

# La Revista de Taradell. Una proposta de reedi- ció d'una capçalera històrica

Grau en Comunicació Cultural

Laia Camprubí Preseguer

Tutoritzat per Lluís Costa Fernández

Facultat de Lletres

Curs 2021-22

## Índex

Índex .....	2
1.Introducció.....	4
2.Metodologia.....	4
3.Marc teòric.....	5
4. La premsa local com a model característic de la comunicació a Catalunya... 9	
4.1. Tradició històrica de la premsa local a Catalunya .....	9
4.2. Osona: una comarca amb un ampli teixit comunicatiu .....	12
4.3. Taradell: poble de comunicadors .....	14
5. Proposta de reedició d'una capçalera històrica .....	17
5.1. La Revista de Taradell.....	17
5.2. Número 1 de la Revista de Taradell .....	34
6.Conclusions.....	45
7.Bibliografia.....	46

## Resum

La globalització ha suposat un canvi de paradigma en el món de la comunicació. Tot és instantani i d'abast global. Podem saber en temps real què està passant a l'altra banda del món i fins i tot seguir-ho en directe a través d'imatges. En aquest context, la premsa comarcal no ha deixat d'existir i de fet juga un paper clau a l'hora d'informar de la realitat més propera.

Aquest treball pretén indagar en la història de la premsa comarcal a Catalunya i centrar-se en una revista històrica d'una manera pràctica, proposant un model de reedició i renovació d'aquesta capçalera. La revista en qüestió és *La Revista de Taradell*, publicada des dels anys quaranta a Taradell, un poble de la comarca d'Osona, i que va deixar de publicar-se a la primavera del 2021.

**Paraules clau:** comunicació local, premsa escrita, revista, Osona, Taradell, hemerografia, disseny, patrimoni documental

## Abstract

Globalization has meant a paradigm shift in the world of communication. Everything is instantaneous and global in scope. We can know in real time what is happening on the other side of the world and even follow it live through images. In this context, the local press has not ceased to exist and in fact plays a key role in reporting on the nearest reality.

This work aims to investigate the history of the local press in Catalonia and focus on a historical magazine in a practical way, proposing a model for the re-edition and renewal of this headline. The magazine in question is *La Revista de Taradell*, published since the 1940s in Taradell, a town in the Osona region, and which stopped being published in the spring of 2021.

**Keywords:** local communication, written press, magazine, Osona, Taradell, newspaper, design, documentary heritage

## 1.Introducció

En un món globalitzat com l'actual, els mitjans de comunicació tenen un paper molt rellevant en la configuració de les societats. A escala generalista i d'àmbit nacional, tenim grans mitjans reconeguts mundialment i amb un gran nombre de lectors. Pel que fa a la premsa d'abast més reduït, com la premsa comarcal en el cas de Catalunya, cada vegada té més entrebancs per poder funcionar i consolidar un model d'èxit. Al llarg de la història de Catalunya hi ha haguts molts mitjans, sobretot en premsa escrita, que han tingut una gran acollida de lectors i un reconeixement a escala nacional per la seva qualitat. Actualment, tenim el gran repte de no perdre'ns en la internacionalització i globalització de tot el que tenim al voltant i poder continuar mantenint els mitjans que parlen del que passa al costat de casa, i ho fan com ningú ho podria fer, perquè són al carrer i veuen i experimenten tot allò que expliquen.

Aquest treball pretén indagar en la història de la premsa comarcal a Catalunya i centrar-se en una revista històrica d'una manera pràctica, proposant un model de reedició i renovació d'aquesta capçalera. La revista en qüestió és *La Revista de Taradell*, publicada des dels anys quaranta a Taradell, un poble de la comarca d'Osona, i que va deixar de publicar-se a la primavera del 2021.

L'interès en aquesta publicació ve de la voluntat de valorar el patrimoni del poble on visc, i de poder modernitzar un mitjà que és cabdal per explicar la història moderna de Taradell. A través d'una revista que durant més de cinquanta anys ha estat present a moltes llars taradellenques, pretenc fer una proposta de com fer vigent una publicació amb tants anys d'història que ha quedat obsoleta perquè no respon als interessos de la societat actual.

La redacció de la proposta va en paral·lel a la realització del projecte en l'àmbit pràctic, malgrat les dificultats que això comporta i les dificultats que em trobaré al llarg del camí.

## 2.Metodologia

El treball està estructurat en dues parts, una de teòrica i una de pràctica.

La part teòrica, l'anomenat marc teòric, pretén comentar les principals línies d'investigació de la premsa catalana remarcant-ne els principals autors.

La part pràctica inclou una contextualització de la premsa en tres nivells; nacional, Catalunya; comarcal, Osona i local, Taradell. Es fa una aproximació en termes generals del que significa la premsa comarcal per la història de la premsa a Catalunya, i s'enfoca la tradició comunicativa a Osona i seguidament a Taradell. Aquesta aproximació teòrica és rellevant per entendre el paper de la premsa comarcal en el panorama català i alhora contextualitzar la *Revista de Taradell* en un entorn amb una gran tradició comunicativa.

La segona part d'aquest apartat és una proposta de la reedició de la revista. S'estructura amb els paràmetres establerts al *Manual d'elaboració i avaluació de*

*projectes* de José Manuel Mille Galán. Les dades que s'hi contempen són hipotètiques i aproximades, ja que la proposta actual és a escala teòrica.

Per a dur a terme aquest treball he utilitzat bàsicament fonts documentals. Pel que fa al marc teòric, em baso en articles i llibres escrits sobre la investigació hemerogràfica de la premsa catalana, principalment l'article de Josep Maria Figueres *La investigación hemerogràfica en Cataluña. Estado de la cuestión (1879-2013)*. Pel que fa al marc pràctic, em baso en estudis que s'han fet sobre la premsa comarcal i en concret a Osona i a Taradell. Per parlar de la comunicació d'Osona em baso principalment en un article de Josep Comajoan *Els mitjans de comunicació a Osona, un sistema informatiu incomplet (2002)*. Per parlar de la comunicació a Taradell, em baso en entrevistes als responsables dels diversos mitjans i recerca bibliogràfica. Pel que fa a la informació sobre la Revista, em baso en els exemplars publicats digitalitzats que es troben a *El Trencadís* i diversos articles publicats sobre la Revista. També he parlat amb uns quants socis de la Revista per conèixer quin era l'arrelament a la població.

Per a saber com realitzar el projecte a escala pràctica, he rebut l'assessorament de Francesc Fàbregas, director de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal.

### **3.Marc teòric**

L'hemerografia és l'estudi i la descripció del material periodístic. Històricament, l'hemerografia s'ha situat físicament a les hemeroteques, centres de preservació del patrimoni periodístic. Tot i això, a més de les activitats vinculades a les hemeroteques, hi hem d'afegir altres aspectes vinculats a la recerca com la producció i el consum dels mitjans de comunicació, les anàlisis històriques de contingut, la mateixa vida dels diaris i revistes en estudis de caràcter global o esbiaixats territorialment o sectorialment, les biografies, memòries i estudis sobre vida, obra i trajectòria dels periodistes, les antologies i recopilacions de textos siguin articles, editorials, entrevistes, narracions... Tot aquest contingut vincula els mitjans de comunicació amb la societat, fet rellevant que permet entendre els mecanismes d'influència i pressió ciutadana per part dels grans mitjans. Estudiar la premsa i entendre-la permet tenir un coneixement dels aspectes que ens indiquen com la informació és fonamental per una societat democràtica. Estudiar-la és tant un interès acadèmic com social. (Figueres, 2013)

De publicacions catalanes n'hi ha hagut i n'hi continua havent moltes, però no en sabem la quantitat exacta perquè no hi ha un cens fet. Sí que sabem, però, els títols de periodicitat diària. Dels cinc-cents diaris apareguts en tres segles, una tercera part es publicaven fora de Barcelona. La capital de Catalunya és un nucli cohesionador de la societat catalana, i en l'àmbit de la comunicació serà important per la seva gran vida editorial. Tot i això, va conivir molt de temps amb la censura, la universitat prohibida i l'estat d'excepció com a règim habitual. Malgrat això, van sortir milers de capçaleres en català.

Per a aproximar-nos a les principals eines d'investigació hemerogràfica del nostre país, ens basarem principalment en l'article de Josep M. Figueres *La investigación hemerogràfica a Catalunya. Estat de la qüestió (1879-2013)*.

En primer lloc, és convenient parlar dels recursos bibliogràfics en línia que contenen bona part de les publicacions històriques en format digital. ARCA (Arxiu de Revistes Catalanes Antiques) és el principal portal de publicacions editades

principalment a Barcelona i de gran qualitat. Pretén contenir els cinc-cents títols més interessants de la premsa editada a Catalunya per protegir les col·leccions originals i permetre que tothom les pugui consultar. S'hi accedeix des del portal de la Biblioteca de Catalunya.

Altres publicacions catalanes es poden consultar al portal de Ministeri de Cultura i des de les pàgines dels diaris vius que tenen hemeroteca. N'hi ha uns quants que ofereixen només alguna edició en obert i altres que només ho permeten als seus subscriptors.

Des de la pàgina web del Departament de Cultura de la Generalitat es pot accedir a un portal anomenat XAC (Xarxa d'Arxius Comarcals) que ofereix premsa digitalitzada històrica comarcal. Conté diverses publicacions digitalitzades en obert. A més, la pàgina de la Diputació de Barcelona té grans capçaleres històriques com *El Dia* de Terrassa o *La Veu del Montserrat* de Vic.

Una altra pàgina interessant és RACO (Revistes Catalanes amb Accés Obert) que conté quatre-centes revistes i cent cinquanta mil articles en PDF que resulta molt útil per consultar treballs de premsa científica i acadèmica. Es mostren grans publicacions com *Ausa* i estan molt ben classificades.

També resulta d'interès el portal Miguel de Cervantes de la Biblioteca Joan Luís Vives on hi ha grans capçaleres com *Cu-Cut!*.

En relació amb la bibliografia, en primer lloc, cal esmentar el portal d'informació bibliogràfic del Catàleg de les Biblioteques Universitàries Catalanes que agrupa les universitats públiques i alguna de privada. Ofereix accés a la ubicació bibliogràfica per la consulta o préstec. Per entendre la magnitud de documents que conté, només cal saber que cada any adquireix uns 44.000 documents.

Algun altre portal interessant també és RECERCAT, Memòria Digital Catalana o Tesis Doctorals en Xarxa on es recullen diversos treballs d'investigació i tesis doctorals.

El portal de publicacions de l'IEC reuneix les principals revistes acadèmiques del país com *Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics*.

I pel que fa a les bases de dades en obert, cal esmentar el DDD de la Universitat Autònoma de Barcelona amb dos milions de referències.

Un cop feta aquesta aproximació en les eines en línia que recullen les capçaleres i treballs de premsa catalana, entrem en el cens de la premsa catalogada.

Als estats europeus moderns els primers censos sorgeixen amb les biblioteques estatals. En el cas de Catalunya la primera biblioteca pública, la Biblioteca Nacional de Catalunya, es funda el 1914 amb la Mancomunitat de Catalunya, que unia les quatre províncies establertes el 1833. La biblioteca serà el lloc on es forjarà la cultura catalana i anirà creixent a través de donacions i llegats. Hi ha centres privats amb grans col·leccions com el monestir de Montserrat o l'Ateneu Barcelonès.

El primer cens global és de J. Pella el 1879, amb articles publicats a *La Renaixença*. No serà fins al cap d'un segle i mig que es fundarà la Biblioteca i vint anys més tard, Joan Givanel donarà la seva col·lecció de Cervantes. Hi ha diversos estudis seus, entre els quals destaca *Bibliografia Catalana. Premsa*. Hi apareixen capçaleres, índex, reproduccions de portades i dades descriptives de gran qualitat i utilitat.

La gran majoria d'estudiosos catalans només reuneixen les publicacions en llengua catalana. Això s'explica perquè l'Estat no va elaborar mai cap catàleg i els intel·lectuals van ser els que es van ocupar de publicar els inventaris.

Durant la Guerra Civil, el 1937, es presenta una obra amb el títol *La presse catalane depuis 1641 jusqu'a 1938: essai d'index* en el marc de l'Exposició Internacional que pretén mostrar una Catalunya culta respecte a la barbàrie franquista. Com bé sabem, el bàndol franquista es va encarregar de cremar llibres i suspendre totes les publicacions en llengua catalana que no fossin de l'església.

S'haurà d'esperar fins al 1966 perquè sorgeixi una nova publicació anomenada *Història de la premsa catalana* de Joan Torrent i Rafael Tasis que l'elaboren com a contribució a la seva cultura. Hi reuneixen uns deu mil títols dels quals n'elaboren fitxes descriptives.

