
Giornalismo: Vecchiarelli (Sir), "possiamo dire sempre qualcosa di nuovo, i social mezzi per arrivare alla pancia del Paese"

"Possiamo aprire una strada con la nostra informazione, raccontando la bellezza di un incontro, quello con Cristo, per stimolare le persone a conoscere di più. Possiamo farlo con un articolo, con una storia, con una testimonianza. Ai lettori dobbiamo fare arrivare questo messaggio". Lo ha detto il direttore del Sir, Amerigo Vecchiarelli, intervenendo oggi pomeriggio al festival della comunicazione a Terrasini, organizzato dall'arcidiocesi di Monreale e dall'associazione culturale "Così per passione".

"Come agenzia siamo chiamati a fare sintesi ed essere tempestivi su quello che dice il Papa - ha osservato -. Puntiamo su un aspetto in particolare ma il discorso lo spezzettiamo e cerchiamo di darlo tutto". Ricordando il discorso di Papa Francesco a Tor Vergata, Vecchiarelli ha spiegato che "a volte ci passa in secondo piano che il Papa è il vicario di Cristo in terra". "Oggi parliamo di 'chi è Gesù'. Il Papa ce lo dice. C'è tutta l'umanità di Pietro nelle sue uscite, che a volte possono risultare di difficile comprensione per la difficoltà di tradurre il suo pensiero. La sua catechesi ci richiama a essere cristiani, a vivere come figli di Dio. Il Papa ci ricorda che siamo 'infettati' di resurrezione. A cominciare dal nostro lavoro". E a proposito del lavoro giornalistico sulle parole del Papa, il direttore del Sir spiega come "sulle parole di Francesco non ci sia bisogno di mediazioni". "Parla in maniera diretta. Leggere attentamente le sue parole ci aiuterebbe a fare il nostro lavoro molto meglio". Sul futuro della professione giornalistica, Vecchiarelli ha sottolineato che "abbiamo a che fare con mezzi di comunicazione in continua evoluzione". "Dobbiamo scegliere come presentare i nostri contenuti. Non ci dobbiamo sottrarre a quello che sta accadendo: anche Twitter e Instagram parlano a una comunità ristretta e non hanno le nostre fonti. Noi possiamo dire qualcosa di nuovo sempre. Questo ci rende sempre competitivi. Possiamo piuttosto utilizzare i social per arrivare alla pancia del Paese senza rinunciare al nostro know how, che non è vecchio".

Filippo Passantino