacional ha elaborado un logotipo destinado a entornos digitales** en los que se dispone de limitado espacio, por ejemplo los teléfonos móviles. El logotipo digital consta de los emblemas de la cruz roja y de la media luna roja sobre fondo blanco rodeados de un rectángulo rojo sobre el cual figura arriba, centrada y en mayúsculas, la palabra “federación”, y abajo, centrada y en mayúsculas, la palabra “internacional” (nota: estas palabras pueden figurar en cualquiera de las traducciones convenidas). Este logotipo está destinado a la utilización contemplada en las *Normas de uso del logo digital de la Federación Internacional de Sociedades la Cruz Roja y de la Media Luna Roja*¹².

11. *Ibid.*, artículo 5 párrafo 2.

12. Normas de uso del logo digital de la Federación Internacional de Sociedades la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, septiembre de 2015, disponible en: https://fednet.ifrc.org/PageFiles/122628/IFRC-guidelines%20digital%20space%20logo-ES_Web.pdf



5

6 – En la reunión del Consejo de Delegados, celebrada en 2015, se aprobó el **logotipo del Movimiento** como medio para resaltar la marca distintiva colectiva. Ese logotipo estará destinado a usos excepcionales con fines de representación, comunicación, obtención de fondos y promoción en conexión con situaciones de emergencia, eventos, temas o campañas que sean objeto de preocupación mundial. El logotipo del Movimiento consiste en los emblemas de la cruz roja y de la media luna roja dispuestos uno junto al otro, sobre fondo blanco, acompañados de las palabras “movimiento” e “internacional” en letras mayúsculas que rodean a los emblemas y con una línea que cierra el círculo. El logotipo del Movimiento se podrá utilizar únicamente de conformidad con las reglas y condiciones que rigen su uso, incluida la obligatoria solicitud de aprobación previa a todo uso o exhibición del logotipo¹³.



6

Prácticas recomendadas y no recomendadas sobre la inclusión de un emblema como parte del logotipo de una Sociedad Nacional

Conviene observar ciertas normas básicas en todo diseño que incluya uno de los emblemas como parte del logotipo de una Sociedad Nacional con el propósito de identificarla y asociarla con el Movimiento (i.e. uso del emblema a título indicativo). Ciertas de las recomendaciones y advertencias que figuran a continuación emanan del Reglamento sobre el uso del emblema (1991) mientras que otras recogen prácticas positivas para la consolidación de la marca distintiva. Figuran agrupadas bajo las categorías generales de prácticas recomendadas y no recomendadas como una forma sencilla, rápida y directa para brindar orientación.

5

Prácticas recomendadas

- > Vele por que la cruz roja y la media luna roja figuren siempre en color rojo puro¹⁴. Aunque el tono exacto no consta regulado en los Convenios de Ginebra ni en el Reglamento sobre el uso del emblema (1991), se recomienda el uso del tono rojo CO M100 Y100 K0 o Pantone® 485 con el fin de velar por la congruencia general.
- > Vele por que la cruz roja y la media luna roja figuren siempre sobre fondo blanco¹⁵. Ninguna variante, ni siquiera sombreados gris o blanco hueso, están permitidos como substitutos del fondo blanco.
- > Vele por que la cruz roja y la media luna roja conserven su forma original. (El contorno y la dirección de la media luna roja no están reglamentados)¹⁶.
- > Vele por que tanto la cruz roja como la media luna roja figuren siempre en dos dimensiones y no en tres dimensiones¹⁷.
- > Vele por que el nombre completo, las iniciales o las siglas de la respectiva Sociedad Nacional figuren en el logotipo (por ejemplo, en un borde o junto al emblema), de manera que se identifique al logotipo con la Sociedad Nacional¹⁸.



13. La resolución relativa a la aprobación del logotipo del Movimiento (CD115/R2), así como las condiciones y normas que rigen el uso de este figuran bajo: <http://rcrconference.org/council-of-delegates/documentos-para-la-reunion-del-consejo-de-delegados-2015/?lang=es>

Prácticas no recomendadas

- > No incluya ningún dibujo, decoración, gráfico o texto adicional sobre la cruz roja o la media luna roja ni sobre el fondo blanco dentro del marco o superficie interna del logotipo¹⁹.
- > No altere la forma de la cruz roja o la media luna roja, por ejemplo, alargando o distorsionando el emblema²⁰.
- > No despliegue imágenes de la cruz roja o la media luna roja solas, sin el nombre ni las iniciales o siglas de la Sociedad Nacional respectiva con el fin de evitar toda confusión con el uso del emblema a título de protección²¹.



USO DEL LOGOTIPO EN ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Material elaborado por componentes del Movimiento con fines de promoción, mercadotecnia o publicidad

En la medida en que sea posible, se deberá utilizar el logotipo de la respectiva Sociedad Nacional en la elaboración de productos o herramientas de comunicación específicamente asociados a su marca distintiva (v.g. folletos, octavillas, carteles, revistas y otras publicaciones, sitios web, cuñas publicitarias en vídeo, discos compactos, y demás material audiovisual)²².

En la elaboración de cualquier tipo de material destinado a promover campañas o eventos organizados por la Sociedad Nacional, convendrá, asimismo, considerar la ubicación del logotipo de la Sociedad Nacional y el vector o medio de comunicación y difusión.

Específicamente, en cuñas publicitarias para difusión en línea o por televisión, así como en el caso de anuncios de servicio público, conforme a la práctica corriente en la industria de publicidad, se suele mostrar el logotipo de la organización concernida al final o entre los datos filmográficos de producción. El logotipo o el emblema de una Sociedad Nacional pueden constar también visibles en el anuncio (o en fotografías e ilustraciones) siempre y cuando ello corresponda a un uso autorizado. Por ejemplo, el logotipo de una Sociedad Nacional puede figurar en la ropa de voluntarios o miembros del personal en secuencias filmadas mientras prestan asistencia durante una emergencia. El anuncio televisivo sobre la protección de los agentes de salud en caso de conflicto armado que se puede consultar a través de este enlace constituye un buen ejemplo: <http://www.youtube.com/watch?v=Gh60NQT3qo>

En todo uso de un logotipo o de un emblema en un anuncio o en una fotografía, será importante velar por que la forma en la que se lo utilice no vaya en detrimento del prestigio ni del respeto del que goza el emblema, ni de la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento. Así, por ejemplo, no se deberá mostrar imágenes de una persona que porta armas a proximidad del emblema o del logotipo de una Sociedad Nacional.

En los casos en los que varios componentes del Movimiento colaboren en la elaboración de material de promoción, cuñas publicitarias o anuncios de servicio público, los respectivos logotipos podrán figurar al final, si estos así lo desean. A continuación, figuran dos ejemplos de material audiovisual.

Restablecimiento de lazos familiares – <https://www.youtube.com/watch?v=tZQhecVJVIk>

Campaña sobre desastres silenciosos – <https://www.youtube.com/watch?v=F8z5v0iaVtY>



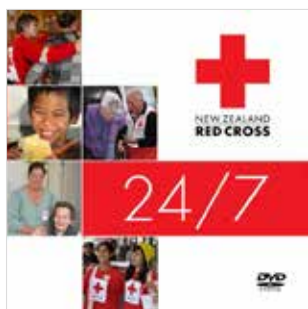
En lo que respecta a las actividades de promoción en línea, conviene recordar que internet es un medio en el que no existen barreras geográficas y que, una vez publicado un anuncio o una cuña en un determinado sitio, se puede tener acceso a ese contenido desde cualquier lugar del mundo. Los usuarios pueden consultar material publicado por cualquier componente del Movimiento independientemente del país del que procedan o en el que tengan acceso a internet. Si bien los medios digitales son cauces esenciales para la promoción, en vista de su naturaleza intrínseca, plantean desafíos para el mantenimiento y la preservación de una identidad distintiva sólida y coherente.

A continuación, figuran prácticas recomendadas y no recomendadas en lo que atañe a la elaboración de material destinado a actividades de promoción, mercadotecnia o publicidad²³, que emanan tanto de comportamientos adecuados en materia de comunicación y consolidación de marcas como de las disposiciones del Reglamento sobre el uso del emblema (1991). Los consejos anteriores relativos a la inclusión del emblema en el logotipo de una Sociedad Nacional se aplican igualmente en este sentido.