Un altre autor que ha elaborat obres de gran interès en aquest sentit és Lluís Solà i Dachs, que destaca amb *Història dels diaris en català. Barcelona 1879-1976*, del 1979. Hi reuneix els vint-i-sis diaris barcelonins en català amb l'objectiu d'unir el coneixement dels anys previs a la Guerra Civil amb els de després de la dictadura. Hi ha altres estudis paral·lels que se centren en altres comarques que es van encarregar a diversos especialistes.

L'última obra que recull premsa diària és *200 anys de premsa diària a Catalunya 1792-1992*. El va editar el Col·legi de Periodistes amb la Caixa de Pensions el 1992. Va ser dirigit per Josep M. Huertas, gran expert en divulgació hemerogràfica.

A partir de la Transició, el 1975, arriben els estudis de Periodisme a la Universitat. Amb l'empenta dels arxius i hemeroteques, amb les institucions públiques i privades s'elabora molt material de publicacions, exposicions i edicions. Són de caràcter local i comarcal en sèries on també s'hi impliquen les diputacions i el Departament de Cultura de la Generalitat. Editen censos de ciutats importants com Vic, Valls o Ripoll.

Tenint en compte tots els territoris de parla catalana, podem destacar-ne un autor per cada regió. Pel que fa al Principat destaca un grup de professors liderat per Espinet de la UAB, a València un grup liderat per Martínez de la Universitat de València, a les Balears destaca el professor Serra Busquets i a la Catalunya del Nord l'escriptor Pere Verdguer.

Cal destacar dos autors, Jaume Guillemet de la UPF i Lluís Costa de la UdG que són especialistes en la història de la premsa i que s'han ocupat de la premsa gironina. Guillemet en *La premsa de les comarques gironines (1977)* i Costa en *Els mitjans de comunicació a Girona (1787-2003)*. Com Girona, bona part de les grans ciutats ha editat el catàleg o repertori de les seves publicacions, de manera més o menys extensa. La voluntat és que la nova generació d'arxivers i historiadors segueixi aquesta tasca per acabar completant el catàleg de la premsa del segle XX.

Dels diversos censos i catàlegs de premsa especialitzada, destaquen els articles publicats al *Diari de Barcelona* i *Serra d'Or* de Josep Faulí, on comenta novetats i aspectes bibliogràfics de l'estudi de la premsa. Els trobem agrupats en una publicació del mateix autor anomenada *Repertori d'una recuperació. Premsa en català 1939-1976*. Un altre cens de premsa temàtica, en aquest cas temàtica

femenina, és el d'Isabel Segura i Marta Selva amb el títol *Revistes de Dones (1846-1935)*.

A més d'aquests treballs, és rellevant esmentar les hemeroteques més importants de Catalunya. Una és l'Arxiu d'Història de la Ciutat de Barcelona que va publicar *Prensa clandestina i de l'exili a l'Hemeroteca de l'Arxiu Històric de la Ciutat (1939-1977)*.

Una altra és l'Arxiu Nacional de Catalunya que conserva una gran col·lecció de premsa gràcies a diversos donatius que ha rebut. Una obra general del que hi guarda és de Robert Surroca, *Prensa catalana de l'exili i de l'emigració (1861-1976)* editada per la Generalitat el 2004.

Totes aquestes hemeroteques tenen una web on ofereix accés a la informació sobre consulta, existències...

Als estudis que s'han fet de manera global cal afegir-hi dos títols rellevants. El primer és *Treballs de Comunicació*, de Figueres i *Estat de la investigació en història de la premsa i del periodisme a Catalunya* de Jaume Guillaumet.

En la línia de la recerca periodística també tenim diverses obres centrades en grans capçaleres com el *Diari de Barcelona*, *La Vanguardia* o *El Periodico*. També passarà amb les revistes, com en el cas de *Lo Verdader Català*.

A més de totes les obres esmentades, cal fer incís també en les biografies de diversos periodistes rellevants que s'han publicat a través de diverses col·leccions de diferents editorials. La primera col·lecció és *Vaixells de paper*, publicada pel *Col·legi de Periodistes*. La segona col·lecció és *Abans d'Ara*, publicada el 2009 on també es publiquen monografies i biografies de periodistes, en aquest cas centrada en els periodistes republicans exiliats després de la Guerra Civil. La tercera col·lecció és *Memòria del segle XX*, amb textos periodístics i memorialístics. Es publica el 2004 i dona a conèixer antologies de grans personatges catalans com Josep M Folch i Torres, Teresa Pàmies, Carles Rahola o Rafael Tasis entre altres. La quarta col·lecció és *D'un dia a l'altre* de Quaderns Crema, que recopila articles periodístics de grans autors com Valentí Almirall, Francesc Cambó, Joan Maragall, Jacint Verdaguer...

L'editorial més antiga que publica encara avui textos de periodistes és *Publicacions de l'Abadia de Montserrat*, que dona a conèixer la història de grans periodistes com Gaziel Pere Aldavert o Joan Sardà.

A més de parlar de col·lectius i historiadors, és important també parlar de periodistes que han recuperat obra periodística. Figueres al seu article se centra amb dos: Antoni Rovira i Virgili i Carles Sentís.

Rovira i Virgili és un dels periodistes d'esquerres més rellevants del segle XX. Té una gran obra amb nombroses publicacions. Alguns dels seus títols més destacats són *El Poble Català*, *La Campana de Gràcia* i *Notes obreres*. Serà rellevant la seva obra sobre l'exili i la Guerra Civil, que s'agrupa sota el títol *Sobre història de Catalunya. Escrits de l'exili (1939-1949)*.

Carles Sentís és un dels grans representants de la gran generació de periodistes conservadors. Va col·laborar en diferents mitjans de dretes com *La Veu de Catalunya* i amb la guerra va ser corresponsal de l'ABC i *La Vanguardia*. Després de la mort de Franco li publicaran diverses memòries i resums biogràfics, com *Memòries d'un espectador (2006)* i *Cien años de Sociedad. Recuerdos de un periodista centenario (2010)*.



Per anar tancant aquesta aproximació a la investigació hemerogràfica de la premsa catalana, cal parlar també d'algunes obres de caràcter autobiogràfic que van permetre conèixer noves dades sobre la premsa. En són algun exemple l'autobiografia de Prudenci Bertrana o Joan Puig i Ferrater.

## **4. La premsa local com a model característic de la comunicació a Catalunya**

### **4.1. Tradició històrica de la premsa local a Catalunya**

Catalunya és un territori amb una gran xarxa de comunicació local. La tradició periodística catalana s'ha caracteritzat per una vocació de proximitat, sobretot comarcal, i ha caracteritzat la història del periodisme català a partir del darrer quart del segle XIX. Històricament, Catalunya ha disposat sempre d'un model de premsa propi en el marc de l'Estat espanyol, autosuficient, sense que la premsa de Madrid hi hagi tingut alguna funció. El mercat català de la comunicació s'ha estructurat a partir d'uns diaris d'abast general o nacional i una gran xarxa de publicacions locals que es coneixen com a premsa comarcal. (Guillamet, 1982)

Jaume Guillamet definirà un model històric que defineix la premsa comarcal catalana. A més de la premsa d'abast nacional, cal remarcar un mercat propi de premsa diària i setmanal amb un segon nivell de ciutats amb un sistema informatiu local complet que no coincideix únicament amb la divisió provincial espanyola, sinó que reflecteix una estructura territorial com la regulada per la Llei de divisió territorial de 1936. Aquestes ciutats compten amb un sistema comunicatiu equiparable al de Barcelona, amb diaris, periòdics i revistes destinats a satisfer generalment les necessitats informatives de la ciutat i l'àrea d'influència. A més, encara hi ha un tercer nivell de capitals de comarca amb un sistema informatiu local complementari i un quart nivell amb un sistema informatiu elemental amb periòdics quinzenals o mensuals. (Guillamet, 1983)

La premsa comarcal catalana sorgeix al voltant de les últimes dècades del segle XIX, i ho fa en un context on s'ha consolidat la societat de comunicació de masses. La consolidació de la premsa comarcal a Catalunya i sobretot la necessitat de reivindicar-se com un model de periodisme propi i característic de Catalunya, s'origina en uns moments de profundes transformacions en l'àmbit comunicatiu mundial. És un moment de transformació radical de la societat. La comunicació de masses és un fenomen que experimenta les primeres manifestacions en terres de l'Amèrica del Nord i de l'Europa més industrialitzada, i sorgeix com a conseqüència directa de la societat industrial. És un tipus de comunicació adreçada al gran públic que es difon a través dels mitjans de comunicació de masses, com són la televisió, els diaris i la ràdio. (Costa, 2009)

En contraposició a aquesta comunicació d'àmbit global, la premsa comarcal vetlla per tal d'informar del que passa als pobles i ciutats, per tal de poder corregir la gran contradicció de l'era de la globalització: saber el que passa a l'altra banda del món i no conèixer la realitat més propera. En gran manera, la premsa comarcal exerceix com a funció complementària de la premsa general.

L'arrelament popular de la premsa comarcal inserida en el teixit ciutadà i instrument de comunicació veïnal utilitzava el català com a vehicle de

transmissió, i, per tant, actuava també com a eix vertebrador de la consciència lingüística i la normalització del català com a llengua vehicular. (Costa, 2009)

La vitalitat de la comunicació de proximitat va molt lligada amb l'associacionisme popular, ja que com més actiu és un territori cultural i políticament, més necessitat té de comunicar-se. Així doncs, la comunicació local és un element cabdal de la societat local. (Canosa, 2016)

A finals del segle XIX a Catalunya van sorgir moltes publicacions, però moltes d'elles van tenir una vida molt efímera, prova irrefutable que el manteniment d'un projecte periodístic requeria unes mínimes inversions econòmiques. (Guillamet, 1983)

La periodicitat diària resultava una empresa molt difícil de mantenir en l'àmbit de la premsa comarcal. En aquests casos era necessari que el projecte fos sostingut per algun partit polític o prohoms de la vida local.

En temps de la Segona República, la premsa comarcal catalana consolida el seu model de periodisme a força d'una dilatada trajectòria i d'una decidida voluntat per immiscir-se en la realitat social i cultural de proximitat del país. La República representa una gran esplendor en molts àmbits, sobretot de la cultura i per això esclata la premsa local i comarcal també. (Costa, 2009)

La Guerra és el començament del declivi i la finalització d'un gran moment. La repressió, supressió i apropiació franquista de la majoria de diaris i periòdics comarcals comporta un reconeixement de la seva importància com a periodisme popular. El periodisme local havia nascut dels moviments socials a Catalunya, i, per tant, el franquisme el farà desaparèixer. Durant el franquisme, els mitjans que hi ha els porta gent afí al règim. Els directors són nomenats des de Madrid i, per tant, són gent allunyada del periodisme i de la realitat local. Ningú que es dedica a aquests mitjans coneix la feina del periodisme ni l'entorn on desenvolupa la seva feina. Són militars al servei de la causa. (Guillamet, 1982)

L'Església té un paper important en aquest moment, ja que sota el seu nom es podran publicar fulls parroquials que actuaran com a mitjans de comunicació locals.

El 1966 és un moment crucial per la premsa espanyola perquè es redacta la Llei de Premsa, també anomenada Ley Fraga. Aquesta llei garanteix una certa llibertat per publicar, tot i que la premsa comarcal en sortirà molt perjudicada. Una de les seves regulacions és l'obligació dels mitjans de tenir una organització professional. Això feia que fos gairebé impossible complir aquesta normativa i, per tant, no podien tirar endavant les publicacions comarcals. (Costa, 2021)

L'efervescència política que havia portat la democràcia, després de la mort de Franco, activa un procés de conscienciació ciutadana que observen la necessitat de tenir instruments de participació. Un dels canvis importants és la reivindicació de la ciutadania que comença a ocupar espais que fins aleshores no se'ls havia permès. Això es reflectirà en els butlletins d'associacions de veïns, de partits polítics i d'entitats cíviques. Els anhels de llibertat es veuen reflectits en el periodisme. La comunicació de proximitat serà el canal d'expressió de la reivindicació ciutadana.

Amb el nou context polític i social, la renovació empresarial i el ressorgiment de la premsa en català van fer florir un ventall de publicacions periòdiques en diverses ciutats i municipis de Catalunya. (Costa, 2009)

Durant els anys 70 els projectes periòdics comarcals tenien poca base empresarial i sustenten la seva economia en societats d'accionariat popular.

