

## REGLAMENTO DE COMUNICACIONES

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](http://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: Vicería**

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: Solicituds 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.