Prácticas recomendadas

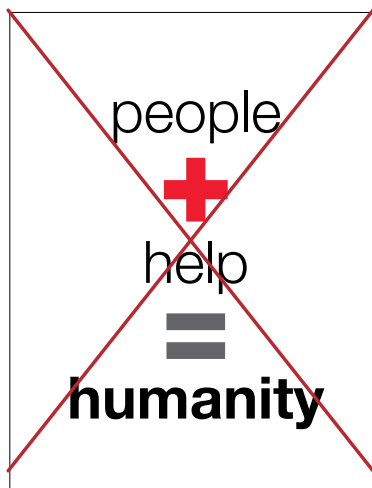
- > Utilice el logotipo oficial de la respectiva Sociedad Nacional que incluya el emblema de la cruz roja o de la media luna roja sobre fondo blanco y el nombre completo, las iniciales o siglas de esta²⁴.
- > Vele por que el logotipo no sea un elemento predominante en el material de comunicación. El tamaño del logotipo variará en función del producto de comunicación, sin embargo, considere que deberá ser relativamente pequeño. Esta orientación emana del Reglamento sobre el uso del emblema (1991)²⁵ y está destinada a evitar cualquier confusión con el uso de los emblemas a título de protección. No obstante, no se establecen medidas o proporciones específicas, de manera que se confía en el buen criterio de las Sociedades Nacionales respecto de las dimensiones adecuadas.
- > Disipe cualquier duda con respecto a la autoría o la alusión detrás de un anuncio publicitario o en línea. Para denotar la clara responsabilidad de la Sociedad Nacional por un anuncio, el logotipo de esta puede figurar, por ejemplo, al final o al inicio de un anuncio, según proceda.

- > Vele por que la configuración y el nivel de resolución del logotipo sean adecuados para la difusión sin distorsiones por internet, televisión u otros medios. En los entornos digitales, en particular, puede variar la forma de ciertos contenidos.
- > Verifique que el color rojo de las imágenes de la cruz roja o de la media luna roja guarden consonancia con el tono que utiliza la Sociedad Nacional. Los colores pueden variar tanto en material impreso como en formatos digitales e incluso en pantallas de ordenadores personales.
- > Cerciórese de que en toda herramienta y en todo material de comunicación (incluidos anuncios) en los que figure el logotipo de la Sociedad Nacional se haga alusión a las actividades humanitarias de estas y no a las iniciativas comerciales o de negocios que esta pudiera tener (véase más adelante la sección relativa a iniciativas comerciales de las Sociedades Nacionales).



Prácticas no recomendadas

- > No incluya dibujos ni texto sobre las imágenes de la cruz roja o de la media luna roja ni sobre el fondo blanco alrededor de estas dentro del logotipo²⁶.
- > No produzca ningún material ni herramienta identificable con la marca distintiva que no guarde congruencia con los principios fundamentales, los valores humanitarios y el cometido del Movimiento, o que pudiera ser considerado controvertido²⁷.
- > No incorpore la cruz roja o la media luna roja como un elemento de diseño gráfico, por ejemplo, como decoración reiterada o elemento tipográfico decorativo (tales como signos de “suma” o “multiplicación”), en vista de que esas técnicas podrían socavar el prestigio del emblema.
- > No incorpore el logotipo de la Sociedad Nacional en una obra de arte ni lo utilice como elemento de diseño. En el contexto de buenas prácticas para la consolidación de la marca distintiva de una Sociedad Nacional, se considera imperioso preservar la integridad de su logotipo y no debilitar la fuerza de percepción de este utilizándolo como elemento decorativo.
- > El emblema no deberá figurar por sí solo (i.e. sin el nombre, las siglas o iniciales de la Sociedad Nacional) en productos ni herramientas de comunicación como si fuera un elemento decorativo o de diseño gráfico. Las únicas excepciones figuran explicadas en la sección siguiente sobre el uso decorativo o el diseño más libre de un emblema (páginas 12-13).



Vallas publicitarias

En el diseño y la elaboración de vallas publicitarias como vectores de comunicación pública, campañas o iniciativas promocionales se aplicarán idénticas consideraciones a las ya expuestas con respecto a material de promoción o mercadotecnia. No obstante, habida cuenta de las dimensiones de las vallas publicitarias, será importante velar por que el logotipo no domine el anuncio para evitar toda confusión con el uso de los emblemas con fines de protección. En ese sentido se deberá considerar las prácticas recomendadas y no recomendadas que figuran a continuación.

Prácticas recomendadas

- > Cerciórese de que el logotipo sea de tamaño pequeño en relación con las dimensiones de la valla publicitaria y de que no sea un elemento dominante en el diseño ni la disposición general del contenido.
- > Considere con cautela la ubicación de la valla publicitaria y evite toda instalación en lugares donde pudiera dar lugar a confusión del público y socavar ya sea el prestigio de los emblemas o el respeto del que gozan, o la reputación tanto de la Sociedad Nacional como del Movimiento, por ejemplo, junto a una institución religiosa, una instalación militar o la sede de un partido político.
- > Conceda atención a las vallas que se encuentren a proximidad y que pudieran perjudicar la percepción de la imagen del emblema o de la Sociedad Nacional, por ejemplo, anuncios de productos alcohólicos, cigarrillos, tabaco o establecimientos de apuestas y juegos de azar.



Productos con la marca distintiva destinados a la venta o a la promoción (mercadería)

En el Reglamento sobre el uso del emblema (1991) figuran varias disposiciones que regulan los artículos y servicios de marca sujetos a la producción, venta o distribución por parte de una Sociedad Nacional²⁸. Si bien es cuestión de sentido común, conviene considerar con cuidado los artículos que se destinará a la venta o a la distribución, sin olvidar las consecuencias de ello para la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento en su conjunto, así como en lo que atañe al respeto del emblema y el prestigio del cual goza. Entre los artículos destinados a la promoción o a la libre distribución pueden figurar bolígrafos, carteles, calendarios, llaveros, tapetes para ratones de ordenador, memorias USB, relojes, botiquines de primeros auxilios, pisapapeles, ropa (i.a. camisetas, gorras etc.).

Además de las prácticas recomendadas y no recomendadas relativas al material de promoción, mercadotecnia y publicidad, convendrá tener presente los consejos que figuran a continuación.

Prácticas recomendadas

- > El logotipo de la Sociedad Nacional deberá figurar de manera discreta y con pequeñas dimensiones en cualquier producto identificado con la marca distintiva que se destine a la venta o libre distribución, por ejemplo, en camisetas, gorras o botiquines de primeros auxilios, para garantizar que no exista confusión con el uso del emblema a título de protección²⁹.
- > Contemple la inclusión de un elemento de diseño gráfico, eslogan o banda publicitaria que figure junto al logotipo de la Sociedad Nacional para identificar una campaña o un acontecimiento.
- > Considere quiénes serán los usuarios de artículos identificados con la marca distintiva, por ejemplo, prendas de vestir, para impedir que esos productos sean usados en el futuro por personas sin vinculación alguna a la Sociedad Nacional, y/o en circunstancias que pudieran socavar el prestigio del emblema o el respeto del cual goza, al igual que la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento (v.g. manifestante o autor de actos de violencia vestido con camiseta identificada con la marca distintiva; gorras y camisetas identificadas con la marca distintiva donadas para distribución de segunda mano y luego utilizadas por personas en zonas de conflicto).



Prácticas no recomendadas

- > No imprima imágenes de una cruz roja o de una media luna roja de gran tamaño y sin ningún otro elemento en camisetas destinadas a la venta o a la libre distribución, ni tampoco en el frente o la espalda de camisas. Ello constituye un uso del emblema a título de protección³⁰.
- > No permita la producción de artículos identificados con la marca distintiva que pudieran prestarse a uso indebido o cuya más amplia circulación pudiera socavar el prestigio del emblema o el respeto del cual goza, al igual que la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento (v.g. navaja u otro instrumento identificado con la marca distintiva que pudiera ser utilizado como arma)³¹.
- > No permita la producción de artículos o mercancías identificados con la marca distintiva que pudieran ser utilizados por personas u organizaciones que no se interesen en preservar los intereses de la Sociedad Nacional o del Movimiento o que pudieran proyectar una imagen negativa de estos³².



Cintas, banderas o pancartas publicitarias

En la elaboración de cintas, banderas o grandes pancartas publicitarias para eventos especiales, el logotipo deberá figurar de manera discreta para evitar toda confusión con el uso del emblema a título de protección³³. Además de las prácticas recomendadas y no recomendadas relativas al material de promoción, mercadotecnia y publicidad, convendrá conceder particular atención a los consejos que figuran a continuación.

