

# POLÍTICA

## DE COMUNICACIONES

---



## 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

- Mantener la imagen institucional bajo una efectiva y coherente estrategia comunicacional que esté centrada en la misión, visión, principios y valores del instituto.
- Fidelizar a nuestra comunidad interna y externa, estableciendo una correcta difusión de las acciones del INAF, garantizando la adecuada proyección de la imagen corporativa.
- 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**