La recuperació i el primer creixement de la premsa comarcal es produeixen enmig de la profunda crisi econòmica i estructural que afecta la premsa diària de Barcelona entre 1975 i 1985. (Costa, 2021)

La gran notícia en l'àmbit de la premsa comarcal es produïa a Girona el 24 de febrer de 1979 amb l'aparició del *Punt Diari*, inicialment amb una feble base empresarial i sota els condicionaments polítics propis de la transició democràtica. Aquest mitjà va aplicar una estratègia d'implantació territorial fonamentada en edicions comarcals amb vocació de ser un diari nacional. Paral·lelament a *El Punt*, a finals dels anys setanta a Catalunya hi havia vuit diaris a escala local, comarcal i provincial: Diari de Sabadell, Diari de Terrassa, Diari de Girona, La Mañana (Lleida), El Segre, Diari de Tarragona, Regió 7 i El Punt. (Costa, 2009)

En aquests primers anys de la Transició, s'activa el fenomen de la premsa municipal, que amb el pas del temps consolidarà un model de comunicació de proximitat, alhora que podrà fomentar una pràctica periodística institucional amb temptacions de manipulació de l'opinió ciutadana. En aquest moment, els ajuntaments tindran un paper molt important com a font informativa bàsica del seu territori i alhora com a responsables directes dels nous mitjans informatius que van sorgint.

La premsa local i també la municipal, han sigut un instrument de transmissió d'informació que han tingut com a objectiu complementari la transmissió de valors i de models ideològics. La seva influència s'explica per la presència constant en els domicilis dels ciutadans. Aquests mitjans incideixen en la configuració de les estructures mentals dels ciutadans, i, per tant, se situa al límit entre la informació i la propaganda.

Quan apareix internet als anys noranta, els mitjans locals es veuen perjudicats. Ja no són els únics que poden aconseguir la informació de manera immediata. Molts mitjans es van incorporant a la xarxa penjant les seves edicions digitals. Un dels grans avantatges és que permet tenir les mateixes eines que té un periodista que treballa en un gran mitjà. L'àrea de recepció de les notícies i dels continguts locals canvia perquè des de qualsevol lloc pots consultar les notícies d'un lloc concret. (Costa, 2009)

Les crisis del segle XXI han afectat negativament els mitjans de comunicació. Això es deu principalment a la davallada de la publicitat.

En la dicotomia entre comunicació local i global cal tenir en compte la identitat cultural. Aquest concepte expressa un sentiment de pertinença a un lloc, a una època i a una comunitat. La globalització pot alterar els principis d'identitat, sobretot tenint en compte que les relacions entre les persones superen fronteres. Els mitjans de comunicació de masses han tingut un paper fonamental en la difusió de la globalització. Aquests mitjans difonen idees que arriben a tenir una influència molt superior a la que hagin pogut tenir altres instruments tradicionals de transmissió ideològica. En aquest moment la informació va guanyant terreny a l'opinió, però els ingressos procedents de la publicitat tenen cada vegada més importància. La premsa escrita, la ràdio, la televisió i internet, ens transmeten aquestes idees que rebem sense massa esforç. La identitat, doncs, està estretament vinculada a un territori, però amb la mirada des de la globalització.

En aquest sentit, la comunicació local és aquella que transmet els valors més propers al ciutadà, i que permeten arrelar-lo a un lloc més concret i més definit. Els mitjans locals haurien de defensar la cobertura d'espais i definir la identitat dels productes com a manera d'incentivar la participació en igualtat en un context global. Han de tenir un paper important com a factor de cohesió i creació de noves relacions socials sobretot per a revitalitzar la realitat local en un context on les migracions augmenten de manera significativa. Cada vegada és més complicat compaginar la intercomunicació entre el món i l'entorn propi. Aquí és on la informació de proximitat té una importància fonamental per reafirmar els trets d'identitat amb la societat tant local com global. (Costa, 2009)

Amb tot, la premsa municipal participa activament en el teixit periodístic català i la seva funció és pràcticament imprescindible. A més de les publicacions propagandístiques municipals, hi ha publicacions rigoroses que assumeixen les característiques de revistes locals que aglomeren la informació municipal amb notícies d'àmbit local i la difusió cultural.

## **4.2. Osona: una comarca amb un ampli teixit comunicatiu**

A continuació ens aproximem a la comarca d'Osona per explorar quin ha sigut el panorama comunicatiu al llarg de la seva història.

Osona ha anat conformant al llarg dels anys un espai comunicatiu propi, sobretot els últims cinquanta anys. Amb l'adveniment de la democràcia, el concepte de comarca es va consolidar, en bona part per la influència d'uns mitjans de comunicació amb vocació més comarcal que no pas local. Per una banda, aquest espai comunicatiu ha estat influenciat per l'herència d'una tradició periodística molt vigatana i poc osonenca, i per l'altra pel control rígid dels mitjans per part del franquisme.

Josep Comajoan (2002) apunta que ja abans del 1936, Vic era una de les catorze ciutats de Catalunya que havien assolit el sistema informatiu local complet, tal com ho defineix Jaume Guillamet, i, per tant, ja vertebrava un seguit de mitjans de comunicació de qualitat a tota la comarca.

Als anys cinquanta es consolida el nou model de comunicació de masses a Osona, que condicionaran els primers vint anys d'aquest període. La tecnologia influirà en les limitacions que marquen la història de Ràdio Vic, per una banda, i també pel deficient desenvolupament d'un sistema de mitjans audiovisuals complet a la comarca per l'altra. Políticament, la Falange determinarà un monopoli informatiu sota l'*Ausona*, que durarà trenta-sis anys. Amb la mort del dictador, es consoliden nous mitjans incentivats per periodistes, el més rellevant dels quals és *El 9 Nou*. (Comajoan, 2002)

A grans trets Comajoan parla de tres grans grups de mitjans de comunicació osonencs.

En primer lloc, situa els mitjans generalistes d'àmbit comarcal. Aquests són *Ausona (1942-1998)* i *El 9 Nou (1978-)* en premsa, i Ràdio Vic (1948-) en ràdio. Són els tres mitjans generalistes que abasten com a mínim des dels anys vuitanta. Més endavant sorgiran tres altres mitjans que són *La Marxa de Catalunya*, *TVO* i *Osona.com* que seran els que s'acostaran més al model modern de mitjà de comunicació de massa.

En segon lloc, parla dels mitjans generalistes d'àmbit local. Aquest grup està format per un variat grup de revistes i emissores locals. En premsa escrita els principals mitjans es concentren a les poblacions de Manlleu i Torelló, amb mitjans com *Manlleu (1941-1957)*, *El Ter (1996-)* i *Torelló (1954-)*, tot i que altres poblacions com Roda de Ter o Centelles han tingut periòdic propi durant bona part del període. L'època de màxima efervescència es dona a la segona meitat dels anys setanta, quan diversos pobles comencen a crear la seva pròpia publicació. En ràdio, després que el 1955 es clausurin totes les emissores que no formin part de la Falange, als anys vuitanta es torna a estendre el fenomen de les ràdios municipals, com ara la de Roda, Manlleu, Torelló i Taradell. Amb pocs anys de diferència també començaran a sorgir les primeres emissions locals de televisió.

En tercer lloc, Comajoan parla de la premsa especialitzada. En aquest grup hi inclou les publicacions que tot i tenir el seu origen a Osona acaben tenint abast nacional, com el *Cavall Fort (1961-)* o *Orifloma (1961-1977)*, fins a altres de caràcter cultural com *Ausa (1952-)* *Inquietud (1955-1966)* o *Clot (1974-1985)*.

En la història de la premsa de la comarca d'Osona, cal parlar de tres exemples de mitjans que expliquen la tradició periodística de la comarca.

El mitjà per excel·lència en època franquista era *Ausona*, un setmanari comarcal amb vocació local que serà la veu del règim sobretot a Vic. A la dècada dels seixanta arribava a tres mil famílies que el compraven setmanalment. El 1977 va passar a ser propietat de la família Campà i anirà canviant la seva línia editorial, malgrat continuar publicant articles ambigus i fent ús del castellà a la majoria de les seves pàgines. El 1978, amb l'aparició d'*El 9 Nou*, *Ausona* s'acabarà d'arreglar a la dreta de l'espectre mediàtic osonenc.

Pel que fa a la ràdio, Ràdio Vic serà la més rellevant a escala osonenca. Neix el 1948 amb motiu del centenari de la mort de Jaume Balmes, ja que la Direcció General de Radiodifusió autoritzava excepcionalment l'emissora mentre duressin els actes balmesians. El 1949 inauguren oficialment els estudis i en poc temps tenen una bona acollida popular per part de la societat vigatana. Un dels seus grans impulsors va ser el bisbe Perelló, malgrat que la propietat no era del bisbat. El 1952 neix Radio Ausona-Emisora Comarcal del Movimiento i el 1955 es clausuraran les ràdios que no siguin afins al règim, entre elles Ràdio Vic. L'emissora intentarà anar-se adaptant a les demandes tecnològiques per poder emetre, però el 1968 tancarà. El 1969 Ramon Bellafont la compra i n'inicia la seva reemissió el 1972. El 1999 es vendrà al grup Planeta que encarregaran la seva gestió a Onda Rambla.

El tercer mitjà històric d'Osona és *El 9 Nou*, un setmanari comarcal que neix el març de 1971 al Casal d'Acció Catòlica. Sorgirà amb l'objectiu de ser una alternativa a la uniformitat informativa de l'*Ausona* i també als grans diaris centralistes barcelonins. El 3 de març de 1978 es reparteix el primer número per tota la comarca. Els socis seran diversa gent de la comarca que hi aportaran part del seu capital per a poder-lo tirar endavant. Jordi Molet, un dels seus directors en aquell moment, diu que *El 9 Nou* va saber oferir un periodisme desacomplexat i fresc que per primera vegada parlava de Vic i de la comarca d'una manera rigorosa.

Als anys vuitanta sorgeix un nou mitjà anomenat *Proinosa* format per uns vuitanta accionistes que tenia com a propòsit ser l'alternativa a *El 9 Nou*, ja que en veu de Convergència i Unió, diuen que no se senten ben representats al setmanari.

La seva voluntat de convertir-se en un setmanari de referència no quallarà, perquè seran una renovació de l'*Ausona*. Després del fracàs d'aquest setmanari i que passés en mans de diferents accionistes privats, tornen a intentar plantar cara a *El 9 Nou* amb *La Marxa de Catalunya*, en mans del grup que havia sigut propietari de l'*Ausona*. Mentrestant, Òmnium Cultural va engegar TVO el 1988, la primera televisió comarcal. El 1991 Prensas Ibèriques adquireix el cent per cent de les accions de l'*Ausona* que simplement en va ajornar el seu tancament fins al 1998.

Així, *El 9 Nou* es consolida com l'únic mitjà amb majoria accionarial osonenca i el setmanari més exitós de tots els que hi ha hagut.

Actualment, a Osona hi ha una gran teranyina de mitjans locals, tant en premsa escrita com en ràdio. La majoria de municipis compten amb els seus mitjans locals. Un dels mitjans que més es repeteix és el butlletí municipal, que hi és present a la majoria de pobles. En algun d'ells, com Alpens, Viladrau, Santa Eugènia de Berga i Montesquiu i altres, és l'únic mitjà que hi ha. Hi ha altres municipis que tenen més d'un mitjà de premsa escrita, com Tona, que a part del butlletí també té una revista, la *Revistona*. Pel que fa a les ràdios, molts municipis tenen la seva pròpia emissora, com *Ràdio Ona* a Torelló o *Ràdio Cabrerès* a Santa Maria de Corcó.

Osona ha heretat la tradició d'efervescència comunicativa i a molts municipis la premsa local és més llegida que la premsa generalista d'àmbit nacional.

### **4.3. Taradell: poble de comunicadors**

Un cop feta l'aproximació a la premsa comarcal d'Osona, posem el focus a Taradell, el municipi que acull la *Revista de Taradell*.

Taradell ha estat sempre un poble amb un fort teixit associatiu i veïnal. Qui més qui menys participa de la vida cultural i associativa del municipi. Aquesta riquesa no ha estat aliena al sector dels mitjans de comunicació locals.

El primer mitjà de comunicació a Taradell va ser *La Revista de Taradell*. Es va començar a publicar el 1949 sent una de les primeres publicacions en català després de la guerra i, per tant, té una gran càrrega històrica. Es va deixar de publicar a la primavera de 2021 però tothom la té ben present. La Revista és el mitjà més antic de Taradell. Va començar a ser editada per la parròquia de Sant Genís de Taradell l'any 1949 com a suplement del full parroquial, nascut el 1929. Es tracta d'un dels casos en què la publicació parroquial es converteix en la publicació local més exitosa. En aquest cas, la iniciativa va a càrrec de mossèn Joan Vilacís acompanyat de grans personalitats com Antoni Pladevall, Eduard Junyent i mossèn Josep Baucells. (Baucells, 2021)

Per la població va ser el primer mitjà d'informació local. Es publicava un cop cada mes i es repartia als socis, que pagaven unes seixanta pessetes anuals, que des del 2000 es van convertir en dotze euros anuals. A la Revista s'hi publicaven notícies, textos històrics del poble, articles d'opinió... Un tret principal d'aquest mitjà és que era el vehicle pel qual es publicaven recerques històriques sobre el poble, dutes a terme per Mn. Joan Vilacís. Eren textos que no s'havien publicat enlloc i que a través de la revista es posaven a disposició de la població. És una

crònica de la història de Taradell de la segona part del segle XX amb una gran riquesa d'articles que ajuden a conèixer el tarannà de la vila i el seu teixit associatiu.

