



INAF

INSTITUTO NACIONAL DEL FÚTBOL
DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

COMUNICACIONES

Reglamento

REGLAMENTO

Este Reglamento orienta y regula las actividades de Comunicaciones del INAF.

Capítulo I: Disposiciones Generales

Para asegurar la correcta implementación de la Política de Comunicaciones del INAF y garantizar la coherencia, efectividad y alineación de todas las acciones comunicacionales llevadas a cabo por la institución y sus miembros, se establece el presente Reglamento. Las siguientes disposiciones generales definen el marco fundamental que orienta su aplicación, estableciendo su objeto, ámbito, principios rectores, denominación oficial y el rol del área responsable de la gestión comunicacional.

Artículo 1: Objeto y Ámbito de Aplicación

El presente Reglamento tiene por objeto establecer las normas, procedimientos y responsabilidades que rigen las comunicaciones internas y externas del INAF, con el fin de consolidar la función comunicacional como un eje que articule y potencie la identidad institucional, fomente la cohesión de la comunidad, apoye los procesos académicos y de Vinculación con el Medio (VcM), y posicione al Instituto como un actor relevante en el ámbito del deporte y la actividad física, en concordancia con la Política de Comunicaciones vigente.

Este reglamento busca operacionalizar dicha política, detallando las directrices para alcanzar sus objetivos específicos, incluyendo:

- a. El fortalecimiento de la imagen e identidad institucional.
- b. La optimización de la comunicación interna.
- c. La gestión de la comunicación externa.
- d. El apoyo comunicacional y la difusión de la Vinculación con el Medio.
- e. El potenciamiento de la visibilidad y reputación institucional.
- f. La fidelización de la comunidad INAF y sus públicos de interés.
- g. La contribución a los objetivos de captación y difusión de programas.
- h. La implementación de mecanismos de evaluación y mejora continua en comunicación.

Sus disposiciones son de aplicación obligatoria para todas las unidades académicas y administrativas, así como para todos los miembros de la comunidad INAF (directivos, docentes, estudiantes, funcionarios y colaboradores) en el ejercicio de sus funciones o en representación de la institución.

Artículo 2: Principios Rectores

Toda acción comunicacional del INAF se regirá por los principios establecidos en la Política de Comunicaciones vigente, asegurando la coherencia institucional, transparencia, oportunidad, responsabilidad compartida, protección de la identidad visual.

Artículo 3: Denominación Institucional Oficial

El nombre oficial de la institución es "Instituto Nacional del Fútbol, Deporte y Actividad Física". Podrá utilizarse su acrónimo "INAF" o, según el contexto lo requiera, la denominación "Instituto Profesional Instituto Nacional del Fútbol, Deporte y Actividad Física". El uso correcto de la denominación es obligatorio en toda comunicación oral o escrita, interna o externa.

Artículo 4: El Área de Comunicaciones

El Área de Comunicaciones es la unidad responsable de proponer, implementar y supervisar las estrategias, planes y acciones comunicacionales del INAF, de acuerdo con la Política y este Reglamento. Sus funciones principales incluyen la gestión de la comunicación interna y externa, relaciones con medios, administración de plataformas digitales, gestión de la marca institucional y apoyo comunicacional a las distintas áreas del Instituto.

Capítulo II: Identidad Visual y Uso de Marca

Artículo 5: Manual de Imagen Corporativa

El Manual de Imagen Corporativa (MIC) es el documento oficial que establece las normas para la correcta construcción y aplicación de la marca INAF (logotipos, colores, tipografías, etc.). Su cumplimiento es obligatorio para asegurar la coherencia y el reconocimiento de la

identidad visual institucional. El Área de Comunicaciones será responsable de mantenerlo actualizado y difundirlo.

Artículo 6: Aplicación de la Marca

Toda pieza o material de comunicación, tanto físico como digital (documentos, presentaciones, publicaciones web, redes sociales, material publicitario, vestimenta institucional, etc.), que utilice la marca INAF, deberá ajustarse estrictamente a las directrices establecidas en el MIC. Cualquier nuevo desarrollo que involucre la marca institucional deberá contar con la revisión y aprobación previa del Área de Comunicaciones. Se facilitará un kit de comunicaciones básico con los elementos esenciales de la marca

Capítulo III: Comunicación Interna

Artículo 7: Canales Internos Oficiales

Los canales oficiales para la comunicación de información institucional a la comunidad INAF son: Intranet, correo electrónico institucional (@inaf.cl), página web (sección interna/noticias), U-Campus, e Intranet, diarios murales autorizados, boletines internos y otros que el Área de Comunicaciones defina formalmente.

Artículo 8: Responsabilidades de Información (Jefaturas y Áreas)

Las jefaturas y responsables de cada área deben asegurar la entrega oportuna y veraz de la información relevante de su gestión al Área de Comunicaciones para su adecuada difusión interna o externa. Asimismo, son responsables de bajar la información institucional pertinente a sus respectivos equipos.