11

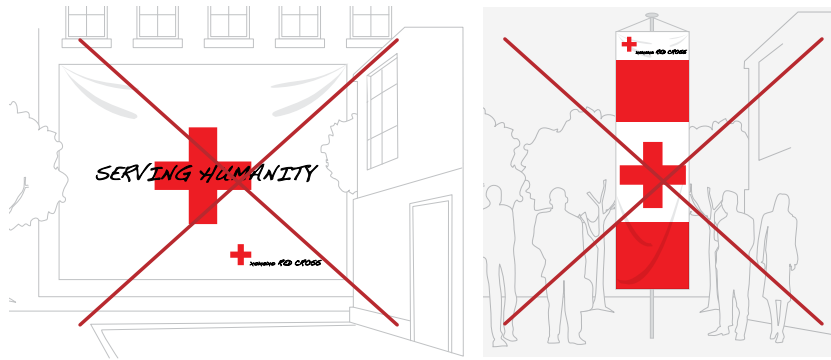
Prácticas recomendadas

- > Vele por que el logotipo figure de manera discreta, por ejemplo, en la esquina de una pancarta o en la parte inferior de una cinta publicitaria.
- > Considere las circunstancias y la ubicación en las que se mostrará la cinta, la bandera o la pancarta con el fin de preservar el prestigio del emblema y el respeto del cual goza, al igual que la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional y del Movimiento.



Prácticas no recomendadas

- > El emblema no deberá figurar por sí solo en gran formato y tamaño y sin el nombre o las iniciales de la Sociedad Nacional en cintas, banderas o pancartas, pues ello podría suscitar confusión con el uso del emblema a título de protección³⁴.

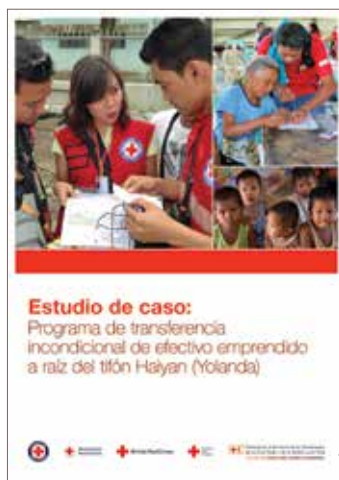


Promoción conjunta con asociados del Movimiento

Conforme se destacó anteriormente, las Sociedades Nacionales suelen establecer amplias relaciones de colaboración entre sí, con la Federación Internacional y con el CICR en actividades de promoción de su labor humanitaria. Además de las prácticas recomendadas en cuanto a material de promoción, mercadotecnia y publicidad, se sugiere la consideración de las orientaciones que constan a continuación para velar por la congruencia en las actividades conjuntas de promoción y el perfeccionamiento del material de comunicación que se elabore en el marco de esas asociaciones en el seno del Movimiento.

Prácticas recomendadas

- > Coloque los logotipos de los componentes asociados del Movimiento uno junto a otro. Desde el punto de vista de presentación visual, se recomienda alinear los emblemas tanto cuanto sea posible.
- > Verifique que exista suficiente espacio entre un logotipo y otro, y alrededor de cada uno de ellos, de manera que ese espacio equivalga a la altura de la cruz roja o la media luna roja.



Prácticas no recomendadas

- > No altere el logotipo de ninguna Sociedad Nacional o componente para que guarde armonía con los demás, por ejemplo, no transforme un diseño horizontal en un diseño vertical.



Uso decorativo o diseño más flexible del emblema

En el Reglamento sobre el uso del emblema (1991) se contempla la posibilidad de utilizar un emblema con fines decorativos o con un diseño gráfico más flexible³⁵. Esta disposición estaba destinada a favorecer el uso de los emblemas por parte de las Sociedades Nacionales de manera más creativa o dinámica para satisfacer necesidades contemporáneas en materia de comunicación y obtención de fondos. Este diseño más flexible puede consistir en una forma o en la variante de un emblema, tales como un contorno, siempre y cuando no se trate de una imitación cercana. Además, el logotipo de la Sociedad Nacional debe figurar a proximidad.

Existe también la posibilidad de que un emblema figure por sí solo en tamaño pequeño, con fines decorativos y bajo circunstancias excepcionales, únicamente si este diseño más flexible consta junto con el logotipo de la Sociedad Nacional o a proximidad de este.

El diseño más flexible se puede utilizar en asociación con acontecimientos públicos o en material destinado a la promoción de la Sociedad Nacional y/o del Movimiento, por ejemplo, en películas, publicaciones, medallas u otros símbolos de reconocimiento³⁶. En una página web, ello puede consistir en un enfoque de “reenvío inmediato” conforme al cual al pulsar sobre un emblema de diseño flexible el usuario se ve inmediatamente remitido a la página web de la Sociedad Nacional donde encontrará más amplias explicaciones sobre la campaña.

El uso de los emblemas con fines decorativos está permitido siempre y cuando la legislación nacional no lo prohíba y ello no vaya en desmedro del prestigio del emblema ni suscite confusión con respecto al uso con fines de protección. Además, el diseño más flexible no deberá de ninguna manera socavar la imagen ni la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento.

Si una Sociedad Nacional optara por la elaboración de un diseño más flexible del emblema para alguna campaña específica, convendrá tener presente las orientaciones que figuran a continuación.

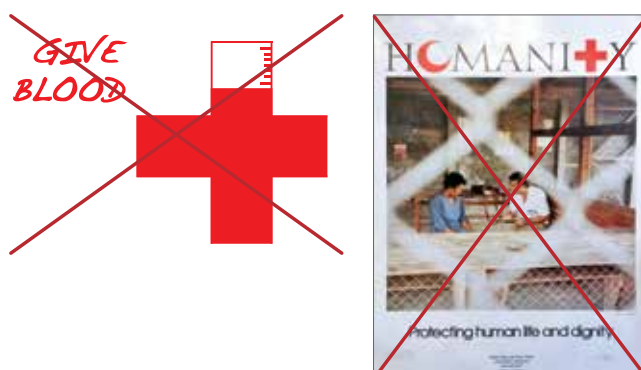
Prácticas recomendadas

- > Todo uso del emblema con fines decorativos deberá revestir carácter provisional y ser objeto de cautela y cuidadosa consideración de eventuales riesgos o circunstancias adversas.
- > El recurso a un diseño más flexible se contemplará únicamente en el marco de actividades de promoción y obtención de fondos de una Sociedad Nacional, por ejemplo, en material destinado a la promoción de esta y/o del Movimiento (i.a. vídeos, publicaciones, medios en línea) o durante acontecimientos públicos³⁷.
- > En la medida en que sea posible, el diseño más flexible del emblema deberá figurar junto con el logotipo de la Sociedad Nacional³⁸.
- > Vele por que no exista riesgo de confusión entre el diseño más flexible y el uso del emblema a título de protección³⁹.
- > Verifique que el uso del emblema con fines decorativos guarda conformidad con la legislación y el contexto nacionales. Consulte con el asesor o el departamento jurídicos de la Sociedad Nacional y, si procede, con las autoridades públicas competentes⁴⁰.



Prácticas no recomendadas

- > No se deberá utilizar el emblema con diseño más flexible en casos y circunstancias pertinentes a un uso a título indicativo, tales como en edificios, vehículos, uniformes u otras formas de identificación, al igual que en membretes de la Sociedad Nacional⁴¹.
- > No se deberá utilizar el emblema con diseño más flexible en contextos operativos o con fines operativos.
- > No se deberá incorporar el emblema con diseño decorativo en el logotipo de un componente del Movimiento ni fusionarlo en este.
- > No se deberá permitir el uso del emblema con diseño más flexible por parte de terceros asociados, con inclusión de material digital, de publicidad o de mercadotecnia de un asociado empresarial, y de artículos de terceros destinados a la venta o a la distribución.



Emblema o logotipo de una Sociedad Nacional en películas cinematográficas

Además de la producción de películas o anuncios con fines promocionales, los componentes del Movimiento a menudo elaboran películas, incluidas películas de animación, para suscitar mayor concienciación sobre determinados asuntos o problemas humanitarios, difundir las normas del derecho internacional humanitario o dar a conocer la historia y la labor del Movimiento.

El emblema o el logotipo de una Sociedad Nacional pueden figurar en las secuencias de una película siempre y cuando la situación corresponda a un uso autorizado. Por ejemplo, se puede mostrar la imagen de un emblema que identifique a una ambulancia en la que se transporta a una persona herida durante un conflicto armado. El logotipo de una Sociedad Nacional puede figurar, por ejemplo, ya sea al inicio o al final de una película para denotar que la ha producido, o sobre las prendas de vestir de los voluntarios y miembros del personal que figuran en secuencias donde prestan asistencia a raíz de un desastre. No se podrá utilizar los emblemas por sí solos y sin texto como un elemento decorativo en una película cinematográfica o en una película de animación, ni tampoco como indicación de la ubicación de las oficinas locales de organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

A continuación, constan dos ejemplos:

Reglas de la guerra (en síntesis) – <https://www.icrc.org/en/document/normas-war-nutshell>

Primeros auxilios a niños: obstrucción de vías respiratorias – <https://www.youtube.com/watch?v=EYxPDzAWrRU>



EMBLEMAS O LOGOTIPOS EN INSTALACIONES, EQUIPAMIENTO, O ARTÍCULOS DE SOCORRO DESTINADOS A LA DISTRIBUCIÓN

A menudo se solicita al personal de las Sociedades Nacionales responsable de comunicación, mercadotecnia o logística que se ocupe de la disposición del logotipo o del emblema en la propiedad, los edificios, oficinas, depósitos, vehículos, equipamiento y otros objetos, tales como uniformes y artículos para distribución.

El aspecto más importante, en este caso, es recordar que se trata de un uso indicativo del logotipo (i.e. para denotar la vinculación de la persona, la instalación o el vehículo con un componente del Movimiento), y que de ninguna manera debe dar lugar a confusión con el uso a título de protección (véase recuadro). Otra consideración fundamental reside en que únicamente el logotipo oficial de una Sociedad Nacional puede ser utilizado con fines indicativos en los edificios, instalaciones, vehículos,⁴² uniformes y otras prendas de vestir, así como en artículos de socorro para distribución⁴³.

Además, cuando una Sociedad Nacional colabora con otros componentes asociados del Movimiento, podría surgir la necesidad, o el deseo, de colocar el logotipo de la Sociedad Nacional junto con uno o más logotipos de los asociados del Movimiento en edificios, vehículos, prendas de vestir u otros artículos, conforme se explica en esta sección. Ello está permitido, siempre y cuando no existan restricciones jurídicas en virtud de la legislación nacional. La visibilidad conjunta de varios logotipos del Movimiento no deberá conllevar riesgo de confusión alguna con respecto a la actividad que desempeña cada uno de los componentes del Movimiento.

En esta sección se aporta orientación y se ilustra el uso del logotipo de una Sociedad Nacional en instalaciones, vehículos, equipamiento y otros objetos, de manera conforme a las disposiciones de los Convenios de Ginebra de 1949 y sus Protocolos adicionales, así como del Reglamento sobre el uso del emblema (1991), y las prácticas convenidas de las Sociedades Nacionales. A continuación se complementa las recomendaciones aportadas en la sección precedente con respecto al uso del emblema con fines indicativos.

Uso de los emblemas a título de protección

El uso de un emblema por sí solo corresponde a una función de protección y está destinado a la identificación de personal y equipamiento sanitario y religioso que deben ser objeto de respeto y protección en caso de conflicto armado, a tenor de lo dispuesto en los Convenios de Ginebra de 1949 y sus Protocolos adicionales⁶¹. Una Sociedad Nacional puede recurrir al uso del emblema con fines de protección en las situaciones que constan a continuación.

En primer lugar, se autoriza el uso del emblema a título de protección por parte del personal y en las instalaciones y vehículos de la Sociedad Nacional que actúen y se utilicen en cumplimiento de la función de esta en calidad de auxiliar de los servicios médicos de las fuerzas armadas y que se hayan puesto a disposición de esos servicios⁶².

En segundo lugar, los poderes públicos, de conformidad con la legislación nacional, pueden autorizar el uso del emblema con fines de protección por parte del personal médico civil y en las instalaciones y vehículos de esa índole, en caso de conflicto armado⁶³. Esta disposición también abarca a los miembros del personal, las instalaciones y vehículos sanitarios de la Sociedad Nacional que, con autorización de los poderes públicos y con arreglo a la legislación nacional pueden utilizar el emblema a título de protección. No obstante, este uso autorizado está circunscrito a situaciones de conflicto armado.

Por último, en tiempos de paz, una Sociedad Nacional puede utilizar el emblema por sí solo como medida preparatoria y con el consentimiento de las autoridades públicas para identificar las instalaciones y los vehículos sanitarios asignados para prestar servicios médicos en caso de conflicto armado⁶⁴.

Se puede obtener información adicional en: <https://www.icrc.org/eng/resources/documents/publication/p4057.htm>

Edificios, instalaciones, vehículos y equipamiento

Prácticas recomendadas

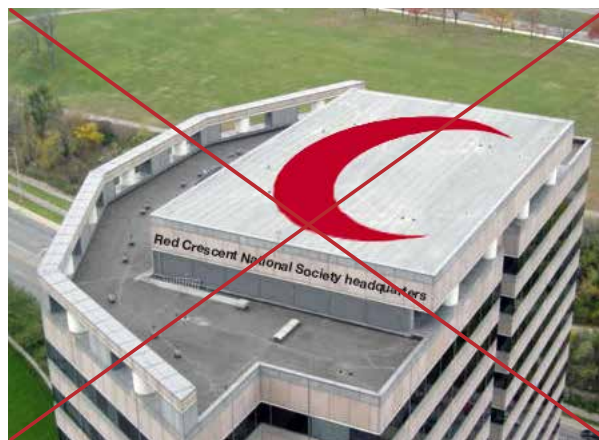
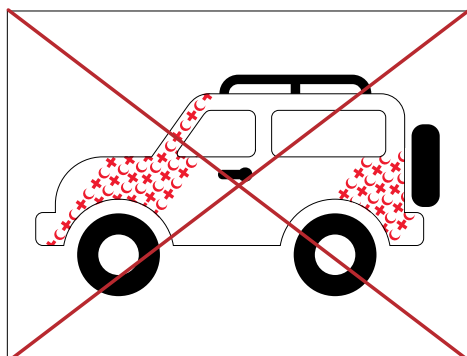
- > Verifique que únicamente el logotipo oficial de la Sociedad Nacional figura de manera visible en los edificios e instalaciones de esta (por ejemplo, para identificar hospitales, instalaciones sanitarias o dispensarios que administre la Sociedad Nacional), así como en los vehículos y demás equipamiento⁴⁴.
- > Verifique que el logotipo de la Sociedad Nacional figure siempre expuesto de manera discreta en el exterior e interior de los edificios o instalaciones de esta (por ejemplo, en la zona de recepción). El logotipo deberá tener un tamaño relativamente pequeño para evitar toda confusión con el uso del emblema a título de protección, en particular en caso de conflicto armado⁴⁵.
- > Verifique la conformidad con la legislación del país, si la Sociedad Nacional contempla permitir el uso del emblema por parte de terceros en tiempos de paz para identificar a los vehículos que funcionan como ambulancias o a los dispensarios y centros de ayuda designados para el tratamiento gratuito de los heridos y enfermos⁴⁶. En estos casos, la Sociedad Nacional deberá seguir de cerca el uso del emblema y reservarse el derecho a retirar su autorización⁴⁷.
- > Examine las actividades, la imagen y la reputación de cualquier persona u organización externas con las que la Sociedad Nacional comparta, o contemple compartir, un edificio o instalaciones. En particular, cerciórese de que la reputación y las actividades de esa persona u organización no reste prestigio al emblema o empañe la percepción que se tenga de su Sociedad Nacional y/o del Movimiento⁴⁸.
- > Considere las consecuencias que podría entrañar el despliegue de múltiples logotipos de componentes del Movimiento en los edificios, instalaciones, vehículos u otro equipamiento, en particular en el contexto de colaboración con asociados del Movimiento en entornos operativos.
- > Coloque logotipos de la Sociedad Nacional de pequeño tamaño en los vehículos proporcionados o auspiciados por asociados externos e incluya una clara explicación de la asistencia que ha recibido la Sociedad Nacional⁴⁹. Si se tratara de un asociado empresarial, verifique que este satisface los criterios de selección establecidos en la *“Política del Movimiento para las asociaciones con empresas” (2005)*⁵⁰.



Prácticas no recomendadas

- > El logotipo de la Sociedad Nacional no deberá figurar en el techo de un edificio o de un vehículo puesto que la ubicación del emblema en techos está reservada al uso de este con fines de protección en caso de conflicto armado. Existe una excepción a esta regla, a saber, los hospitales o instalaciones de una Sociedad Nacional que estén destinados a prestar atención a los heridos y enfermos en caso de conflicto armado y que, por consiguiente, cuenten con autorización para exhibir el emblema solo, en tiempos de paz, como medida preparatoria⁵¹.

- > No exhiba el emblema en edificios o instalaciones que sean propiedad de la Sociedad Nacional pero que esta no ocupe (v.g. propiedades que alquile o preste a terceros). Si la Sociedad Nacional ocupa solo una parte de un edificio, el logotipo deberá figurar únicamente en esa zona⁵².
- > El logotipo de un asociado externo no deberá figurar en los edificios, instalaciones, vehículos u otro equipamiento.



Uniformes, prendas de vestir y tarjetas de identificación

Algunos voluntarios y miembros del personal portan uniformes, diversas prendas de vestir y tarjetas de identificación con el logotipo de la Sociedad Nacional mientras desempeñan sus labores⁵³. Existen riesgos inherentes asociados al uso del logotipo de una Sociedad Nacional en los uniformes, otras prendas de vestir y tarjetas de identificación que utilizan los voluntarios y miembros del personal tanto mientras cumplen sus labores como en sus horas de ocio. Por consiguiente, las Sociedades Nacionales deberán velar por que los voluntarios y miembros del personal porten el emblema de manera que no vaya en desmedro del prestigio ni del respeto del que goza este, ni socave la imagen o la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento.