L'altre gran mitjà ha estat *Ràdio Taradell*. Les seves emissions tal com les coneixem actualment van iniciar-se el 1983 sent la primera ràdio local de la comarca d'Osona. Es va batejar amb el nom de *Ràdio Taradell*, però sovint es deia *Emissora Parroquial*. La primera referència la trobem a la *Revista de Taradell* el novembre de 1952. En ple franquisme, es va viure la primera experiència radiofònica al poble. Era en un petit estudi, amb un sol micròfon i dos tocadiscos, instal·lat a un local de la rectoria. Des d'allà, *Ràdio Taradell* es va convertir en la primera emissora de tot el país que va tenir un espai en català. Aquest espai s'anomenava *La veu de la parròquia* i s'emetia els diumenges al migdia, després de la retransmissió de l'ofici. El diari *Avui* va recollir el 1976 que és el primer programa en català del qual tenim notícies. Només abans havia nascut *Ràdio Girona* que vehiculava en català a través d'un programa de sardanes. (Miralpeix, 2021)

Amb la "reestructuració de les freqüències", Franco va silenciar qualsevol mitjà que anés en contra del règim i en aquest cas *Ràdio Taradell* va haver d'aturar les seves emissions, ja que els hi van tallar el corrent elèctric i els van precintat els aparells.

La Ràdio va reprendre les seves emissions el 1983 ara com a emissora municipal. Des de llavors ha funcionat ininterrompudament. La programació va creixent de mica en mica fins a arribar a les quaranta hores setmanals actuals. El 2003 s'obre la pàgina web de la ràdio des d'on es pot sintonitzar en directe i també hi pengen les notícies més rellevants de cada dia. (Miralpeix, 2021)

El temps ha anat fent canviar costums i hàbits i amb l'aparició de les noves tecnologies, Taradell necessitava un mitjà digital per informar de l'actualitat més immediata. El 7 de maig de 2007 apareix el *Bloc de Taradell* de la mà d'un taradellenc, Toni Reig. Aquest projecte sorgeix en un moment on comencen a florir mitjans digitals i blocs personals. En els seus inicis apareix com un portal informatiu de les eleccions municipals del maig de 2007 amb el lema "si les coses no existeixen, s'han de crear" veient que no hi havia cap mitjà que informés de l'actualitat de Taradell més immediata. De mica en mica aquest bloc anirà incorporant notícies d'actualitat del municipi i també donava l'oportunitat de ser un bloc col·laboratiu on la gent podia fer comentaris, articles d'opinió, suggeriments... (Morcillo, 2021)

El 2010 va guanyar el reconeixement al millor bloc corporatiu de caràcter català als Premis Bloc Catalunya. Aquest reconeixement va suposar una empenta pel portal, ja que molta gent va començar a visitar-lo des de llavors.

A mitjans del 2012, Toni Reig cedeix la publicació a l'editor actual, Joan Morcillo. Aquest, amb ajuda d'un dissenyador i un informàtic presenta la nova web oficial amb un canvi de nom: *Taradell.com*. Amb aquest canvi es consolida com l'espai de referència de l'actualitat taradellenca. La dedicació de Joan Morcillo és purament voluntària i desinteressada. Els pocs ingressos que genera la web es dediquen a mantenir el domini i les còpies de seguretat que comporta tenir un portal amb tanta informació. (Morcillo, 2021)

La web compta amb diferents seccions, entre les quals hi ha les notícies d'actualitat, ressenyes de llibres i pel·lícules, articles d'opinió, entrevistes i seccions d'experts com ara de psicologia o de gastronomia. Actualment, es comptabilitzen prop d'un milió de visites durant aquests anys d'història, constatant la seva presència dins dels mitjans de comunicació taradellencs. Actua com a servei públic, tant per difondre l'actualitat com per donar veu a entitats socials, culturals i cíviques.

La premsa municipal, en concret els Butlletins d'Informació Municipal, és un exemple clar de la dificultat de distinció entre informació i propaganda. Les intencions i voluntats dels primers anys de democràcia municipal han contrastat amb la utilització de la premsa municipal com a eina partidista i alhora com a instrument per potenciar la imatge dels equips de govern i alcaldes respectius. (Costa, 2009).

Els butlletins municipals són aquelles publicacions informatives editades pels ajuntaments que tenen una periodicitat regular i uns continguts periodístics.

Des del 2008 que l'Ajuntament de Taradell edita el Butlletí municipal. Es publica un cop a l'any i explica les principals actuacions municipals per part de l'equip de govern. El primer butlletí municipal es va publicar el 2008. Fins llavors, l'Ajuntament editava una revista anual coincidint amb la Festa Major d'estiu on s'unien els actes programats i unes quantes seccions fixes. La intenció amb què publiquen el butlletí és mantenir l'edició especial de Festa Major on es barregin els actes programats amb les informacions municipals dels últims mesos. Es publicarà un cop cada tres mesos i la rebran totes les cases de Taradell. (Verdaguer, 2008)

Actualment, i des del canvi de govern el 2019, el butlletí es publica un cop a l'any, per Festa Major. Compta amb una editorial de l'alcaldeessa, l'anuari, resum d'activitats de la Biblioteca, el resum del temps a Taradell, el dietari de l'alcaldeessa, el retiment de comptes, un reportatge històric, un resum dels plens i alguna altra informació de servei per als ciutadans.

A més d'aquests mitjans, les xarxes socials tenen un gran pes en el desenvolupament de la societat actual. Això es fa palès també en els mitjans de comunicació. No hi ha cap mitjà comunicatiu actual que no tingui el seu perfil en alguna xarxa social. A més de complementar la informació i fer difusió del mitjà, les xarxes també actuen com a mitjans de comunicació en si mateixes.

En primer lloc, hi ha les xarxes dels mitjans de comunicació ja esmentats. La Ràdio té un perfil de *Twitter*, d'*Instagram* i de *Facebook* on pengen les notícies que publiquen a la pàgina web. També té un canal de difusió de *Telegram* que es diu *InfoTaradell* on pengen els titulars de les notícies i hi enllacen la notícia de la web. *Taradell.com* també té *Instagram*, *Facebook* i *Twitter* on penja les notícies que penja a la web, i porta el canal de *Telegram* de *Taradell.com* on també penja els titulars i hi enllaça les notícies de la web.

Un altre perfil de xarxa social que informa sobre Taradell és el que es diu "*No ets de Taradell si no...*". És una pàgina de *Facebook* on tothom pot penjar-hi el que vulgui relacionat amb Taradell i pot dir-hi la seva opinió. Aquí s'hi publiquen els avisos informatius que fa l'Ajuntament, alguna notícia que suscita rebombori, notícies que corren per mitjans no oficials... molta gent s'informa principalment a



través d'aquesta plataforma. Compta amb prop de tres mil membres, la meitat de la població de Taradell.

L'Ajuntament també compta amb perfil a *Twitter*, *Instagram* i *Facebook* i un canal de *Telegram* on informa tot el que té a veure amb informacions i actuacions municipals. A la web també hi publiquen les informacions rellevants.

## 5. Proposta de reedició d'una capçalera històrica

### 5.1. La Revista de Taradell

Aquesta revista es va començar a editar el 1949 per part del Bisbat i va ser el primer mitjà de comunicació de Taradell. Des de llavors ha anat passant per diferents mans, d'elles en podem destacar mossèn Joan Vilacís i mossèn Josep Baucells. No s'ha interromput mai la seva edició fins a la primavera de 2021, que mossèn Josep Baucells mor. Feia uns anys que la Revista havia anat caient en decadència. La portava Baucells sol i tenia dificultats per omplir les pàgines i per editar-la correctament. Aquesta revista ha aguantat gràcies al suport econòmic del Bisbat i a les quotes dels socis. És un patrimoni de Taradell i forma part de la història del poble. De fet, a la revista s'hi van publicar molts textos sobre la història de Taradell que s'han recopilat en els llibres que expliquen la història del municipi. (Baucells, 2021)

La idea d'aquest projecte és canviar el disseny de la revista per renovar-lo, aportar-hi nous continguts i seccions variades i donar-li una imatge més innovadora. La voluntat de la nova revista és no perdre aquest patrimoni tan valuós per Taradell i dotar-lo de nous recursos i idees noves per fer-lo vigent i adaptat a la realitat actual del municipi.

La *Revista de Taradell* era el mitjà més consultat abans que existís internet. Tothom s'informava a través d'ella. Des de la popularització dels mitjans digitals i les xarxes socials, la Revista va quedar obsoleta. La falta de recursos tampoc va afavorir-la i els últims anys qui la llegia era per seguir amb la tradició.

La Revista tenia diverses seccions. Una de les que esperaven més els seus lectors era la que explicava diferents elements històrics de Taradell. Mossèn Vilacís era un gran historiador i tot el que escrivia i recercava sobre el poble, ho anava publicant aquí. Uns quants lectors habituals de la Revista expliquen que era una de les úniques maneres de saber coses sobre el poble i era una informació accessible per a tothom i ben explicada.<sup>1</sup>

Des de fa uns anys, la història de Taradell està recollida en un llibre que té diversos volums i que explica l'origen i la vida del poble.

---

<sup>1</sup> A través de la consulta de la revista digitalitzada a: [https://trencadis.diba.cat/Trencadis/imgview/trencadis/diba20218281055192F2/421?contentFlg=0&hl\\_text=taradell](https://trencadis.diba.cat/Trencadis/imgview/trencadis/diba20218281055192F2/421?contentFlg=0&hl_text=taradell)

Actualment aquesta revista ja no s'edita i no hi ha cap mitjà de premsa escrita a Taradell. Els mitjans que hi ha actuen com a difusors de l'actualitat més immediata i permeten saber què passa a Taradell, però no hi ha cap espai que aprofundeixi en allò que passa i dediqui temps a l'anàlisi. A més, la Revista actuava com a altaveu per les entitats i associacions que publicaven allò que feien, les seves impressions i les seves queixes. Avui en dia no hi ha cap mitjà que actuï com a veu per les entitats.

El fet que no hi hagi la Revista fa que hi hagi algunes mancances en termes comunicatius del municipi. La primera conseqüència és que falta un espai on incloure anàlisi i reportatges profunds. Hi ha mitjans com Taradell.com o Ràdio Taradell que ofereixen l'actualitat, però no hi inclouen anàlisis més acurades. No hi ha un espai de reflexió on es contextualitzi allò que passa al poble.

Una altra conseqüència de la pèrdua de la Revista és la falta d'un espai on les entitats hi puguin publicar textos més enllà de les activitats que fan. Actualment, cada mes es difon un butlletí amb totes les activitats que fan les entitats, però no hi ha cap espai on les mateixes entitats puguin exposar allò que creuen, com ho viuen, quines són les problemàtiques que detecten, etcètera. Aquest espai és necessari per donar veu a la gent que estructura el teixit associatiu i, per tant, la vida cultural de Taradell.

Una altra mancança del panorama comunicatiu de Taradell és que la revista s'utilitzava com a mitjà de difusió històrica del poble. Ara per ara, no hi ha cap espai on els taradellencs puguin explicar allò que saben, puguin investigar sobre el poble i publicar-hi els seus resultats, consultar dades històriques que no són a les plataformes digitals... manca un espai on publicar el coneixement tant sobre el poble com sobre altres temàtiques.

L'última conseqüència detectada és que no hi ha cap mitjà que s'imprimeixi en paper. Avui es parla de l'obsolescència del paper, però en realitat és un buit que queda orfe. Hi ha molta gent, sobretot gent gran, que només llegeix en suport paper, i, per tant, actualment no pot llegir el que passa al poble. El paper permet ser emmagatzemat a les cases de la gent, permet guardar allò que interessa i allò que no, i permet arribar a tothom a diferència de les noves tecnologies. El paper permet una lectura més pausada i volguda, més interessada en el contingut i permet publicar-hi anàlisis més profundes que no cauen tant en les dinàmiques de la immediatesa i la rapidesa.

A més, la Revista és un element patrimonial documental de Taradell, amb valor històric i cultural. Reeditar-la seria com un homenatge a aquest patrimoni i una valoració de la seva importància a escala local.

