

ACORD DEL CONSELL DE GOVERN 5/2026, DE 19 DE FEBRER, DE MODIFICACIÓ DE L'ÀREA DE COMUNICACIÓ I RELACIONS INSTITUCIONALS

Exposició de motius

El nou Servei de Comunicació de la Universitat de Girona neix a partir de l'actual Àrea de Comunicació i Relacions Institucionals (ACRI), assumint totes les funcions pròpies de la comunicació institucional i corporativa, després que les relacions institucionals passin a dependre del nou Gabinet del Rectorat, cosa que demanda també un canvi de nom del servei. El nou Servei de Comunicació assumeix doncs té com a vocació adaptar la comunicació institucional i corporativa a un entorn cada vegada més digital, immediat, dialogant i exigent.

La creació del Servei de Comunicació és la resposta a la clara necessitat de reforçar i actualitzar una àrea estratègica de la Institució per a fer-la competent i visible en un entorn comunicatiu digital, on ha quedat naturalment endarrerida. La imperiosa necessitat de tenir una veu digital pròpia, robusta i singular, que ajudi al bon posicionament de la reputació d'una marca, la marca UdG, requereix repensar i reorganitzar l'antiga àrea de comunicació de la Universitat de Girona. Cal fer compatibles les necessitats esgrimides fins aquí amb les demanades dels públics interns i externs (clarament diferents dels de fa uns anys) i els recursos humans del servei que caldrà enfortir i tecnificar de forma notable.

Objectius:

- Per una banda, reforçar la comunicació com a funció estratègica al servei del projecte institucional.
- Dotar l'àmbit de comunicació d'una estructura estable, professionalitzada i alineada amb les bones pràctiques del sistema universitari.
- Oferir una informació clara, rigorosa i accessible a la comunitat universitària, reforçant la comunicació interna i els canals bidireccionals, així com millorant la projecció social de la UdG i la transferència de coneixement.

L'objectiu final és consolidar la reputació institucional i el prestigi acadèmic de la universitat.

Aquesta reorganització del servei no implica una ruptura, sinó una evolució natural de l'actual estructura per adaptar-la a les necessitats presents i futures de la UdG, emmarcant-se en el compromís de la universitat amb la transparència, el servei públic i la rendició de comptes davant la societat.

Aprovat a la sessió 1/2026, de 19 de febrer, del Consell de Govern

Ateses les competències atribuïdes al Consell de Govern, per l'article 181.1 i 181.2 dels Estatuts de la Universitat de Girona pel que fa a la creació, modificació i supressió d'un servei o d'una àrea d'estudi.

Havent negociat i acordat amb els representants del treballadors i treballadores que es garanteixen les condicions laborals i els drets adquirits del personal tècnic, de gestió i administració i serveis adscrit al nou servei d'acord el que estableix l'article 181.3 del Estatuts de la Universitat de Girona.

Atès el previst a l'article 3.2.c) de la Llei Orgànica 2/2023, de 22 de març, del Sistema Universitari.

Per tot l'exposat, **s'ACORDA:**

Primer. Modificar la denominació de l'Àrea de Comunicació i Relacions Institucionals per Servei de Comunicació.

Segon. Aprovar la denominació, l'organització, les funcions i la dependència orgànica del Servei de Comunicació recollida a l'Annex 1 d'aquest acord.

Tercer. Disposar la publicació del present acord al Butlletí Oficial de la Universitat de Girona (BOUdG).

Quart. Aquest acord entrarà en vigor a tots els efectes a partir del dia 1 de març de 2026.

Contra aquest acord, que posa fi a la via administrativa i independentment de la seva execució immediata, les persones interessades poden interposar, amb caràcter potestatiu, recurs de reposició davant el mateix òrgan que l'ha aprovat en el termini d'un mes a comptar de l'endemà de la seva publicació, d'acord a allò que disposen els articles 123 i 124 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú; o bé interposar directament recurs contenciós administratiu davant els jutjats contenciosos administratius de Girona, en el termini de dos mesos a comptar de l'endemà de la seva publicació, d'acord amb els articles 8.3, 14.1 i 46.1 de la Llei 29/1998, de 13 de juliol, reguladora de la jurisdicció contenciosa administrativa. Igualment, les persones interessades poden interposar qualsevol altre recurs que considerin convenient per a la defensa dels seus interessos.

FITXA PER DESCRIBRE EL SERVEI DE COMUNICACIÓ DE LA UNIVERSITAT DE GIRONA

1. Denominació

- Nom del Servei o Àrea: **Servei de Comunicació**. Amb l'acrònim: SdCom
- Dependència orgànica: Vicerectorat que té les competències de comunicació.

2. Organització

El Servei de Comunicació s'organitza de manera transversal per donar resposta a les necessitats de comunicació, projecció i promoció institucional de la Universitat de Girona.

El Servei actua de manera coordinada amb les facultats, escoles, departaments, instituts, grups, càtedres, campus sectorials i serveis i unitats de la UdG per garantir una comunicació i promoció coherents i alineades amb l'estratègia institucional.

Totes les especialitzacions dins d'aquest servei treballaran per abastir dues estructures generals (**Producció** i **Difusió** de continguts) que es retroalimentaran, i treballaran de forma interdependent amb el mateix objectiu: produir i difondre continguts de qualitat de la UdG per a tots els públics.