Prácticas recomendadas

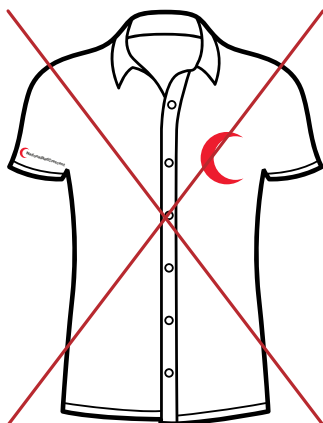
- > Únicamente el logotipo oficial de la Sociedad Nacional en formato de pequeña dimensión podrá figurar en los uniformes, insignias adosadas a los uniformes, u otras prendas de vestir o tarjetas de identificación⁵⁴. No obstante, los voluntarios y miembros del personal podrán no utilizar el nombre y las iniciales de la Sociedad Nacional junto al emblema cuando ello pudiera entorpecer su trabajo u obstaculizar el acceso seguro a las personas necesitadas, por ejemplo, en caso de tensiones y disturbios internos⁵⁵. Los voluntarios y miembros del personal podrán portar un logotipo de grandes dimensiones cuando ello facilite su identificación y acceso seguro⁵⁶.
- > Considere el establecimiento de normas que restrinjan el uso de uniformes, prendas de vestir y tarjetas de identificación en las que conste el logotipo de la Sociedad Nacional (o de otro componente del Movimiento) por parte de los miembros, voluntarios y personal de esta en actividades ajenas al trabajo o en sus tiempos de ocio. No obstante, los miembros y el personal de una Sociedad Nacional que no estén de servicio tendrán autorización para portar el logotipo de la Sociedad Nacional en un formato muy pequeño, por ejemplo, un alfiler de solapa o un accesorio⁵⁷.

- > Considere las consecuencias que podría entrañar la exhibición de múltiples logotipos de componentes del Movimiento en los uniformes u otras prendas de vestir, en particular en caso de colaboración con asociados del Movimiento en un contexto operativo.



Prácticas no recomendadas

- > No use el emblema o logotipo en brazales ni en formato de grandes dimensiones en prendas de vestir, tales como camisetas o gorras, en vista de que ello podría suscitar confusión con el uso del emblema a título de protección. No obstante, a la luz de una práctica difundida de las Sociedades Nacionales, se puede permitir el uso de logotipos de gran tamaño en los uniformes o chalecos de trabajo que portan los voluntarios y miembros del personal para facilitar su identificación y/o facilitar un acceso seguro⁵⁸.
- > No permita que personas no autorizadas o ajenas a la Sociedad Nacional o al Movimiento utilicen uniformes u otras prendas de vestir identificadas con el logotipo.



Señalización y rotulación, suministros de socorro y otros artículos destinados a los beneficiarios

Prácticas recomendadas

- > Vele por que el logotipo oficial de la Sociedad Nacional figure exclusivamente sobre los artículos de socorro destinados a los beneficiarios y en los rótulos y señales que identifiquen las actividades, los lugares de distribución y los envíos de suministros⁵⁹.
- > Vele por que únicamente en circunstancias excepcionales se proceda al uso conjunto del logotipo de la Sociedad Nacional con el logotipo de un asociado externo (v.g. financiación de un gobierno, organismo del sistema de las Naciones Unidas u otro asociado externo)⁶⁰, en particular en lo que concierne a distribuciones de artículos de socorro en contextos operativos. Cuando se deba proceder de esta manera, vele por que los logotipos figuren de manera discreta sobre los artículos para distribución y que esta práctica se limite a una actividad específica. El uso conjunto de logotipos deberá estar acompañado de una descripción de la naturaleza de la asociación y no deberá suscitar confusión entre la Sociedad Nacional y el asociado externo.



Prácticas no recomendadas

- > No permita que terceros procedan a la venta de artículos con el logotipo de la Sociedad Nacional que estaban destinados a los beneficiarios de distribuciones de suministros de socorro.



USO DE LOGOTIPOS CON ASOCIADOS EXTERNOS Y EN ACTIVIDADES COMERCIALES

Los componentes del Movimiento colaboran periódicamente con asociados externos al Movimiento. Entre estos figuran organismos gubernamentales, autoridades públicas, fuerzas armadas y de seguridad, universidades, organizaciones no gubernamentales, empresas y medios de comunicación. Estas asociaciones pueden tener propósitos de diversa índole, tales como la formación, la educación, la difusión, la concienciación y el posicionamiento⁶⁵.

Asociaciones con autoridades públicas, fuerzas armadas, fuerzas de seguridad y la sociedad civil

Las Sociedades Nacionales colaboran a menudo con universidades, grupos de reflexión, autoridades públicas, fuerzas armadas y fuerzas de seguridad, en proyectos conjuntos tales como la promoción del derecho internacional humanitario, la educación y la formación en temas de salud, o la intervención a raíz de desastres⁶⁶. Para apoyar esas actividades, a menudo se elabora material de comunicación, entre otros, publicaciones, cartas, invitaciones, certificados e identificaciones.

En los casos en los que la Sociedad Nacional financie las iniciativas de esta índole, podrá incluir su logotipo, junto con el logotipo del asociado, en el material que se produzca⁶⁷. Sin embargo, será importante verificar que las condiciones de asociación queden claramente entendidas, de manera que no exista riesgo de malentendidos que pudieran poner en entredicho la percepción de independencia y neutralidad de la Sociedad Nacional y del Movimiento⁶⁸. En los contextos más delicados, se deberá limitar, tanto cuanto sea posible, la entrega de material al público destinatario exclusivamente.

A continuación, figuran prácticas recomendadas y no recomendadas.

Prácticas recomendadas

- > Incluya una explicación que defina el carácter de la asociación externa (v.g. “en asociación con”)⁶⁹.
- > Verifique que exista suficiente espacio entre los logotipos.
- > Considere el uso que se dará al material de comunicación y cerciórese de que ello no irá en detrimento de la imagen ni la reputación de la Sociedad Nacional, ni de la percepción que se tiene de ella en calidad de agente humanitario independiente y neutral⁷⁰.
- > Verifique que el asociado conozca las normas sobre el uso de los emblemas y, en los casos en los que se suscriba un acuerdo oficial, incluya condiciones relativas al uso del logotipo de la Sociedad Nacional⁷¹.
- > En caso de que el asociado elabore material de comunicación en el que conste el logotipo de la Sociedad Nacional, asegúrese de que lo sometan a la aprobación de esta antes de publicarlo⁷².



Prácticas no recomendadas

- > No permita que se utilice el logotipo cuando el representante del Movimiento apenas participe y no organice ni sea un asociado en la celebración de un evento o la ejecución de una actividad. Puede, en su defecto, utilizar el nombre, las iniciales o siglas de la Sociedad Nacional, sin el emblema.

Asociaciones de índole comercial

De conformidad con el Reglamento sobre el uso del emblema (1991), una Sociedad Nacional debe adoptar ciertas precauciones en la colaboración con asociados comerciales a fin de preservar el prestigio de los emblemas y el respeto de que gozan, así como la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional y del Movimiento⁷³. La “Política del Movimiento para las asociaciones con empresas” (2005) (<http://www.icrc.org/eng/resources/documents/article/review/review-860-p755.htm>) aporta también orientación sobre las características que sería deseable reúna un asociado comercial, las condiciones de un proceso de selección, los procesos que cabe contemplar antes de forjar asociaciones con empresas u otros socios comerciales, y los elementos que deberían constar en contratos de asociación de esta índole⁷⁴. A continuación figuran algunos aspectos que conviene tener presente.

Correspondencia adecuada

Con el fin de preservar la solidez de la marca distintiva de cada una de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, resulta fundamental que los eventuales asociados comerciales “correspondan de manera adecuada” a la situación de la Sociedad Nacional, gocen de buena reputación y exista congruencia entre sus objetivos y principios y los del Movimiento. Ningún componente de este puede establecer una asociación con empresas u organizaciones que lleven a cabo actividades en sectores que no guarden consonancia con el Reglamento sobre el uso del emblema (1991), la “Política del Movimiento para las asociaciones con empresas” (2005) y los valores del Movimiento o que se perciba están asociadas a actividades de esa índole. Entre estas figuran, en general, actividades nocivas para la salud, por ejemplo, la producción y la distribución de tabaco y bebidas alcohólicas, la fabricación de armas, o industrias perjudiciales para el medioambiente⁷⁵.