A través d'una enquesta realitzada a noranta persones que viuen a Taradell, he pogut observar com els temes que interessen més són els que estan relacionats amb l'actualitat del poble i amb la cultura. Un altre dels temes que interessa a més enquestats és la política municipal i l'urbanisme. Els punts que proposen que hi hagi són els que estan relacionats amb les activitats que duen a terme les entitats. Es detecta la falta d'espais d'anàlisi de l'actualitat i de difusió de la veu de les entitats.

El fet que no hi hagi cap mitjà de comunicació escrit al poble, crea un biaix en funció de les oportunitats i l'edat. Hi ha famílies a Taradell que no tenen accés a un ordinador o a internet i, en conseqüència, ho tenen més difícil per informar-se. També hi ha un percentatge de gent gran que tampoc té accés a les

plataformes digitals i que, per tant, també queda fora, en concret un 3% de la població.

El projecte és necessari per a dos motius principals. El primer és per la valoració d'aquest element com a patrimoni documental rellevant a la història de Taradell i per vetllar per la seva valorització. El fet que quedi com una revista antiga, l'allunya de les noves generacions i la situa com un element històric fora de la vida actual del poble.

El segon motiu és que no hi ha cap mitjà en paper a Taradell i, per tant, ompliria un buit existent. Ocuparia els espais que han quedat deserts amb la fi de la publicació de la revista i a més sent en paper tindria la possibilitat d'arribar a tothom.

És una prioritat en l'àmbit cultural del municipi, ja que els hàbits de la gent són fàcils de canviar. Si hi havia dues-centes famílies acostumades a llegir la revista cada mes i fa mig any que no ho fan, cada vegada ho trobaran menys a faltar i els costarà més reprendre l'hàbit de comprar la revista altra vegada.

Cal fer un pressupost acotat i teixir sinergies amb diferents entitats i col·lectius del poble per tal que la revista sigui un element d'articulació de les diferents veus taradellenques i tothom pugui sentir-se-la seva.

A la comarca d'Osona hi ha diverses revistes que han recuperat el model històric i l'han reinventat. Un exemple és El Gallaret, de Sant Miquel de Balenyà. És una revista que s'havia editat històricament al poble i des de fa uns anys, l'Ajuntament i un consell editor l'han reeditat i és el butlletí municipal. A Vic també hi ha una revista històrica reeditada, la *Revista de Vic*, una revista amb més de cent anys d'història que es va modernitzar fa uns anys i és un mitjà molt reconegut a escala local.

Per a definir a qui va dirigida la Revista, podem dividir el públic en dos grups: el primer són els destinataris directes, aquells a qui ens dirigim directament perquè són el que hi tenen un interès major, i el segon són els destinataris indirectes que són aquells que la rebran per altres vies i els hi pot arribar a interessar.

Els destinataris directes de la Revista són els que llegeixen habitualment, els que els interessa l'actualitat del poble i que la compraran i/o els socis. Per a aquestes persones és important la informació de qualitat, rigorosa i que aportí algun ítem més que la resta de mitjans. La llegiran perquè els interessin les qüestions que s'hi tracten i esperen trobar-hi novetats i articles interessants.

Els destinataris indirectes són els que la consultaran puntualment a la biblioteca, als bars i restaurants del poble, també als que la comprin puntualment perquè els interessi el tema en concret, i també ho seran els que sentin parlar de la revista. Aquests no solen comprar revistes i no solen llegir-se els articles sencers, per tant, buscaran titulars atractius que els resumeixin els temes que es tractaran, el disseny també haurà de ser atractiu per cridar la seva atenció, i caldrà tractar punts variats per tal d'aconseguir que algun trimestre, comprin la Revista.

El perfil dels destinataris no és un perfil en concret. Pel que fa a l'edat, volem arribar a les cinc mil quatre-centes-trenta-quatre persones d'entre quinze i vuitanta-quatre anys que viuen a Taradell<sup>2</sup>. Tenint en compte que la revista és de pagament, arribarem al públic d'edat adulta, a partir de trenta anys, que tingui

---

<sup>2</sup> Dades de l'IDESCAT.

uns ingressos estables i que es pugui permetre pagar o bé la quota de soci o bé el preu de la Revista al quiosc. La idea és que un cop aquesta revista entri a una casa, li pugui interessar a tothom, des de les persones més joves fins a les més grans. El llenguatge de la revista no serà especialitzat ni massa formal, ja que es vol arribar a un públic molt ampli, sense tenir en compte el seu nivell d'estudis ni el seu coneixement sobre els diferents temes tractats.

El ventall de gent a qui ens dirigim és ampli, de tots els perfils, totes les edats i tots els nivells d'estudis i econòmics. Per aquelles persones que no es podran o no voldran permetre's gastar-se diners amb la Revista, també volem que si algun dia la troben a algun dels establiments del poble, tinguin interès en fullejar-la i, per tant, no només ens enfocarem en els compradors, sinó també en els lectors accidentals.

Per una banda, volem que la gent jove hi tingui un espai on poder parlar i alhora poder entretenir-se. No pretenem que llegeixin tots els articles, però sí que puguin anar a buscar la secció que els interessa i que tinguin interès en què la Revista arribi a casa seva.

Per una altra banda, volem arribar a les persones de mitjana edat que llegeixen sobre l'actualitat de Taradell i els interessa estar informades i que compraran la Revista per tenir-la a casa i l'aniran fullejant.

Tampoc volem oblidar-nos de la gent gran. Volem que també hi trobin un espai de coneixement, d'aprenentatge i d'entreteniment. Són els que sempre han comprat la Revista de Taradell i que ara amb la nova imatge, esperaran trobar-hi un contingut bastant semblant.

En general ens enfoquem a la gent que viu a Taradell perquè la majoria de notícies i articles tractaran l'actualitat del poble. Tot i això, també ens obrim a la gent que viu a la comarca d'Osona perquè pugui aprendre i conèixer gent i fets del poble que no seran tan diferents del que podrien trobar als seus municipis.

També contemplem la possibilitat que algun número en concret el comprin persones que no són de la comarca, però que els interessa algun dels temes que tractem.

Volem ser una Revista de referència en l'àmbit de la premsa local catalana, i, per tant, que altres revistes locals puguin trobar en la nostra, un model a seguir i idees per elaborar els seus números. La revista estarà afiliada a l'Associació Comarcal de Premsa Local, per tal de tenir suport i difusió entre els mitjans locals de Catalunya. L'abast de la Revista és local, però la seva projecció és nacional.

Els objectius del projecte els dividim en objectius generals, específics i operatius.

**Els objectius generals són:**

- Conservar el patrimoni històric del poble. La Revista forma part del patrimoni documental del poble i reeditar-la és vetllar per la conservació d'aquest patrimoni.
- Millorar la qualitat informativa de Taradell. Oferir un nou mitjà afavoreix a la riquesa informativa i en fomenta la seva qualitat.
- Afavorir que els taradellencs de totes les edats i tots els perfils es sentin representats. Oferir un espai on parlar als taradellencs, permet que tothom pugui dir-hi la seva i es pugui sentir representat pel mitjà.

**Els objectius específics són:**

- Aconseguir que totes les generacions coneguin l'existència d'aquesta Revista i en valori la seva importància a nivell històric i cultural.
- Permetre que a Taradell hi hagi un nou mitjà de comunicació que aporti noves mirades i espai d'anàlisi de l'actualitat.
- Donar veu a tots els col·lectius i associacions que vulguin dir la seva i aconseguir parlar de tot amb tothom, sobretot d'aquells temes que mai es parlen i les persones que mai surten als mitjans actuals.

**Els objectius operatius són:**

- Arribar a tenir lectors de totes les franges d'edat, concretament marquem els objectius d'arribar al 10% dels joves d'entre 15 i 24 anys, al 20% dels adults d'entre 25 i 39, al 30% dels adults d'entre 40 i 54, al 30% d'entre 55 i 64 i al 40% d'entre 65 i 84 anys.
- Que almenys el 70% dels taradellencs enquestats al cap d'un temps de què la revista entri en circulació estiguin satisfets de la qualitat i quantitat informativa del poble.
- Que a cada número s'obri l'espai almenys a cinc entitats del poble per tal que puguin dir-hi la seva. Alhora, que a cada número es parli d'un col·lectiu diferent aconseguint poder parlar de tots els que formen part de la societat taradellenca.

Les accions que s'han de dur a terme per a tirar endavant el projecte són les següents:

En primer lloc, cal fer reunions amb l'equip motor per definir quines tasques caldrà fer, quins rols hi ha d'haver, amb qui podem comptar i posar en comú les idees que tenim.

En segon lloc, s'han d'establir els rols de l'equip entre les diferents persones que el conformen.

En tercer lloc, cal definir les primeres tasques i qui les farà. Aquestes tasques es divideixen entre els diferents equips que hi ha dins de la Revista. Per una banda, l'equip de redacció haurà de redactar una proposta de seccions i de l'estructura. Per una altra banda l'equip de fotografia haurà de fer una proposta d'estil de les fotografies que es publicaran. Per una altra banda, l'equip de tresoreria elaborarà un pressupost inicial i farà un informe de la viabilitat econòmica del projecte i les propostes de finançament. Per altra banda, l'equip de comunicació elaborarà un pla de comunicació per tal d'aconseguir els objectius proposats. Finalment, l'equip de publicitat buscarà anunciants, vies de difusió per tal de captar socis i eines per poder fer créixer la Revista.

En aquesta línia, també cal fer reunions amb les entitats i els comerços per tal d'explicar el projecte, demanar la seva col·laboració i començar a establir lligams.

Un cop fetes aquestes tasques, cal constituir l'entitat. Per a fer-ho s'han de redactar els estatuts i s'ha de fer una assemblea de constitució. Aquí s'han de definir els rols de president, tresorer, secretari i vocals. Caldrà signar els papers corresponents i fer alguna formació si és adient.

Lligat amb la constitució de l'entitat, s'haurà d'obrir un compte bancari. En primer lloc, és necessari per poder pagar les despeses de constitució de l'entitat i llavors per poder cobrar les quotes, la publicitat i pagar les despeses entre altres accions.

Un cop definits els rols de l'equip i constituïda l'entitat, es buscarà alguna empresa de disseny per tal que elabori una proposta de com podria ser tant la Revista com el logotip i la capçalera. Alhora caldrà demanar un pressupost per avaluar-ne la viabilitat econòmica.

Quan es tingui el disseny aprovat i tot definit, ja es pot començar a treballar en el primer número. Això implica que cada equip defineix què publicarà i tothom es posa a treballar en les seves tasques.

En paral·lel, es durà a terme l'afiliació a l'Associació Catalana de Premsa Comarcal i lligat amb aquesta acció, s'obrirà la pàgina web i les xarxes socials de la Revista.

Un cop enllestit, es publicarà el primer número de la Revista i se'n farà la difusió corresponent.

Una vegada publicat, s'avaluaran els resultats i es millorarà allò que calgui de cara al següent número.

Temporalment, es preveu que totes aquestes tasques es duguin a terme amb nou mesos.

Activitat	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09
Reunions amb l'equip motor	■								
Establiment dels rols de l'equip		■							
Definició de les primeres tasques			■						
Redacció: proposta de seccions i estructura				■					
Fotografia: proposta de línia d'estil					■				
Tresoreria: pressupost inicial, viabilitat econòmica						■			
Comunicació: elaboració pla de comunicació							■		
Publicitat: buscar anunciants, vies de difusió, captació de socis								■	
Reunions amb entitats i comerços									■
Constitució de l'entitat									■
Redacció dels estatuts									■
Assemblea constitució junta i socis									■
Obertura d'un compte bancari									■
Elaboració i revisió del disseny + logo									■
Redacció i maquetació del primer número									■
Afiliació ACPC									■
Obertura pàgina web i xarxes socials									■
Publicació primer número									■
Avaluació de resultats									■

Cronograma de les tasques. Font: elaboració pròpia.

Aquest projecte necessita tenir una organització interna acurada i ben definida per funcionar correctament. Per a fer-ho, es dividirà en comissions i equips de treball.

La Revista comptarà amb un grup motor que en gestionarà l'edició i la publicació, i comptarà amb un seguit de col·laboradors que complementin el projecte i que s'organitzin en comissions. Cada persona d'aquest equip motor actuaria com a cap de comissió, constituint un total de sis comissions.

La primera comissió és la de Coordinació. Aquesta comissió és la que s'encarrega de supervisar els altres equips, de comunicar-los entre ells i qui té

l'última paraula a l'hora de publicar els continguts de la Revista. Els seus integrants són el Cap de Coordinació, el Cap de Redacció, el Cap de Fotografia, el Cap de Comunicació i el Cap de Publicitat, és a dir totes les persones que formen part de l'equip motor.

La segona comissió és la de Redacció. És la responsable dels continguts de la Revista. Escullen allò que sortirà publicat, els formats dels textos i s'encarreguen de supervisar que tot el que surti, estigui correcte tant ortogràficament com gramaticalment. Els seus integrants són el Cap de redacció, el corrector (extern), els redactors i els col·laboradors que aporten continguts a la Revista.

