

L'iniziativa di «Wall Street Journal» e «Dow Jones»

## «Si cercano ribelli creativi» Bando per un giornalismo in grado di reinventarsi

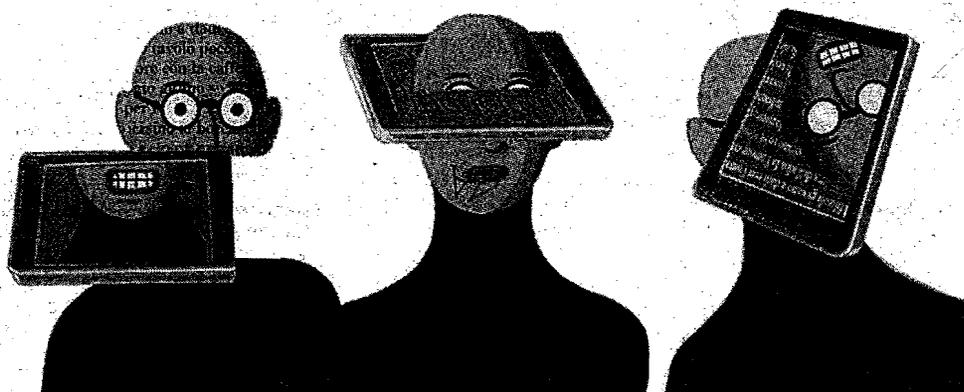


ILLUSTRAZIONE: RENZO

Lasciando la guida della Columbia Journalism School, lo scorso ottobre, Nicholas Lemann si fece scrupolo di lanciare un messaggio in controtendenza: nonostante tempi turbolenti, il giornalismo è in buona salute. «Forse non sono troppo ottimista sulle dimensioni che avranno le redazioni dei principali 25 quotidiani degli Stati Uniti, ma ciò non significa che il giornalismo sia in fase di stagnazione e non abbia davanti a sé un grande futuro».

Già, ma come sarà il mondo dell'informazione tra un anno, o tra 10 anni? Riusciranno le grandi news organization a ritrarre la loro offerta ai nuovi equilibri demografici senza perdere il loro pubblico di riferimento? E come riusciranno a integrare in modo economicamente vantaggioso le differenti piattaforme, digitali, cartacee e tablet?

Spiegatecelo voi, ribelli creativi e genietti sregolati di ogni campo e disciplina, dicono Dow Jones e Wall Street Journal. E offrono loro uno stage estivo di due settimane — a scelta tra New York, Londra e Hong Kong — dove potranno lavorare fianco a fianco con i top manager e altri pionieri del business.

«Vogliamo il vostro cervello», recita con tono leggermente inquietante il bando di concorso del CoolWorks Innovation Lab. Che però continua con un'ammissione di umiltà,

di fronte alla novità dirompente della sfida: «Abbiamo bisogno di gente che ci aiuti a capire come sarà il nostro business tra uno, 10 anni da oggi. Abbiamo bisogno che voi ripensiate l'intero campo della produzione di notizie».

I vincitori della selezione vivranno un'immersione totale nel sistema Dow Jones-Wall Street Journal, lavorando su tutte le piattaforme informative, esplorando le nuove tecnologie, interagendo con innovatori dell'informazione digitale. A conferma di un approccio

### Cervelli

«Vogliamo il vostro cervello», recita il concorso del CoolWorks Innovation Lab. «Dovete ripensare l'intero campo della produzione di notizie»

### Segnali

Una grande organizzazione dell'establishment globale cerca di pensare fuori dagli schemi e dagli antichi riflessi di autoconservazione

**SEGUE**

## SEGUE

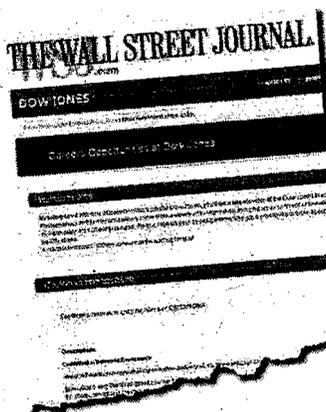
da nuovo umanesimo, l'appello trascende ogni confine di disciplina: purché dimostrino di essere eccellenze, sollecita esperti di design, giornalismo e applicazioni, imprenditori, storici dell'arte e biologi. E' una ricerca del talento a tutto campo, segnale della volontà di rompere il guscio autoreferenziale che per troppo tempo ha segnato il mondo dell'informazione.

Probabilmente la parte più interessante del bando sono le cose necessarie per presentare la candidatura. A parte il rituale curriculum vitae e una lettera dove il candidato spieghi perché sia lui la scelta ideale, c'è infatti una terza richiesta, a scelta fra tre opzioni. La prima è quasi banale: un video nel quale lei o lui si racconti. Ma sono le altre due a far pensare: «Data un'area di quattro isolati quadrati, progettare il perfetto villaggio per l'intero staff del Wall Street Journal — sia alloggi che spazi di lavoro. Chi vive dove e con chi? C'è (e se c'è quale) un'area riservata solo ad attività di lavoro o ricreative? E perché? In che modo questo staff raccoglie le sue notizie? La risposta deve includere un diagramma e una spiegazione che giustifichi la collocazione di ogni elemento». La terza opzione chiede di scrivere «un take di 3 paragrafi della notizia, diffusa nei prossimi 5 anni, che più di ogni altra ridefinirà il modo di distribuire l'informazione. Dopodiché analizzate il vostro take e spiegate perché il vostro articolo, più di qualunque altra possibilità, rappresenti un momento rivoluzionario per il futuro delle notizie e perché pensate che 5 anni siano l'orizzonte temporale giusto».

Dove possiamo intravedere non solo e non tanto l'emergenza che scuote un mondo alle prese con un cambio di stagione epocale, quanto il coraggio di una grande organizzazione dell'establishment globale di pensare «out of the box», fuori da schemi prestabiliti e da antichi riflessi di autoconservazione. «Love the New Media, Love Technology, Love News — dice il bando — aiutateci a creare la prossima grande cosa». Forse è il caso non solo di prenderne nota, ma di farne tesoro.

**Paolo Valentino**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Concorso

Dow Jones e Wall Street Journal offrono uno stage estivo di due settimane, a scelta tra New York, Londra e Hong Kong: i «creativi» prescelti potranno lavorare fianco a fianco con i top manager e altri pionieri del business