Artículo 9: Responsabilidad de la Comunidad

Es deber de todos los miembros de la comunidad INAF mantenerse informados sobre el acontecer institucional, las directrices organizacionales y la normativa vigente, a través de la consulta regular de los canales oficiales de comunicación interna. El Área de Comunicaciones velará por facilitar el acceso a esta información.

Capítulo IV: Comunicación Externa

Artículo 10: Canales Externos Oficiales

Los canales oficiales para la comunicación externa del INAF son: página web institucional (www.inaf.cl), perfiles oficiales en redes sociales (gestionados o supervisados por el Área de Comunicaciones), comunicados de prensa emitidos por el Área de Comunicaciones, y las declaraciones de los voceros institucionales autorizados. Toda información relevante destinada al público externo debe ser canalizada y gestionada a través del Área de Comunicaciones.

Artículo 11: Vocería Institucional

Los voceros institucionales son las únicas personas autorizadas para hablar en nombre del INAF ante medios de comunicación y otros actores externos sobre temas institucionales. El Rector es el principal portavoz y podrá delegar esta función en otras autoridades o expertos según el tema. El Área de Comunicaciones coordinará las vocerías y proporcionará la orientación necesaria sobre mensajes clave y protocolos a quienes sean designados como portavoces.

Artículo 12: Relación con Medios de Comunicación

Toda interacción con medios de comunicación (entrevistas, conferencias de prensa, envío de comunicados, respuesta a consultas) debe ser coordinada y gestionada por el Área de Comunicaciones, quien velará por la correcta transmisión de los mensajes institucionales y la protección de la imagen corporativa.

Artículo 13: Publicidad y Marketing

Todas las acciones de publicidad y marketing institucional, en cualquier formato, constituyen comunicación pública y deben ajustarse a los lineamientos de la Política de Comunicaciones y el MIC. Estas acciones deberán ser diseñadas o visadas por el Área de Comunicaciones antes de su implementación.

Artículo 14: Plataformas Digitales y Redes Sociales

La gestión de la página web institucional y los perfiles oficiales del INAF en redes sociales es responsabilidad del Área de Comunicaciones. Todo contenido publicado en estas plataformas debe ser coherente con la identidad, valores y lineamientos gráficos del Instituto. La creación de nuevos perfiles o sitios web asociados al INAF requiere autorización previa del Área de Comunicaciones.

Artículo 15: Comunicaciones en Actividades Externas y VcM

La comunicación asociada a proyectos de Vinculación con el Medio, convenios, participación en ferias, seminarios o cualquier actividad donde se represente al INAF externamente, debe coordinarse con el Área de Comunicaciones para asegurar la coherencia del mensaje y el correcto uso de la marca institucional.

Capítulo V: Procedimientos y Responsabilidades

Artículo 16: Solicitudes al Área de Comunicaciones

Toda solicitud de apoyo al Área de Comunicaciones (diseño gráfico, difusión de noticias, cobertura de eventos, asesoría comunicacional, etc.) deberá realizarse formalmente a través del correo electrónico institucional u otro canal que se defina, indicando claramente el requerimiento y los plazos necesarios. La priorización de las solicitudes será definida por el Área de Comunicaciones, en coordinación con Rectoría en casos específicos.

Artículo 17: Revisión y Aprobación de Contenidos

Todo contenido de carácter institucional destinado a difusión masiva, tanto interna como externa, a través de los canales oficiales, debe contar con la revisión y aprobación del Área de Comunicaciones y/o las autoridades pertinentes, según corresponda, antes de su publicación o envío.

Artículo 18: Responsabilidad Individual sobre Opiniones

Las opiniones expresadas por miembros de la comunidad INAF en sus redes sociales personales o en cualquier ámbito público, al margen de los canales oficiales o sin actuar como vocero designado, son de su exclusiva responsabilidad y no representan necesariamente la posición oficial del Instituto. Se recomienda prudencia y respeto al emitir opiniones que pudiesen asociarse indirectamente con la institución.

Artículo 19: Gestión de Crisis Comunicacionales

Ante situaciones de crisis o contingencias que puedan afectar la reputación o el normal funcionamiento del INAF, la gestión de la comunicación será centralizada por Rectoría y el Área de Comunicaciones, quienes definirán la estrategia, los mensajes clave y los voceros autorizados. Ningún miembro de la comunidad deberá emitir declaraciones públicas sobre la crisis sin autorización expresa.

Capítulo VI: Disposiciones Finales

Artículo 20: Incumplimiento

El incumplimiento de las disposiciones establecidas en este Reglamento podrá dar lugar a las responsabilidades y/o sanciones administrativas que correspondan, de acuerdo con la normativa interna del INAF.

Artículo 21: Modificaciones al Reglamento

El presente Reglamento podrá ser modificado por el Comité Ejecutivo del INAF o la instancia que este designe, previa propuesta fundamentada del Área de Comunicaciones u otras unidades pertinentes.

Artículo 22: Vigencia

El presente Reglamento entrará en vigencia a partir de la fecha de dictación de la resolución o decreto de Rectoría que lo apruebe.