

Nasce il laboratorio per i nuovi reporter

La Stampa e Google lanciano una "palestra" di giovani talenti. Anche ingegneri, designer e creativi per raccontare il XXI secolo

Anteprima

MARCO BARDAZZI
MILANO

Quando il mese scorso il maltempo ha flagellato la Sardegna, provocando una strage, La Stampa ha ovviamente raccontato ogni aspetto della vicenda con reportage, video e foto. Ma ha anche potuto offrire ai lettori cartacei e digitali un racconto diverso del dissesto idrogeologico nel nostro Paese, fatto di numeri e immagini. Un team di giornalisti, grafici e sviluppatori, infatti, aveva appena completato un progetto per narrare con mappe e animazioni la situazione del suolo italiano, regione per regione. Il giornalismo di domani avrà sempre più bisogno di questi nuovi linguaggi e ora La Stampa, in collaborazione con Google, apre il laboratorio dove svilupparli e sottoporli al test più importante: quello dei lettori.

O meglio: il laboratorio esiste da settembre, si chiama MediaLab e ora si arricchisce con una nuova realtà, La Stampa Academy. «È una palestra per giovani talenti da scoprire», ha spiegato il direttore Mario Calabresi, presentando ieri l'iniziativa a Milano a una platea di giornalisti, startupper, studenti e creativi vari. «Le redazioni tradizionali - ha aggiunto Calabresi - devono sapersi aprire, lasciarsi contagiare da realtà esterne del mondo digitale, diventare anche incubatori di start-up e luoghi dove i giovani possono venire a imparare».

L'Academy è uno spazio gratuito online dove imparare le basi del «data journalism» e del «visual journalism», cioè dove acquisire i ferri del mestiere per provare a sviluppare progetti come quello del dissesto idrogeologico (che si può esplorare su LaStampa.it/MediaLab). La proposta è aperta a tutti ma pensata soprattutto per studenti e neo-laureati in giornalismo, ingegneria informatica, design e creativi under 35.

Su LaStampa.it/academy sono dettagliate le modalità per partecipare a questa avventura, che prenderà il via a metà gennaio. Sarà incoraggiata la nascita di team che alla fine parteciperanno a una selezione: i migliori avranno la possibilità di realizzare progetti da pubblicare su La Stampa, retribuiti da una sponsorizzazione di Google.

La società americana metterà a disposizione anche gli spazi virtuali per l'Academy. Le lezioni saranno in alcuni casi «live» a La Stampa o in collegamento video hangout, all'interno di una comunità su G+, il social media di Google.

Sono previsti anche collegamenti con il quartier generale di Mountain View, in California, per scoprire i segreti delle mappe e di altri strumenti per raccontare il mondo.

«In Google crediamo ci possa essere un futuro brillante per il giornalismo - ha spiegato Simona Panseri, direttore comunicazione e public affairs di Google Italia -, un futuro che ruota intorno alla

possibilità di utilizzare al meglio le nuove tecnologie. Da qui nasce un progetto, tutto italiano, che ci vede a fianco di un importante giornale per puntare sulla formazione come chiave di collaborazione».

Tra i docenti, oltre a giornalisti de La Stampa e specialisti di Google, ci saranno l'esperto di dati Guido Romeo (per una presentazione in collaborazione con Wired.it) e Paolo Conti di Visiwa. La redazione di The Guardian, all'avanguardia nel settore, presenterà una «case history», mentre dall'Imt Institute for Advanced Studies di Lucca, Alessandro Chessa e Gianni Riotta si avventureranno nel mondo dei Big Data. Le informazioni di base per creare una start-up e i temi della privacy saranno infine affrontati da esperti della Giuffrè Editore.