- Verifique que la duración y el ámbito geográfico figuran claramente delimitados y convenidos con el asociado comercial⁷⁶.
 - Redacte un documento por escrito con el asociado comercial y cerciórese de que ha sido aprobado por los dirigentes de la Sociedad Nacional⁷⁷.
 - Retenga control sobre toda la iniciativa que emprenda conjuntamente con el asociado comercial (con inclusión del material publicitario o de promoción que prevea elaborar el asociado comercial para dar a conocer la asociación – véase la sección siguiente relativa a publicidad y promoción con asociados comerciales)⁷⁸.
 - Reserve el derecho de la Sociedad Nacional a rescindir en cualquier momento el contrato con el asociado comercial, incluso con notificación con poca antelación, en caso de que las actividades de este pudieran socavar el prestigio del emblema o el respeto del cual goza, al igual que la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional o del Movimiento⁷⁹.
 - Vele por que no se infiera de la asociación que el Movimiento o sus componentes avalan a la empresa o sus productos, políticas o servicios⁸⁰.
 - Vele por que el beneficio material o financiero que derive la Sociedad Nacional de la asociación sea significativo, sin por ello poner en entredicho su independencia⁸¹. En el Reglamento sobre el uso del emblema (1991) se estipula que el beneficio financiero no debe exceder un determinado porcentaje del monto total de los recursos de la Sociedad Nacional (veinte por ciento a lo sumo)⁸². La integridad del emblema y de la Sociedad Nacional a largo plazo debe primar por sobre cualquier ganancia financiera a corto plazo.
-

Recomendaciones adicionales:

- Establezca un esquema de beneficios que aporte a los asociados una amplia gama de privilegios y ventajas en función del monto de su donación o del nivel de sus aportaciones, de manera que se les otorgue adecuada visibilidad.
- Cerciérese de que el asociado comercial conozca las normas sobre el uso de los emblemas e incluya condiciones en cuanto al uso del logotipo de la Sociedad Nacional⁸³.

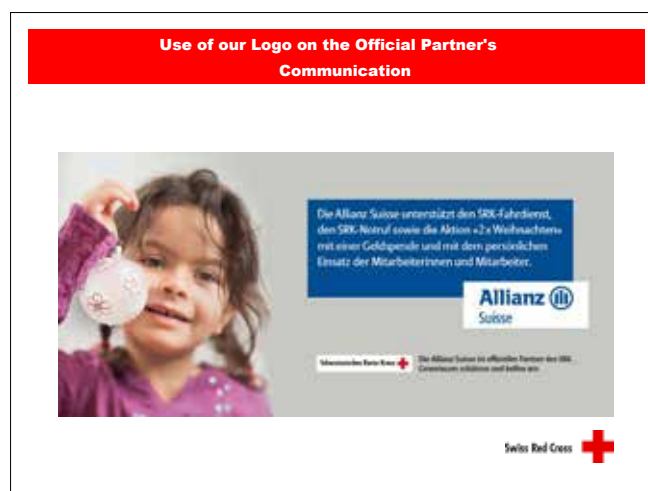
Actividades de publicidad y promoción con asociados comerciales

Los componentes del Movimiento pueden autorizar a una empresa asociada a que utilice su respectivo logotipo en material de promoción o publicidad, pero no así ni de manera directa en los productos del asociado que se destinen a la venta o a la distribución (véase la siguiente sección sobre mercadotecnia relacionada con causas)⁸⁴. En la elaboración de publicidad u otro material de promoción conjuntos, es importante dejar claras las condiciones de la asociación a fin de evitar toda percepción de que el Movimiento avala a la empresa, sus productos, o servicios⁸⁵. A través de las normas y recomendaciones que constan a continuación se desea disipar cualquier confusión.

Prácticas recomendadas

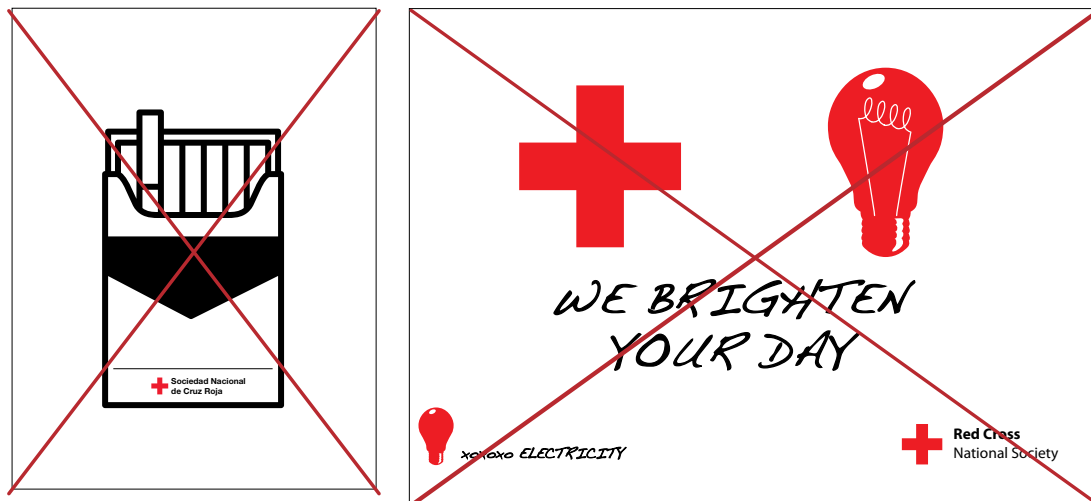
- > Deberá existir espacio suficiente entre el logotipo de la Sociedad Nacional y el logotipo del asociado comercial. En el logotipo de la Sociedad Nacional no deberá figurar ningún otro logotipo, texto o gráfico.
- > Se deberá incluir una clara explicación de la asistencia que recibe la Sociedad Nacional del asociado comercial⁸⁶, con el fin de evitar cualquier malentendido acerca de la relación con el asociado y velar por que no se infiera que la Sociedad Nacional avala un producto o servicio. Esto se podría lograr, entre otros, mediante la adición de un texto que rece: “en asociación con”, “en apoyo de” o “campana a favor de” seguido del nombre de la Sociedad Nacional.
- > Vele por que el logotipo sea de tamaño pequeño y en modo alguno sea el elemento dominante en el diseño gráfico o en la disposición de elementos en el material de promoción⁸⁷.
- > Cerciérese de que las condiciones y circunstancias relativas al uso del logotipo de la Sociedad Nacional figuren claramente definidas en un acuerdo formal y de que la Sociedad Nacional retenga el control de la campaña⁸⁸. La Sociedad Nacional debería también reservarse el derecho a rescindir el acuerdo en cualquier momento y con notificación con poca antelación⁸⁹.

23



Prácticas no recomendadas

- > No permita que el asociado comercial elabore material o mensajes que pudieran dar lugar a confusión o insinuar que el asociado es un componente del Movimiento⁹⁰. No es inusual que los asociados externos intenten utilizar los emblemas de maneras que no guardan consonancia con el Reglamento sobre el uso del emblema (1991) o indican de manera implícita una condición especial como resultado de una asociación demasiado estrecha con los emblemas.
- > No permita que el asociado comercial elabore diseños de arte gráfico que generen confusión con respecto a los emblemas⁹¹, en particular a través del uso de estos con fines decorativos o bajo formatos de diseño más flexible.



Actividades de mercadotecnia relacionadas con causas por parte de asociados comerciales – visibilidad en productos, empaques y envases

En la asociación con una empresa comercial, una Sociedad Nacional no puede permitir que el emblema o su logotipo figuren directamente adosados a productos destinados a la venta o la distribución por parte del asociado o vinculados a servicios comerciales⁹². Los artículos de esa índole suelen estar diseñados para perdurar en el tiempo y la Sociedad Nacional no ejercería, así, control alguno sobre su uso.

No obstante, un asociado empresarial podría contar con la autorización para incluir el nombre de la Sociedad Nacional sobre un producto, acompañado de una explicación relativa al apoyo que este proporciona a la Sociedad Nacional, por ejemplo, donación total o parcial de las ganancias a la Sociedad Nacional. En esta mención se deberá dejar claro el beneficio que recibirá la Sociedad Nacional, sin que se lo perciba como un aval del asociado comercial o del producto⁹³.

Conforme a lo anterior, aunque el logotipo con el emblema no puede figurar en un producto destinado a la venta por parte de terceros⁹⁴, es posible exhibir el emblema en el envase o la envoltura de un producto junto con un asociado comercial.

La envoltura o el embalaje de un producto se considera como un elemento añadido a este y destinado a ser desechado una vez que se logra acceso al producto. La posibilidad de uso o reutilización debe ser objeto de consideración fundamental. Por ejemplo, no se permite que el logotipo de una Sociedad Nacional figure sobre una botella de bebidas en vista de que esta forma parte integrante del producto. No

obstante, cabría la posibilidad de exhibir el logotipo en el embalaje conjunto de varias botellas (i.e. el recubrimiento plástico que mantiene juntas a varias botellas).

