

Se il giornalista diventa un algoritmo

ItaliaOggi, giovedì 3 luglio

Sono passati circa quarant'anni da quando a Yale fu creato il primo algoritmo capace di generare delle storie. Ma sul tema restano ancora molte incognite. I giornalisti-robot, ossia gli algoritmi che scrivono le news in modo automatizzato, lasciano infatti scettici gli esperti del settore, concentrati ancora troppo sui limiti di tali marchingegni e poco avvezzi a coglierne la portata tecnologica.

Gli appassionati di media tradizionali hanno poi più volte espresso la preoccupazione che i software alimentati da algoritmi possano un giorno assumere le funzioni di veri giornalisti. E in certi versi è quello che sta succedendo negli ultimi anni in alcuni settori del giornalismo, specialmente quello sportivo.

Un incoraggiamento per i giornalisti increduli giunge adesso dal sito specializzato Gigaom che invita a festeggiare la nascita del giornalismo automatizzato invece che criticarla e spiegarla perché sarebbe consigliabile relegare alcune fatiche a un algoritmo. L'articolo parte da una notizia recente. Alla lista dei media alle prese con le nuove pratiche si è aggiunta da qualche giorno l'Associated Press, che ha an-

nunciato una partnership con Automated Insights, una società che ha cominciato a produrre cronache sportive automatizzate, col nome di StatSheet, nel novembre 2010, per poi allargarsi nel 2011 alla produzione di diversi contenuti informativi per aziende di spessore come Microsoft, Bloomberg e Yahoo. Ap utilizzerà il software messo a disposizione per produrre i report sugli utili societari. Secondo un post della società, la nuova partnership consentirà di produrre dieci volte il numero di report finanziari pubblicati prima e presto la maggioranza di essi sarà automatizzata.

Anche se alcuni giornalisti temono che società come Automated Insights e Narrative Science possano prendere via via il loro posto, il caporedattore di Ap, Lou Ferrara, ha commentato che la nuova partnership libererà i giornalisti da fatiche inutili, e permetterà loro di dedicare il loro tempo a pezzi che aggiungono valore.

In un'intervista con Steven Levy della rivista Wired, il co-fondatore di Narrative Science, Kristian Hammond, ha stimato inoltre che entro 13 anni i robot o algoritmi scriveranno circa il 90 per cento di ciò che consideriamo notizia. «Forniamo dei contenuti che avrebbero un costo proibitivo se fossero realizzati da umani», ha ag-

giunto Hammond.

Per giungere alla stesura di una notizia il giornalista-robot attraversa varie fasi che sono state spiegate dall'esperto di nuovi media Nick Diakopoulos. Le fasi descritte da Diakopoulos nel suo blog possono essere così riassunte. Prima fase: ingerire i dati. Seconda fase: calcolare le caratteristiche interessanti o degne di nota. Terzo passaggio: individuare i punti rilevanti e la loro priorità. Quarto: collegarli, e per finire generare il testo. Ciò che sembra ancora mancare secondo l'esperto è però un senso più ampio di notiziabilità.

Alcuni gruppi dei media anglosassoni usano ormai gli algoritmi nella routine quotidiana soprattutto per mansioni noiose e ripetitive. Forbes.com utilizza ad esempio una piattaforma di intelligenza artificiale fornita dalla società hi-tech Narrative Science per generare news automatizzate da flussi di dati in tempo reale e contenuti estratti da articoli precedenti. Stesso criterio per il Los Angeles Times che usa però i software per realizzare articoli sui terremoti, con un algoritmo che estrae automaticamente dal sito dello Us Geological Survey un set predefinito di dati.

Valeria Covato
(da *Formiche.net*)