La tercera comissió és la de Fotografia. És la que marca la línia d'estil de la fotografia de la revista, seguint una coherència i una cohesió. Escullen quines fotografies han d'acompanyar els textos, la rellevància de certs moments que necessiten ser fotografiats i publicats, i la fotografia de la portada de cada número. Els seus integrants són el Cap de Fotografia, els fotògrafs adjunts i els col·laboradors que aporten fotografies a la Revista.

La quarta comissió és la de Comunicació. És la que gestiona la difusió de la Revista a través de plataformes digitals com la pàgina web i les xarxes socials. A través de l'elaboració d'un Pla de Comunicació, dur a terme les tasques marcades per tal que la Revista tingui ressò i presència a les xarxes, més enllà del format en paper. Els integrants són el Cap de Comunicació, la responsable de les xarxes socials i la responsable dels continguts de la pàgina web.

La cinquena comissió és la d'Administració i Tresoreria. És la comissió que gestiona els aspectes jurídics i legals de la Revista, els tràmits administratius i alhora porta la comptabilitat i el control del finançament i les subvencions. Els integrants són la persona administrativa i la persona comptable, i l'assessorament d'una gestoria de Taradell.

Finalment, la sisena comissió és la de Publicitat i Relacions Públiques. És la comissió que s'encarrega de gestionar la publicitat i les relacions públiques, tant de cara a entitats i comerços del poble com per captar nous socis. Vetlla per aconseguir anunciants i també per poder aparèixer en publicitat d'altres mitjans. Els integrants són la persona Cap de Publicitat i l'equip de dues persones que executen les tasques del dia a dia.

A més, hi haurà una persona que es dedicarà a gestionar la distribució de la Revista. Des de portar els exemplars a les cases dels socis, com també al quiosc i llibreries de Taradell i s'ocuparà d'anar a recollir els exemplars excedents.

Nº	FUNCIÓ A L'ASSOCIACIÓ	FUNCIÓ AL PROJECTE	RELACIÓ CONTRACTUAL
1	President. Cap de Coordinació	Responsable de la coordinació de la Revista	Voluntariat
1	Secretari. Cap de Redacció	Responsable dels continguts escrits	Voluntariat
1	Vocal. Cap de Fotografia	Responsable de fotografia	Voluntariat
1	Vocal. Cap de Comunicació	Responsable de la comunicació	Voluntariat
1	Vocal. Cap de Publicitat i RRPP	Responsable de la publicitat i la promoció	Voluntariat
1	Administració	Suport i assessorament tècnic i jurídic	Voluntariat
1	Tresoreria	Control del finançament i el pressupost	Voluntariat
5	Redactors	Membres de la comissió de Redacció	Voluntariat
3	Fotògrafs	Membres de la comissió de Fotografia	Voluntariat
15	Col·laboradors en seccions	Membres de diverses comissions	Voluntariat
1	Dissenyador (no pertany a l'associació)	Disseny i maquetació de la Revista	Voluntariat
1	Responsable Xarxes socials	Gestió diària de les xarxes socials	Voluntariat
1	Programador web (no pertany a l'associació)	Programació i edició de la pàgina web	Voluntariat
1	Corrector	Correcció dels textos	Voluntariat
2	Publicista o comunicador	Membres de la comissió de Publicitat	Voluntariat
1	Repartidor	Responsable de la distribució	Voluntariat

Esquematzació del personal. Font: elaboració pròpia.

Pel que fa als espais de regulació i seguiment, es proposen diverses trobades:

-Reunions de coordinació: cada setmana es farà una reunió de coordinació amb els membres de l'equip motor per tal de fer un seguiment de les tasques de cadascú.

-Reunions de les comissions: cada comissió definirà la periodicitat de les trobades en què es trobarà per organitzar-se i fer les tasques.

-Reunions de valoració i avaluació: trobades que es realitzaran dues setmanes després de la publicació de cada número per avaluar com han anat les vendes i els comentaris dels subscriptors i lectors de la revista.

-Reunions d'inici: trobades que es faran una setmana després de cada número per començar a planificar el número següent.

-Reunions de final: es faran per tancar els continguts dels números abans de portar-los a imprimir.

Les reunions es faran a una sala del Centre Cultural Costa i Font de Taradell, amb reserva prèvia.

Es faran trobades amb l'Ajuntament pel que fa al suport econòmic, amb diverses entitats per tal que puguin formar part de la Revista i hi tinguin el seu propi espai, amb comerços per establir lligams més enllà de la publicitat i poder fer projectes conjunts, amb altres mitjans locals per poder compartir continguts i col·laborar i amb tothom qui estigui interessat en el projecte de la Revista.

L'organització de la Revista es basarà en la interrelació entre els diferents equips i una bona comunicació entre tots els integrants. Els responsables de cada comissió vetllaran per tal que els seus equips funcionin correctament i es duguin a terme totes les tasques assumides. L'equip motor definirà si les tasques són correctes i anirà buscant els millors mètodes per avaluar si la feina dóna bons resultats i si tant els membres de la Revista com els lectors, estan satisfets amb el projecte. Les decisions es prendran per consens i tothom tindrà veu en aquestes reunions de treball.

Entre tots s'elaborarà un manual on es concretin els objectius que es volen aconseguir, les normes, el funcionament i els mètodes d'avaluació i també un manual d'estil per poder publicar en la mateixa línia.

Totes les persones que formin part de la Revista ho faran voluntàriament, sense rebre cap salari a canvi. Si més endavant la Revista té beneficis, es plantejarà l'opció de proporcionar un salari a les persones que hi treballin.

La comunicació és clau per garantir el bon funcionament de la Revista. Per a fer-ho, s'elaborarà un pla de comunicació que definirà els propòsits i les accions per a dur-lo a terme.

Taradell és un poble amb perfils de persones molt diverses. Tenim diferents franges d'edat i es necessiten diferents canals per arribar a totes aquestes persones. Els recursos són més aviat limitats i, per tant, cal optimitzar les eines de les quals es disposen. Pel que fa als mitjans de comunicació, hi ha tres mitjans principals, que no compten amb un gran dispositiu a nivell comunicatiu. No utilitzen massa les xarxes socials i no compten ni amb butlletí ni amb cartells informatius per tal de fer difusió. En aquest sentit, tenim un gran camp comunicatiu que no ha estat explorat a Taradell i que caldrà anar observant quins són els mecanismes que funcionen millor en funció dels diferents perfils.



Els objectius de la comunicació de la Revista són arribar al màxim de gent possible, tant a qui compra o està subscrit a la revista com qui no. També volem fer visible la Revista fora de Taradell, i que sigui un mitjà de referència a nivell comarcal i nacional. Volem aprofitar altres plataformes per generar nous continguts ampliant el contingut de la Revista, i sent presents a diferents xarxes socials que arriben a diferents perfils. El propòsit és ser un mitjà proper als joves a través d'eines que els siguin familiars i atractives. Alhora, volem apropar-nos als infants a través de materials interactius, i no ens volem allunyar de la gent gran oferint-los eines tradicionals que coneixen. També cal que la comunicació sigui participativa per tal d'interaccionar amb els lectors i establir-hi una relació bidireccional.

Per a fer una marca de la Revista que sigui fàcilment reconeixible, crearem un logotip. L'utilitzarem tant per la portada de la Revista com també a les xarxes socials.

La imatge que identifiqui la Revista serà aquesta:



És un logotip senzill, fàcilment identificable, que conté el nom de la Revista.

El color és vermell perquè és un color que crida l'atenció i li dóna personalitat.

A l'hora de definir el públic a qui ens dirigim, contemplem un espectre molt ampli. En primer lloc, ens dirigim als lectors de la Revista i aquells que la compren expressament. En segon lloc, ens dirigim als habitants de Taradell que es puguin sentir interpel·lats per la revista per algun tema en concret o simplement per curiositat. En tercer lloc, també volem arribar als habitants de la comarca d'Osona, ja que molts temes que es tractin, també són aplicables a altres pobles de la comarca. En quart lloc, contemplem que hi haurà gent interessada en continguts específics de la Revista i que la compraran quan vegin que alguna secció o algun tema tractat els interessa especialment.

Per a comunicar-nos utilitzarem diferents eines.

En primer lloc, usarem les xarxes socials, concretament *Instagram*, *Twitter*, *Tik Tok*.

1-*Instagram*: volem arribar al públic jove a través d'històries i publicacions atractives. S'hi poden fer sortejos relacionats amb botigues del poble, per tal que la gent interactuï amb la Revista. Es farà un *hashtag* anomenat #revistataradell amb el qual tothom qui comparteixi una fotografia del poble pot posar aquesta etiqueta i les quatre millors fotografies sortiran publicades a la Revista.

2-*Twitter*: publicació de notícies que aniran publicades a la Revista, enllaços a la web amb fotografies de cada secció que es publiqui. Es farà difusió dels actes que s'organitzin i quan falti poc per la publicació del número, se'n farà difusió.

3-*Tiktok*: fer vídeos curts parlant d'algun dels temes de la Revista dedicats al jovent i així arribar directament a ells.

Una altra eina que s'utilitzarà serà la pàgina web. Es farà una pàgina on es publicarà el que es publica a la Revista, des de les notícies fins als reportatges i articles d'opinió. L'accés serà lliure pels subscriptors i serà limitat pels que no ho siguin. També s'hi publicaran els comerços que es publicitin a la Revista, que també tindran l'accés lliure a la pàgina web. Hi haurà un espai on els lectors podran publicar comentaris.

També s'enviarà un butlletí per correu electrònic que tindrà continguts de la Revista en funció de la setmana que s'envii.

Es faran anuncis a la ràdio i mitjans locals i comarcals per tal de donar-se a conèixer.

S'organitzaran presentacions de llibres, taules rodones, xerrades... per tal d'aprofundir en diversos temes tractats a la Revista i alhora donar-se a conèixer.

El missatge que es vol transmetre és que la Revista pren el relleu de la revista històrica, valorant-ne la importància que té per Taradell, però que és una versió renovada i diferent. Vol ser un mitjà independent, complementari a la resta de mitjans que ja hi ha al poble. Té la singularitat de comptar amb més espais d'anàlisi i reflexió, i l'interès de ser una publicació trimestral i no immediata. Té un especial interès a indagar en històries de taradellencs, conèixer què estan fent tant al poble com a fora, i donar veu als lectors a través d'una comunicació participativa i inclusiva.

Acció	Setmana 01	Setmana 02	Setmana 03	Setmana 04
Presentació a xarxes socials				
Presentació de l'equip a xarxes socials				
Elaboració llista de correus per la Newsletter				
Inici de la pàgina web				
Fer cartells per informar sobre l'existència de la Revista				
Difusió a xarxes de la publicació del Número				
Acte de presentació del primer número				
Publicació sobre el primer número				
Enviament de la newsletter setmanal				
Publicació sobre els reportatges del número				
Publicació d'ampliació dels temes tractats				
Publicació sobre entitats				
Publicació sobre col·laboradors				

Cronograma del pla de comunicació (1). Font: elaboració pròpia.

Acció	Setmana 05	Setmana 06	Setmana 07	Setmana 08
Presentació a xarxes socials				
Presentació de l'equip a xarxes socials				
Elaboració llista de correus per la Newsletter				
Inici de la pàgina web				
Fer cartells per informar sobre l'existència de la Revista				
Difusió a xarxes de la publicació del Número				
Acte de presentació del primer número				
Publicació sobre el primer número				
Enviament de la newsletter setmanal				
Publicació sobre els reportatges del número				
Publicació d'ampliació dels temes tractats				
Publicació sobre entitats				
Publicació sobre col·laboradors				

Cronograma del pla de comunicació (2). Font: elaboració pròpia.

Acció	Setmana 09	Setmana 10	Setmana 11	Setmana 12
Presentació a xarxes socials				
Presentació de l'equip a xarxes socials				
Elaboració llista de correus per la Newsletter				
Inici de la pàgina web				
Fer cartells per informar sobre l'existència de la Revista				
Difusió a xarxes de la publicació del Número				
Acte de presentació del primer número				
Publicació sobre el primer número				
Enviament de la newsletter setmanal				
Publicació sobre els reportatges del número				
Publicació d'ampliació dels temes tractats				
Publicació sobre entitats				
Publicació sobre col·laboradors				

Cronograma del pla de comunicació (3). Font: elaboració pròpia.