Entre otros ejemplos de material de embalaje o envoltura en el que podría figurar el logotipo de una Sociedad Nacional están los elementos de empaquetamiento externo (v.g. la caja o el cartón que rodea a una barra de jabón) y los anillos o etiquetas que rodean el cuello de botellas y que el usuario deberá romper y desechar para consumir el producto.

Prácticas recomendadas

- > Vele por que el logotipo de su Sociedad Nacional figure únicamente en material de envoltura o embalaje que se desechará para poder acceder al producto o una vez este consumido (v.g. envoltura plástica alrededor de un producto o etiqueta colocada en el cuello de una botella).
- > Vele por que el logotipo de la Sociedad Nacional que figure sobre elementos de envoltura o embalaje sea de tamaño pequeño.
- > Se deberá incluir una clara explicación de la asociación entre el componente del Movimiento y el asociado comercial⁹⁵. Esto se podría lograr, entre otros, mediante la adición de un texto que rece: “en asociación con”, “en apoyo de” o “campana a favor de”, seguido del nombre de la Sociedad Nacional.
- > Cerciórese de que el uso del logotipo de la Sociedad Nacional sobre elementos de envoltura o embalaje esté circunscrito en el tiempo y en un ámbito geográfico e incluya esas condiciones en el acuerdo que se suscriba con el asociado comercial⁹⁶.
- > Vele por que se aplique la “Política del Movimiento para las asociaciones con empresas” (2005) y, en particular, los criterios de orientación.
- > Antes de consentir en la exhibición del logotipo sobre elementos de envoltura o embalaje de un producto, analice los riesgos y las consecuencias adversas que podría conllevar la vinculación a este, así como la calidad y la reputación de la cual goza ese producto⁹⁷.
- > Obtenga el consentimiento de otras Sociedades Nacionales en cuyo territorio el asociado del sector privado procederá a la venta o a la distribución de un producto sobre el cual figure directamente, o en su envoltura, el logotipo de la Sociedad Nacional.



Prácticas no recomendadas

- > No permita que el logotipo de la Sociedad Nacional figure sobre elementos de envoltura o embalaje de carácter permanente o que formen parte integrante de la estructura del producto (v.g. caja de cereal, etiqueta de una botella etc.)⁹⁸.
- > No utilice el logotipo de la Sociedad Nacional sobre elementos de envoltura o embalaje que no estén destinados a ser desechados una vez consumido el producto o que podrán ser objeto de uso ulterior o alternativo.
- > No utilice el emblema por sí solo sobre elementos de envoltura o embalaje sin que vaya acompañado del nombre, las siglas o iniciales de la Sociedad Nacional, a fin de evitar toda confusión con el uso del emblema a título de protección⁹⁹.
- > No autorice el uso del emblema con fines decorativos o bajo un formato de diseño más flexible sobre elementos de envoltura o embalaje de un producto.



Proveedores de servicios

No se recomienda conceder autorización, si se la solicitara, para que un proveedor de servicios (por ejemplo, una empresa que haya prestado o propuesto servicios a un componente del Movimiento en contraparte de honorarios, precios reducidos o pro bono) utilice la referencia de la Sociedad Nacional para promover sus propios servicios. Sin embargo, podrán incluir el nombre de esta en su lista de clientes.

Asimismo, con autorización previa de la Sociedad Nacional, un proveedor de servicios podrá utilizar el nombre, las siglas o una fotografía de esta en la que se deje constancia de su labor humanitaria (ello podrá incluir elementos en los que figure el logotipo).

Emblemas y logotipos en películas y obras de televisión producidas por terceros

Las empresas de producción de obras cinematográficas y de televisión solicitan a veces autorización para exhibir los emblemas en películas o programas de televisión. Si bien se puede conceder esas autorizaciones, cabrá considerar con cautela los eventuales

riesgos que ello podría conllevar para el prestigio y el respeto del emblema y/o la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional y del Movimiento.

Se puede permitir el uso de los emblemas de la cruz roja o de la media luna roja para indicar y representar la protección de personal e instalaciones sanitarios en tiempos de guerra o para la identificación de los voluntarios, miembros del personal y hospitales de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

Lamentablemente, las empresas de producción de obras cinematográficas y de televisión no siempre solicitan la autorización de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja para exhibir el emblema o para hacer referencia a un componente del Movimiento o a alguien asociado con este. En esos casos, se deberá recurrir al departamento jurídico o solicitar orientación por parte del CICR.

No obstante, cuando se solicite autorización, conviene tener presente las prácticas que figuran a continuación.

Prácticas recomendadas

- > Solicite, a fines de consulta, un ejemplar del guion y la descripción de la representación contemplada de los emblemas o del logotipo de la Sociedad Nacional.
- > Solicite que, de ser posible, se le permita observar un ejemplo de la forma en la cual se exhibirá el emblema de la cruz roja o de la media luna roja, para cerciorarse de que ello guarde consonancia con las disposiciones del derecho internacional humanitario y con las normas y reglas pertinentes del Movimiento.
- > Vele por que toda representación de la utilización del emblema de la cruz roja o de la media luna roja corresponda a un uso autorizado de este a tenor de los Convenios de Ginebra y sus Protocolos adicionales y del Reglamento sobre el uso del emblema (1991). Si se hiciera alusión a un evento histórico en el cual se hubiera exhibido el emblema de la cruz roja o de la media luna roja, cerciórese de que se describa también los hechos de manera veraz.
- > Verifique que el hilo conductor narrativo no describa de manera desfavorable al Movimiento y que la película no se proyectará o distribuirá en contextos que pudieran generar problemas para alguno de los componentes del Movimiento o poner en entredicho el acceso seguro del que goza para asistir a las personas o comunidades vulnerables. Así, por ejemplo, no se deberá autorizar las películas o los programas de televisión en los que se observa a voluntarios o miembros del personal de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja que se comportan de manera contraria a los objetivos o a los principios fundamentales del Movimiento.
- > Deje constancia escrita de toda autorización y aclare que esta reviste carácter puntual y se limita a una producción cinematográfica específica. Aproveche la oportunidad para explicar la existencia de rigurosas normas (y leyes nacionales) fundamentadas en el derecho internacional humanitario que rigen el uso de los emblemas.
- > Considere las eventuales repercusiones negativas que podría tener una película para otros componentes del Movimiento o para este en conjunto.

Prácticas no recomendadas

- > No conceda autorización alguna sin comprender plenamente la naturaleza de la película o del programa de televisión, así como la forma en la cual se exhibirá los emblemas y la imagen que se proyectará del Movimiento y sus componentes.
- > No permita que las empresas de producción o de difusión utilicen los emblemas o logotipos en actividades de promoción sin acuerdo previo al respecto y autorización por escrito.

Iniciativas comerciales de las Sociedades Nacionales

Las Sociedades Nacionales a menudo emprenden actividades comerciales o de negocios directas con el fin de generar ingresos, entre otros, por ejemplo, cursos comerciales de formación en primeros auxilios, tiendas de segunda mano o de víveres, o la gestión de hoteles y hostales. Al emprender esas iniciativas, conviene considerar las eventuales repercusiones de esas actividades en lo que atañe a la identidad, la imagen y la reputación de la Sociedad Nacional en calidad de organización humanitaria de servicio voluntario y del Movimiento en conjunto, así como las consecuencias con respecto a los emblemas. La Sociedad Nacional deberá velar por que las actividades se lleven a cabo de conformidad con la legislación nacional y cerciorarse de que estén permitidas a tenor de la condición jurídica de la Sociedad Nacional en el país.

Prácticas recomendadas

- > Mantenga un equilibrio razonable entre las actividades humanitarias y las actividades comerciales o lucrativas de la Sociedad Nacional.
- > Contemple el establecimiento de una entidad jurídica distinta dotada de estructuras administrativas propias a la que se confíe la gestión de la iniciativa comercial, con el fin de evitar confusión por parte del público entre la Sociedad Nacional y su actividad comercial.
- > Contemple la elaboración de un nuevo logotipo y elementos de identidad visual que no incluyan el emblema e identifiquen la iniciativa comercial de la Sociedad Nacional.

Prácticas no recomendadas

- > No utilice el logotipo de la Sociedad Nacional cuando la actividad comercial de esta esté separada de la labor y sus objetivos humanitarios o no esté vinculada a estos, por ejemplo, actividades de hotelería, la producción de artículos destinados a la venta, i.a. agua embotellada.
- > No emprenda actividades comerciales que sean incompatibles con los principios fundamentales, los valores humanitarios o el cometido del Movimiento, que pudieran suscitar polémica o que no guarden consonancia con el derecho internacional humanitario ni las normas reconocidas en materia de derechos humanos.

