

Da 120 anni “a servizio della gente”

Il lettore della Gazzetta d’Asti avrà sicuramente notato, accanto alla denominazione di testata nell’edizione del 26 luglio, un annuncio singolare per il giornale che si ripeterà fino a novembre.

Un richiamo ai lettori e alla collettività astigiana per ricordare che la Gazzetta d’Asti è stata fondata nel 1899 e quindi festeggia un importante compleanno.

Una ricorrenza da sottolineare e ricordare, non tanto per il dato “anagrafico”, ma per ripensare al valore del giornale nella società della comunicazione globale.

Il tempo presente è segnato da profonde trasformazioni in qualche modo tutte legate al “ciclone” internet, al potere dei social media, all’onnipresenza della connessione senza confini e senza limiti di tempo.

In questo tempo di turbolenza comunicativa è forse opportuno ritrovare le motivazioni che nel 1899 hanno spinto il vescovo Arcangeli a dar vita ad un giornale che promuovesse in Asti un messaggio alternativo di speranza e diffondesse un pensiero cristianamente orientato capace di creare cultura nuova nella collettività.

Dar vita ad un giornale, nell’anno in cui il governo dell’epoca emanava leggi di restrizione della libertà di stampa, è segno “profetico”: indica la strada per valorizzare nel giornalismo quello spazio di annuncio in campo aperto, capace di superare i limiti del conformismo e creare novità.

La funzione del giornale, ieri come oggi, è forza dirompente per far riflettere sui fatti e, superando il contingente, per offrire strumenti interpretativi del presente; non essere solo cronaca, ma realizzare formazione permanente.

Da 120 anni “a servizio della gente” potrebbe essere il messaggio da far cogliere a tutti nel tempo della comunicazione sintetica dei tweet, degli sms o dei messaggi vocali.

Da 120 anni il giornale vive trasformandosi nella grafica, nel formato, nei colori di stampa, nella fotografia, nell’attenzione alle novità tecnologiche di comunicazione che già nell’anno di fondazione si annunciava ricca di novità per la realizzazione della prima trasmissione radiotelegrafica internazionale.

Oggi il giornale, puntualmente in edicola il venerdì, ha un sito, è consultabile in formato digitale, è presente sui social, vive la drammatica crisi della carta stampata e cerca di seguire le dinamiche del settore con singolare attenzione ai segnali che alcuni ricercatori stanno elaborando per far riscoprire ad un mondo distratto e superficiale la forza dello scritto e dello stampato come valore irrinunciabile di libertà per nostra società.

In questo percorso si potrebbe parafrasare l’azione promozionale di una grande azienda, la Fiat, che per festeggiare il proprio 120 compleanno, ha lanciato un nuovo modello di autovettura, ribadendo “i valori fondamentali della propria tradizione: soluzioni tecnologiche innovative, ma fruibili in modo semplice, in grado di soddisfare le esigenze della mobilità quotidiana”.

Per Gazzetta d’Asti, che, come la Fiat compie 120 anni, si tratta di riflettere sul valore propositivo della testata giornalistica, di cercare ogni forma possibile di coinvolgimento di nuovi lettori, di potenziare la presenza negli spazi tecnologici della comunicazione, di vivere in tutte le articolazioni mediali della società e di continuare ad essere, domani più di oggi, una voce pensante “al servizio della gente”.

Michelino Musso