Acció	Setmana 13	Setmana 14	Setmana 15	Setmana 16
Presentació a xarxes socials				
Presentació de l'equip a xarxes socials				
Elaboració llista de correus per la Newsletter				
Inici de la pàgina web				
Fer cartells per informar sobre l'existència de la Revista				
Difusió a xarxes de la publicació del Número				
Acte de presentació del primer número				
Publicació sobre el primer número				
Enviament de la newsletter setmanal				
Publicació sobre els reportatges del número				
Publicació d'ampliació dels temes tractats				
Publicació sobre entitats				
Publicació sobre col·laboradors				

Cronograma del pla de comunicació (4). Font: elaboració pròpia.

## Pressupost

El pressupost de la Revista és cabdal per poder avaluar la viabilitat del projecte i la necessitat d'una possible inversió inicial de les persones promotores.

En primer lloc, avaluarem les **despeses**. Dividirem aquest capítol en tres apartats.

El primer apartat és el que contempla les despeses inicials per engegar el projecte. En aquest cas hi ha:

- La constitució de l'entitat, que el tràmit suposa 60 €
- Les despeses de gestoria de tramitació del Certificat Digital i donar d'alta l'entitat a l'Ajuntament, que té un cost de 84 €
- El disseny de la Revista que té un cost de 544 €.

En total, les despeses inicials són 701,80 €.

DESPESES INICIALS			
Concepte	Import	IVA	Total
Constitució entitat	60,00 €	21%	72,60 €
Disseny revista	450,00 €	21%	544,50 €
Despeses gestoria (Certificat Digital, alta Ajuntament...)	70,00 €	21%	84,70 €
			0,00 €
		TOTAL	701,80 €

Despeses inicials. Font: elaboració pròpia.

El segon lloc desglossem les **despeses fixes** de cada número.

- La maquetació de cada revista, amb un cost de 300 € per cada número.
- La impressió de cent cinquanta exemplars, amb un cost de 360 €.
- La correcció dels textos, amb un cost de 92,93 € per número.
- Les dietes dels desplaçaments que hagin de fer els redactors per fer les entrevistes i altres gestions relacionades amb la Revista, que d'acord amb el càlcul de 0'19€ / Km, reservem uns 100 € per la realització de cada número.

DESPESES FIXES PER CADA NÚMERO			
Concepte	Import	IVA	Total
Maquetació revista	300,00 €	21%	363,00 €
Impressió revista (150exemplars)	360,00 €	21%	435,60 €
Correcció	76,80 €	21%	92,93 €
Dietes de desplaçaments	100,00 €	0%	100,00 €
		TOTAL	991,53 €

Despeses fixes. Font: elaboració pròpia.



Aquests ingressos entraran un cop publicats els primers números. Per tal de poder publicar els primers, caldrà fer una inversió inicial. Perquè sigui viable i cap col·laborador hi hagi de perdre diners, es realitzarà una campanya de micromecenatge a través de la plataforma *Verkami*. Calculant les despeses inicials i del primer número, farem una campanya per recaptar 2000 €. Amb aquests diners podrem iniciar el projecte i publicar almenys el primer número.

INGRESSOS	
Concepte	Import
Subvenció Generalitat	1.000,00 €
Subvenció Ajuntament	1.500,00 €
Quota socis	1.500,00 €
Venda a quiosc/líbreries	
Publicitat	
Verkami	2.000,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>6.000,00 €</b>

Ingressos. Font: elaboració pròpia.

A continuació, es proposa un guió de les seccions que tindria la Revista. Algunes d'elles són semblants a les seccions que hi havia a la Revista original.

## Portada

A la portada hi haurà la capçalera i una fotografia que representi el que es tractarà en aquell número. A més, es destacaran les seccions més rellevants.

### 1-Editorial

Text dels redactors que resumeixen els tres mesos o parlen d'algun fet important. És la introducció de la Revista i va lligat amb el què es tractarà a dins.

### 2-II·lustració

A Taradell hi ha molts artistes pocs coneguts, però que fan material d'alta qualitat. Des de la Revista, cada trimestre donarem veu a un d'ells i li permetrem que ens ompli la pàgina de la manera que vulgui. Hi afegirem un paràgraf que parli de l'artista i les dades de contacte.

### 3-Reportatges

Es destinaran unes quantes pàgines a reportatges sobre temes del poble. Es faran reportatges sobre persones, experiències personals, fenòmens que passen al poble, edificis singulars, temes d'actualitat... S'acompanyaran de fotografies.

### 4-Entrevista a una persona nouvinguda

S'entrevistarà algú que faci poc temps que visqui a Taradell. D'aquesta manera es dona a conèixer la Revista a algú que probablement no la coneix, i alhora els lectors coneixeran algú que ha arribat al poble.

## **5-Notícies rellevants i entrevistes a persones implicades**

Es destacaran les notícies més rellevants del trimestre i s'aprofundirà en aquelles que tinguin repercussió més enllà del dia dels fets, i s'entrevistarà les persones implicades. L'objectiu d'aquesta secció és poder aprofundir en tot allò que passa al poble, més enllà de la notícia estricta.

## **6-Articles d'opinió**

Entre una i quatre persones col·laboradores de la Revista escriuran els seus articles d'opinió i es publicaran a aquest espai. Seran articles sobre fets d'actualitat del poble o sobre altres assumptes d'interès per l'escriptor.

## **7- Espai per les entitats**

Es deixarà un espai perquè les entitats que ho vulguin puguin publicar les activitats que han fet, les que faran, si tenen alguna queixa o suggeriment... A més s'aprofitarà aquesta secció per fer un destacat d'alguna entitat i aprofundir en qui són i què fan, i les seves dades de contacte per si algú si vol unir.

## **8- Resum del temps i previsió**

A Taradell hi ha aficionats de la meteorologia que controlen el temps que fa al poble. Aquest espai el destinem a què ens facin resums i explicacions del comportament del temps del trimestre i la previsió pels següents mesos.

## **9- Jovent**

Aquest espai està destinat als joves. Es farà una entrevista ràpida a una persona jove i es publicarà la informació de les activitats per joves que es facin a Taradell. És una secció que pretén donar veu als taradellencs d'entre 11 i 17 anys perquè puguin sentir-se part del poble i puguin també compartir les seves queixes i suggeriments.

L'entrevista curta consistiria en vint-i-cinc preguntes:

- 1-La teva cançó preferida
- 2-La teva pel·lícula o sèrie preferida
- 3-L'últim concert on has anat
- 4-L'últim llibre que has llegit
- 5-Tens algun/a crush?
- 6-Gelat preferit
- 7-Una beguda
- 8-El millor lloc de Taradell
- 9-Un viatge que t'agradaria fer
- 10-Amb qui no quedaries mai?
- 11-Televisió o plataformes?
- 12-Quin és l'últim regal que has fet?
- 13-A quina hora et lleves?
- 14-Què volies ser de petit?

- 15-Descriu qui ets en tres paraules
- 16-Quina xarxa social és la que utilitzes més?
- 17-Quantes vegades has anat a missa en l'últim any?
- 18-Què et fa riure?
- 19-Què et fa plorar?
- 20-Què hi tens a la tauleta de nit?
- 21-Què et fa sentir estimat?
- 22-Tens algun talent ocult?
- 23-Un hàbit estrany
- 24-Què t'agrada fer quan plou?
- 25-Quina és la pregunta que t'ha costat més respondre?

### **10-Passatemps**

En aquest espai hi haurà un Sudoku, uns mots encreuats i unes preguntes sobre Taradell, a més de les solucions dels passatemps del número anterior.

### **11-Recomanacions sèries i pel·lícules**

Aquí es recomanaran sèries i pel·lícules d'actualitat o antigues, per part d'un dels col·laboradors de la Revista.

### **12-Curiositats / Anècdotes**

En aquesta secció s'explicarà alguna curiositat poc coneguda de Taradell o alguna anècdota d'alguna persona entrevistada que pugui ser d'interès pels lectors de la Revista.

### **13-Fotografies**

En aquesta secció es publicaran les fotografies que s'hagin fet de Taradell i s'hagin compartit a les xarxes per part dels usuaris, amb el hashtag #revistataradell. Es seleccionaran les millors i es publicaran juntament amb el nom de l'autor.

### **14-Agenda**

Es farà un resum dels actes del trimestre anterior i es publicaran tots els actes programats pel següent trimestre.

### **15-Naixements i defuncions**

Es publicaran els naixements i les defuncions del trimestre de les famílies que ho hagin autoritzat.



## **16-Ofertes de feina, anuncis...**

Es donarà un espai per a les empreses de la comarca que busquin treballadors i també per a persones que busquin feina. També es permetrà anunciar venda d'objectes, demanda de productes...

## **17-II·lustració/poema/conte curt d'algun artista local**

Per tancar la Revista, es dedicarà l'última pàgina a algun altre artista local. En aquest cas no caldrà que sigui una il·lustració, pot ser també un poema, un conte curt, una fotografia...

## **Contraportada**

Fotografia de Taradell, xarxes socials, logos de les empreses col·laboradores i altres.

### *-Empreses col·laboradores*

-La Rita Comunicació: És una empresa de Taradell que es dedica a la comunicació i disseny de materials comunicatius. És l'empresa que ens farà el disseny i la maquetació de la Revista.

-El corrector: empresa de correcció de textos. Ens corregirà tots els textos que es publiquin, tant pel que fa a l'ortotipografia com amb l'estil i el registre.

## 5.2. Número 1 de la Revista de Taradell

A continuació detallo un prototip del guió del què podria ser el primer número de la Revista de Taradell, basat en les seccions anteriorment especificades i explicades.

### Portada

A la portada del primer número hi haurà:

-La capçalera i el número amb la data



-Una fotografia de fons de Taradell

-Fotografies relacionades amb els reportatges i els títols



## Pàgina 1-Editorial

L'editorial serà un text de presentació de la Revista. Hi explicarem qui som, els nostres objectius i les expectatives.



## Pàgina 2-Il·lustració

La il·lustració d'aquest número serà de Lidia Azagra.



Reportatge 1: La comunitat nepalesa de Taradell

Reportatge 2: Compartir pis a Taradell

REPORTATGE



## La comunitat nepalesa de Taradell

Uno de los lugares más famosos e impresionantes para visitar en Barcelona, el edificio más famoso de toda la ciudad y su punto de referencia, La Sagrada Familia. Aunque inacabada, la iglesia es Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, y en noviembre de 2010 fue consagrada y proclamada basílica menor por el Papa Benedicto XVI.



### ORIGENS

Barcelona es la capital y la ciudad más grande de Cataluña y la segunda ciudad más grande de España, con una población de más de un millón y medio de personas (Más de cinco millones en toda la provincia). Esta ciudad, situada directamente en la costa mediterránea al noreste de España, tiene una rica historia ya que estuvo bajo los romanos.



### VIDA A TARADELL

Uno de los lugares más famosos e impresionantes para visitar en Barcelona, el edificio más famoso de toda la ciudad y su punto de referencia, La Sagrada Familia. Aunque inacabada, la iglesia es Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, y en noviembre de 2010 fue consagrada y proclamada basílica menor por el Papa Benedicto XVI.

### IDIOMA

El castellano se habla casi universalmente en Barcelona, pero la lengua catalana también ha reaparecido gracias a los intensos esfuerzos de los sistemas escolares de los últimos años. El catalán lo entienden el 95% de los residentes, lo hablan el 72% y lo escriben el 53%.

REPORTATGE

## Compartir pis a Taradell

En 1992, Barcelona obtuvo el reconocimiento internacional al acoger los juegos olímpicos que trajeron un gran auge en su industria turística. Esto tuvo el efecto de cambiar la ciudad de una manera que todavía se percibe hoy en día, los barrios renovados (y en algunos casos nivelados) y el intenso enfoque del diseño moderno que impregna todos los aspectos de la vida en Barcelona, desde los edificios públicos a algo tan simple como un banco de parque o un póster de eventos.

ajfjasjfkñadjfklñajkñfjañksjajkñlfjalñksjfaklsjfnñaj  
fklñasjfkñasjfkñasdjfklñasjfnkdsajfkñjaskñlfjalñks  
jfdaklsjfnñkasjfnñkasjfdkñsajñotueaiosjvñkasjgnka  
suteoieñjñkjagoisfjañskjñdaiwejtgoaejfoiuasofjasot  
jeàwjafoa`wejtáwejt+pqwjtppqjfsdñf`paosetja  
wejtapowetjajaw



## Reportatge 3: Els projectes cooperatius a Taradell



### Pàgina 9-Entrevista a una persona nouvinguda

Entrevista a l'Imma, una barcelonina que ha vingut a viure a Taradell en busca de tranquil·litat.

## L'ENTREVISTA

### Imma

*Uno de los lugares más famosos e impresionantes para visitar en Barcelona, el edificio más famoso de toda la ciudad y su punto de referencia, La Sagrada Família. Aunque inacabada, la iglesia es Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, y en noviembre de 2010 fue consagrada y proclamada basílica menor por el Papa Benedicto XVI.*

**ORIGENS**  
Barcelona es la capital y la ciudad más grande de Cataluña y la segunda ciudad más grande de España, con una población de más de un millón y medio de personas (Más de cinco millones en toda la provincia). Esta ciudad, situada directamente en la costa mediterránea al noreste de España, tiene una rica historia ya que estuvo bajo los romanos.