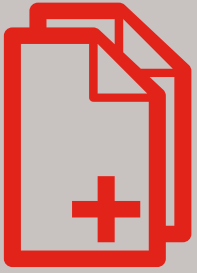
CONCLUSIÓN

Este documento está destinado a aportar un panorama amplio e integral del correcto uso de los emblemas distintivos y de los logotipos de los componentes del Movimiento. Se ha incluido también prácticas positivas de consolidación de las marcas distintivas con el ánimo de fortalecerlas a título individual y colectivo. Además de las prácticas recomendadas y no recomendadas que figuran en esta guía, se sugiere que, siempre que sea posible, las Sociedades Nacionales consideren la adopción de las medidas que constan a continuación.

- Elaboración de normas internas sobre el uso del emblema por parte de los miembros, los voluntarios y el personal de la Sociedad Nacional¹⁰⁰. Revisten particular importancia las reglas relativas al uso de los emblemas y logotipos en los edificios, instalaciones, vehículos y otro equipamiento, tales como los uniformes de los voluntarios y miembros del personal de las Sociedades Nacionales.
- Organización de cursos de formación sobre el uso de los emblemas distintivos destinados a los voluntarios y miembros del personal de la Sociedad Nacional.
- Designación de un coordinador o de una unidad específica dentro de la Sociedad Nacional para que brinde asesoramiento sobre cuestiones relativas al uso del emblema o del logotipo. Podría tratarse del asesor jurídico en derecho internacional humanitario, el asesor jurídico sobre temas empresariales, el departamento jurídico, el funcionario responsable de mercadotecnia, un miembro del departamento de comunicación u otro funcionario responsable de temas de comunicación. No duden en plantear cualquier inquietud al CICR o a la Federación Internacional.

14. I Convenio de Ginebra, artículo 38.
15. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 5.
16. *Ibid.*
17. La recomendación de un emblema en dos dimensiones emana de las directrices de diseño gráfico elaboradas por la Federación Internacional ("Red cross, red crescent and red crystal emblems: Design guidelines"). Ello no consta de manera específica en el Reglamento sobre el uso del emblema (1991).
18. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 5.
19. *Ibid.*
20. *Ibid.*
21. *Ibid.*, artículo 1.
22. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 2.
23. *Ibid.*, artículo 23.
24. *Ibid.*, artículo 1.
25. *Ibid.*, artículo 4.
26. *Ibid.*, artículo 5, párrafo 2.
27. *Ibid.*, artículo 3.
28. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 2.
29. *Ibid.*
30. *Ibid.*
31. *Ibid.*
32. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 d) y comentario al apartado 3 inciso d).
33. *Ibid.*, artículo 4.
34. *Ibid.*
35. *Ibid.*, artículo 5, párrafo 3.
36. *Ibid.*
37. *Ibid.*
38. *Ibid.*
39. *Ibid.*, artículo 5, comentario a los apartados 2 y 3.
40. *Ibid.*, artículo 5, párrafo 3 y comentario a los apartados 2 y 3.
41. *Ibid.*, artículo 5, comentario a los apartados 2 y 3.
42. Conviene recordar que toda interacción con un voluntario o miembro del personal de una Sociedad Nacional tiene repercusiones para la imagen de estas. Las Sociedades Nacionales deberían dotarse de procedimientos para cerciorarse de que todo conductor de un vehículo identificado con la marca distintiva de la Sociedad Nacional conduzca con cuidado y obedezca todas las leyes nacionales de circulación vial.
43. *Ibid.*, artículos 19, 21 y 27.
44. *Ibid.*, artículos 19 y 21.
45. *Ibid.*, artículo 19, párrafo 3.
46. I Convenio de Ginebra, artículo 44, párrafo 3; Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 22.
47. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 22, párrafo 2.
48. *Ibid.*, artículo 19, comentario al apartado 2.
49. *Ibid.*, artículo 23, comentario al apartado 3, incisos a) y b) y comentario al apartado 4.
50. Consejo de Delegados, "Política del Movimiento para las asociaciones con empresas" (anexo a la resolución 10), sección 3, Seúl, 2005.
51. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 13.
52. *Ibid.*, artículo 20.
53. Es importante señalar que el CICR no permite que los miembros del personal porten uniformes; en lugar de ello, estos utilizan chalecos de trabajo amovibles identificados con la insignia como símbolo de protección, mientras desempeñan actividades sobre el terreno.
54. *Ibid.*, artículo 16, párrafo 3.
55. *Ibid.*, artículo 16, comentario al apartado 3.
56. Los socorristas de las Sociedades Nacionales cuentan con esta posibilidad a tenor del Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 16, comentario al apartado 1. Habida cuenta de la práctica difundida por parte de las Sociedades Nacionales, en situaciones de conflicto armado y tensiones o disturbios internos, y sin objeción por parte de los Estados, se considera que los voluntarios y miembros del personal de una Sociedad Nacional pueden a veces utilizar logotipos de grandes dimensiones, aunque recurriendo a esta práctica con parsimonia.
57. *Ibid.*, artículo 16, párrafo 2.
58. *Ibid.*, artículo 16, comentario al apartado 1.
59. *Ibid.*, artículo 27.
60. *Ibid.*, artículo 25.
61. I Convenio de Ginebra, artículos 40 y 41; Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 1, párrafo 1.
62. I Convenio de Ginebra, artículo 26.
63. Protocolo adicional I, artículo 18, párrafo 4; Reglamento sobre el uso del emblema (1991), Introducción, sección 2, párrafo 3; y Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 9, comentario al apartado 1.
64. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 13.
65. *Ibid.*, artículo 25.
66. *Ibid.*
67. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3.
68. *Ibid.*, artículo 23, párrafos 3 a) y c).
69. *Ibid.*, artículo 23, comentario al apartado 3, incisos a) y b), y comentario al apartado 4.
70. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a).
71. Toda violación deliberada de estas condiciones concederá, inter alia, a la Sociedad Nacional el derecho a rescindir el contrato con efecto inmediato y exonerándola de cualquier obligación de resarcimiento, de conformidad con el Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 23, párrafo 4.
72. *Ibid.*

73. *Ibid.*, artículo 23.
74. Consejo de Delegados, “Política del Movimiento para las asociaciones con empresas”, (anexo a la resolución 10), secciones 3 a 5, Seúl, 2005.
75. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 23, párrafo 3 d).
76. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 c).
77. Consejo de Delegados, “Política del Movimiento para las asociaciones con empresas” (anexo a la resolución 10), sección 5, Seúl, 2005; Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 23, párrafo 3 g) y h).
78. Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 23, párrafo 3 b).
79. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 e).
80. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a) y comentario al apartado 3 incisos a) y b).
81. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 f).
82. *Ibid.*
83. La violación deliberada de estas condiciones conferirá, inter alia, a la Sociedad Nacional el derecho a rescindir el contrato con efecto inmediato y exonerándola de cualquier obligación de resarcimiento, de conformidad con el Reglamento sobre el uso del emblema (1991), artículo 23, párrafo 4.
84. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 4 y comentario al apartado 4.
85. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a) y b).
86. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a) y párrafo 4.
87. *Ibid.*, artículo 23, comentario al apartado 4.
88. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 4.
89. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 e).
90. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a) y párrafo 4.
91. *Ibid.*
92. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 4 y comentario al apartado 4.
93. *Ibid.*, artículo 23, comentario al apartado 4.
94. *Ibid.*, artículo 24, párrafo 1.
95. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a) y párrafo 4.
96. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 c).
97. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 3 a).
98. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 4.
99. *Ibid.*, artículo 23, párrafo 2.
100. En consonancia con el artículo 7 del Reglamento sobre el uso del emblema (1991).



EN LA PÁGINA DE LA COMUNIDAD DE PRÁCTICA DEDICADA A LA INICIATIVA INTERNACIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA DISTINTIVA EN LA PLATAFORMA FEDNET ENCONTRARÁ DOCUMENTOS, ESTUDIOS DE CASO Y EJEMPLOS ADICIONALES.



[HTTPS://FEDNET.IFRG.ORG/ES/COMMUNITIES/COMUNIDADES-DE-PRACTICA/](https://fednet.ifrc.org/es/communities/comunidades-de-practica/)



APRECIAREMOS RECIBIR EJEMPLOS DE PRÁCTICAS Y ESTUDIOS DE CASO PARA PUBLICACIÓN EN LA PÁGINA DE LA COMUNIDAD DE PRÁCTICA.

No dude en solicitar información adicional sobre las herramientas de posicionamiento de la marca distintiva de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, dirigiéndose a:

Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR)

Michelle Rockwell

Jefa de la Unidad de Comercialización Social

Tel.: +41 22 730 2412

Correo electrónico: mrockwell@icrc.org

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja

Departamento de Comunicación

Correo electrónico: secretariat@ifrc.org

Tel.: +41 22 730 42 22

Fax: +41 22 733 03 95

Cruz Roja Media Luna Roja

Iniciativa internacional para el posicionamiento de la marca distintiva