

POLÍTICA

DE COMUNICACIONES



INSTITUTO NACIONAL DEL FÚTBOL
DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEL INAF

El Instituto Nacional del Fútbol Deporte y Actividad Física (INAF), en el marco de sus competencias académicas, establece los lineamientos generales en lo referente a la política institucional de comunicaciones, conducente a fijar aquellas acciones que contribuyan a promover la imagen e identidad de esta Casa de Estudios Superiores ante la comunidad.

PRINCIPIOS ORIENTADORES

- EL INAF promueve, bajo la premisa de una comunicación veraz, oportuna y transparente, sus acciones por medio de campañas y estrategias, sean estas de alcance interno o externo.
- Toda comunicación que se emita debe estar alineada con los principios y valores que sustentan nuestro proyecto institucional.

OBJETIVO GENERAL

Conducir las acciones de comunicación que contribuyan a fortalecer la identidad institucional para desarrollar espacios de encuentro, intercambio y participación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Mantener la imagen institucional bajo una efectiva y coherente estrategia comunicacional que esté centrada en la misión, visión, principios y valores del instituto.
- b. Fidelizar a nuestra comunidad interna y externa, estableciendo una correcta difusión de las acciones del INAF, garantizando la adecuada proyección de la imagen corporativa.
- c. Facilitar la comunicación entre los distintos estamentos de la comunidad institucional y con los diferentes actores externos con que se relaciona el INAF.

- d. Involucrar comunidades afines para desarrollar acciones conjuntas coherente con nuestra Misión Institucional.

DIRECTRICES

Lo establecido en la presente Política, se aplica en todos los ámbitos de acción del Instituto, las que han de considerarse, para tal efecto, lo siguiente:

- a. El nombre público que debe utilizarse para referirse a la institución es “Corporación Instituto Nacional del Fútbol, Deporte y Actividad Física” o su acrónimo “INAF”, ya sea en forma oral o escrita.
- b. Podrá utilizar también, de acuerdo al contexto, la denominación “Instituto Profesional, Instituto Nacional del Fútbol, Deporte y Actividad Física”, y la sigla “IP INAF”.
- c. Los portavoces institucionales son las caras visibles a través de las cuales el INAF se comunica con los diferentes públicos, de acuerdo a las temáticas que sean requeridas.
- d. El principal portavoz es el Rector, no obstante, puede delegar esa función cuando lo estime necesario.
- e. Las opiniones vertidas por cualquier miembro de la comunidad, al margen de los canales oficiales, no representarán necesariamente el pensamiento del Instituto y será de responsabilidad exclusiva de quienes las emitan.
- f. Los canales de comunicación oficiales del INAF, serán gestionados, supervisados y administrados por el área de Comunicaciones, dependiente de la Vicerrectoría de Vinculación con el Medio.
- g. INAF utilizará diferentes medios de comunicación internos para socializar la información oficial a la comunidad, según corresponda. Esto incluye, entre otros: reuniones informativas, memorandos, boletines, piezas gráficas, folletería, resoluciones y reglamentación institucional.
- h. Toda comunicación pública que el INAF transmita en forma oficial a los medios de comunicación debe ser guiada y conocida por la correspondiente Vicerrectoría y la Rectoría del INAF.
- i. Todas las acciones publicitarias y de marketing institucional que realice el Instituto constituyen comunicación pública y en ese marco deberán ajustarse a los lineamientos establecidos en esta Política.

DEL ALCANCE DE ESTA POLÍTICA

La presente política será sometida a revisión en diciembre de cada año, no obstante, el Rector podrá autorizar ajustes a ella, acorde a las coyunturas socioeducativas y condiciones de borde de la educación superior y del ámbito deportivo nacional.

Santiago; octubre de 2023.



POLÍTICA DE
Comunicaciones