**VIDA A TARADELL**  
Uno de los lugares más famosos e impresionantes para visitar en Barcelona, el edificio más famoso de toda la ciudad y su punto de referencia, La Sagrada Família. Aunque inacabada, la iglesia es Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, y en noviembre de 2010 fue consagrada y proclamada basílica menor por el Papa Benedicto XVI.

**PREVISIONES DE FUTUR**  
El castellano se habla casi universalmente en Barcelona, pero la lengua catalana también ha reaparecido gracias a los intensos esfuerzos de los sistemas escolares de los últimos años. El catalán lo entienden el 95% de los residentes, lo hablan el 72% y lo escriben el 53%.

## Pàgina 11-**Notícies rellevants i entrevistes a persones implicades**

Butlletí de notícies rellevants

Espai d'anàlisi

### LES NOTÍCIES



## Pàgina 15-**Articles d'opinió**

Quatre articles:

-Laura Sentmartí, psicòloga: article sobre la salut mental

-Adrià Ramirez, expert en transport públic: article sobre el transport públic de Taradell/comarca

-Xavier Albert, professor jubilat: anàlisi actualitat Taradell

-Laia Miralpeix, periodista: anàlisi esportiva Taradell

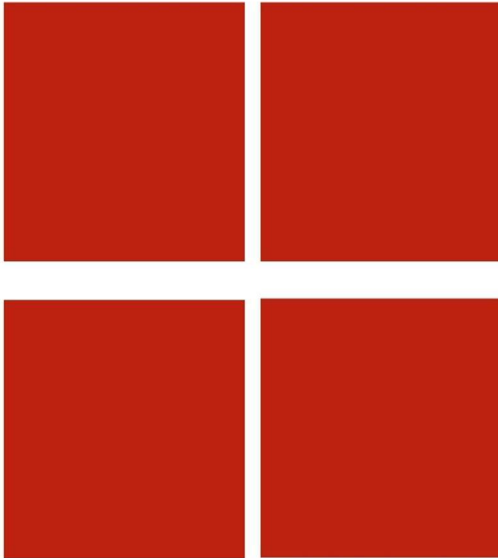
### ARTICLES D'OPINIÓ



## Pàgina 17- **Espai per les entitats**

-Textos de 4 entitats: SomDones, l'Esbart Sant Genís, Sardanistes, Tonis Taradell

### LES ENTITATS



## Pàgina 18- **Resum del temps i previsió**

### EL TEMPS



## Pàgina 19- **Jovent**

-Entrevista curta: preguntes a Marçal Cedó, jove del poble implicat en alguna entitat i membre d'un grup de música.

-Notícies d'activitats per a joves

-Espai obert on puguin dir-hi la seva.

VA DE JOVES

VA DE JOVES

ENTREVISTA A MARÇAL CEDÓ

NOTÍCIES I ACTIVITATS DE JOVES

BÚSTIA

## Pàgina 21-**Passatemps**

-Mots encreuats relacionats amb Taradell

-Sudoku

-Cinc preguntes sobre el poble

-Trobar diferències en dues imatges sobre el poble

-Endevinar quina frase és la certa, sobre el poble.



PASSATEMPS

QUÈ SAPS DE TARADELL?

TROBAR DIFERÈNCIES

PASSATEMPS

QUINA ÉS LA CERTA?

MOTS ENCREUATS

Pàgina 22-**Recomanacions culturals**

Recomanació d'una pel·lícula:

Recomanació d'una sèrie:

Recomanació d'un llibre:

RECOMANACIONS CULTURALS

PEL·LÍCULA

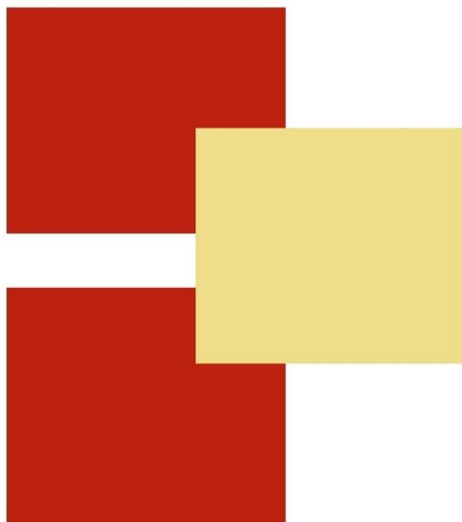
SÈRIE

LLIBRE

## Pàgina 23-Fotografies

Selecció de les millors fotografies compartides a xarxes socials amb el hashtag #larevistadetaradell

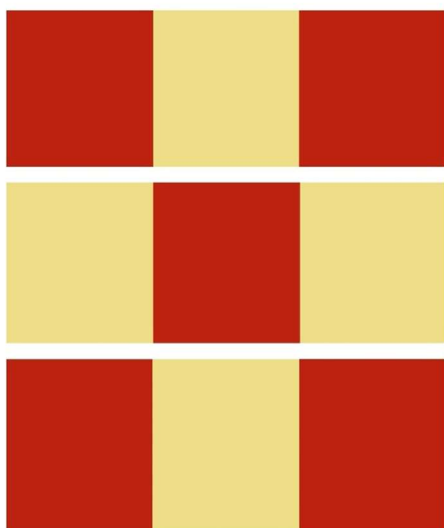
#REVISTATARADELL



## Pàgina 24-Agenda

S'hi publicaran els esdeveniments que estan previstos pels tres mesos que abarca la Revista.

L'AGENDA



## Pàgina 25-Naixements i defuncions

### NAIXEMENTS I DEFUNCIONS

NAIXEMENTS

DEFUNCIONS

## Pàgina 26-Ofertes de feina, anuncis...

FEINA

VOLS TREBALLAR?

NECESSITES TREBALLADORS/ES?

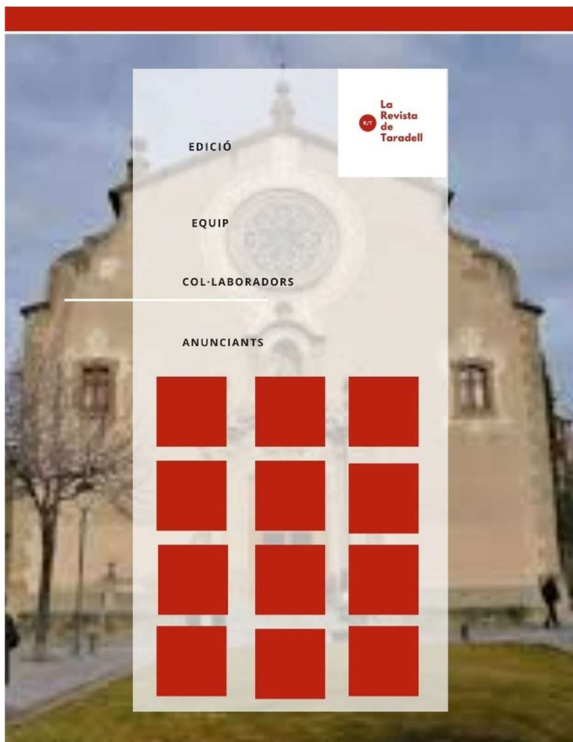
## Pàgina 27-II-lustració/poema/conté curt d'algun artista local

Poema d'Eloi Creus.

### LA IL·LUSTRACIÓ



## Pàgina 28-Contraportada



A més d'aquestes seccions, s'ha de contemplar que els anuncis anirien intercalats a les pàgines i potser s'hi afegiria alguna pàgina més.

## 6. Conclusions

Una revista històrica com *La Revista de Taradell* té un gran valor patrimonial sobretot per la gent del municipi on es publica. El fet de poder-la reeditar i renovar-la permet que les noves generacions la coneguin i puguin fer-se-la seva.

Hem vist que la premsa catalana comarcal és la base de la comunicació a Catalunya i és la que sustenta el panorama comunicatiu. És per això que és important vetllar perquè a cada municipi hi hagi capçaleres que informin i donin veu a les persones i ofereixin informació de qualitat sobre allò que passa al costat de cada casa. Cada vegada més, en un món globalitzat, és més fàcil que ens arribi la informació del que passa als altres països que no pas del que passa al nostre poble. Els mitjans locals vetllen per revertir aquesta situació i perquè se li doni el valor que es mereix a la premsa local.

És cert, però, que els mitjans de comunicació necessiten una estructura sòlida i un abast mínimament significatiu per ser rendibles i sostenibles econòmicament, si no funcionen. En el cas de *La Revista de Taradell*, la capçalera original era finançada pel Bisbat. El Bisbat, a més, en té la propietat, per tant, per reeditar-la o bé caldria comprar-li els drets, o bé canviar el nom i fer una revista nova.

Pel que fa als ingressos que tindria la revista actual, caldria consolidar una entrada mínima de diners per poder sostenir-la, ja que el suport fixe d'una institució com el Bisbat no hi seria. Els ingressos més importants serien dels socis i la gent que comprés la revista i, per tant, caldria fer una bona difusió per tal que la gent es tornés a acostumar a comprar-la. Per la normativa de protecció de dades, no es podrien mantenir els socis de la Revista antiga i caldria fer una llista de socis nova amb les noves dades.

Una dificultat significativa per tirar endavant la Revista és la gent que necessita per ser editada. Calen almenys quatre persones que tinguin energia i temps de tirar el projecte endavant i d'invertir-hi hores sense rebre cap remuneració a canvi. De moment a Taradell aquestes persones no hi son, i, per tant, el projecte haurà d'esperar.

Un altre entrebanc és el poc suport per part de l'Ajuntament. Els pressupostos municipals estan molt pautats i no solen sobrar partides econòmiques, i menys per invertir-les en cultura. Un projecte com el de la Revista necessita tenir el suport de les institucions, i en el cas de Taradell sembla que de moment no hi és. A més, tampoc comptem amb el suport de personal ni d'eines, ja que no hem rebut cap oferiment de donar-nos un cop de mà en l'elaboració del projecte d'entitat ni de cap mena.

En el moment en què comences a tirar endavant un projecte d'aquestes característiques, t'adones de la dificultat i complexitat que té. Al llarg de la història hi ha hagut moltes capçaleres que per falta de personal i de diners, han anat desapareixent, i és el cas de *La Revista de Taradell*. Actualment, és molt difícil que sigui viable econòmicament una revista d'aquest estil, tenint en compte que la majoria de la gent s'informa a través de les xarxes socials i no inverteix diners en els mitjans de comunicació. Caldria fer una campanya de conscienciació de la necessitat d'ajudar a fer viables els mitjans per tal que siguin independents de les institucions i inversors privats per poder assegurar la bona qualitat de la informació. Calen mitjans de proximitat de qualitat per poder informar rigorosament d'aquelles notícies i fets que afecten més a la vida quotidiana de les persones.

Així doncs, la conclusió d'aquest treball és que és complex dur a terme aquest projecte sense el suport necessari i de moment aquest treball és una proposta de cara al futur que necessitarà unes quantes persones que decideixin fer-la realitat.

## 7. Bibliografia

- Baucells, M. J. (20 de Novembre de 2021). *Ajuntament de Taradell*. Obtenido de <https://www.taradell.cat/guia/entitats-100/revista-de-taradell.html>
- Canosa, F. (2016). *Història del periodisme de Catalunya*. Barcelona: Sàpiens.
- Comajoan, J. (2002). Els mitjans de comunicació a Osona. Un sistema comunicatiu incomplet. *Ausa. Patronat d'Estudis Osonencs*.
- Costa, L. (2009). *La comunicació local*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Costa, L. (2021). *Premsa comarcal. La memòria de la vida quotidiana de Catalunya*. Barcelona: ACPC.
- Figueres, J. M. (2013). La investigación hemerográfica en Cataluña. Estado de la cuestión (1879-2013). *I Congreso centroamericano de Comunicación "Desafíos de la comunicación en Centroamérica"*.
- Guillamet, J. (1982). *La difusió de la premsa comarcal a Catalunya*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, [en línia], Núm. 5.
- Guillamet, J. (1983). *La premsa comarcal. Un model català de periodisme popular*. Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura.
- Miralpeix, L. (9 de Desembre de 2021). *Ràdio Taradell*. Obtenido de <https://www.taradell.cat/radio-taradell-107-7/historia.html>
- Morcillo, J. (15 de Novembre de 2021). L'origen de Taradell.com. (L. Camprubí, Entrevistador)
- Verdaguer, L. (2008). L'editorial. *Butlletí d'Informació Municipal de Taradell*.