L'estratègia que marca aquesta proposta està orientada al contingut (*content-driven*). És un enfocament de comunicació en què el contingut és el motor principal de totes les accions comunicatives, i no un element secundari o només instrumental. Dit de forma planera: primer es pensa el contingut, i després els canals, els formats i les accions. Així s'asseguren la centralitat del contingut (el què és més important que el com); la transversalitat (el mateix contingut pot alimentar diferents àrees i plataformes); les sinergies entre equips (redacció, digital, audiovisual, xarxes) i l'orientació als diferents públics.

Per això, el Servei de comunicació disposarà de les següents àmbits de treball:

1. Creació de contingut informatiu i editorial

Redacció de notícies, comunicats o relats de tots tipus generats en el sí de la institució, que després s'adaptaran als diversos canals i formats. També s'encarregaran del seguiment i actualització de l'agenda d'activitats UdG, així com de la coherència amb el sistema d'informació **UdGInforma**.

Finalment, s'encarregaran de traduir a llenguatge planer tota la informació institucional susceptible de ser comunicada al públic intern pels diversos canals.

2. Estratègia i difusió digital

Optimitzarà la circulació dels continguts pels diferents canals UdG, això és: xarxes socials, web institucional, newsletters, e-butlletins, etc. A més s'encarregarà d'analitzar-ne l'impacte i farà seguiment per a poder redimensionar les estratègies comunicatives digitals, quan calgui.

3. Producció audiovisual

És la producció multimèdia pròpia: fotografia, vídeo i disseny gràfic. Dona servei a totes les altres àrees. S'encarrega de vetllar per la Identitat visual de marca.

4. Promoció

Desenvolupa les tasques promocionals de les campanyes destinades a donar a conèixer la UdG al públic preuniversitari, així com als estudiants que busquen màsters o/i doctorats amb una alta especialització. Treballa per projectes que s'adaptaran als diferents canals.

5. Relació amb els Mitjans

Serà el departament encarregat de relacionar-se amb l'ecosistema mediàtic, a partir de diferents estratègies. S'hi faran les notes i els dossier de Premsa, les convocatòries de Rodes de Premsa, etc. i s'hi durà a terme el contacte tant amb la premsa generalista com amb l'especialitzada. També s'encarregaran d'analitzar el retorn dels impactes obtinguts (clipping) i de generar Publicity, a partir de l'expertesa interna.

6. Publicitat

Ideació de campanyes publicitàries per a projectes concrets (aniversaris, esdeveniments especials, enfortir marca, etc.). Aquest servei, per la seva pròpia especialització, s'externalitzarà quan sigui adient.

La gestió de la Comunicació en cas de crisi, per les seves característiques pròpies i excepcionals recaurà en la figura del o la DIRCOM, que treballarà de forma conjunta i coordinada amb el Vicerectorat de Comunicació i el/la Cap del Gabinet del Rector, així com amb el mateix Rector de la Universitat de Girona. En aquest cas, se seguirà un protocol de Comunicació de Crisi, elaborat a propòsit.

3. Funcions

El Servei de Comunicació té com a funció principal planificar, coordinar i executar la comunicació, la projecció pública i la promoció institucional de la Universitat de Girona, d'acord amb les directrius estratègiques del Rectorat, i a partir de l'organització descrita anteriorment.

En concret, li corresponen les **funcions** següents:

- **Comunicació institucional**
 - Dissenyar, desplegar i executar l'estratègia de comunicació institucional de la UdG.
 - Elaborar i implementar el Pla Estratègic de Comunicació, alineat amb el pla estratègic institucional.
 - Garantir la coherència del discurs institucional i de la identitat visual de la universitat.
 - Coordinar la comunicació interna i externa de la UdG.
 - Assessorar tècnicament els òrgans de govern, els vicerectorats i les unitats de la UdG en matèria de comunicació.
- **Comunicació pública i digital**
 - Gestionar la relació amb els mitjans de comunicació i la projecció pública de la universitat.
 - Planificar, generar i supervisar els continguts institucionals (notes de premsa, pàgina web, xarxes socials, publicacions, campanyes, memòries i materials corporatius).
 - Impulsar i coordinar l'estratègia digital i els canals propis de comunicació, aportant-hi continguts de valor.
 - Contribuir a la millora de la reputació i la visibilitat de la UdG.
- **Promoció institucional i captació d'estudiantat**
 - Planificar i executar les accions de promoció de l'oferta acadèmica de la UdG (graus, màsters i postgraus).
 - Coordinar l'organització d'esdeveniments adreçats a futurs estudiants, com jornades de portes obertes, sessions informatives i altres activitats de promoció.
 - Coordinar i gestionar la participació de la UdG en fires educatives i altres esdeveniments institucionals de projecció acadèmica.
 - Elaborar i supervisar materials i campanyes de promoció institucional, en coordinació amb els centres i les unitats acadèmiques.
 - Donar suport comunicatiu a les iniciatives de captació i fidelització d'estudiantat.

- **Comunicació de crisi**
 - Dissenyar, activar i gestionar protocols de comunicació de crisi, en coordinació amb el rectorat.
 - Donar resposta comunicativa a situacions sensibles o d'emergència que afectin la imatge o el funcionament de la universitat.

4. Actualització de la fitxa

- Data de creació: 19 de febrer de 2026
- Darrera actualització: