L’intelligenza artificiale segna la morte del giornalismo legato al vino?

scritto da Emanuele Fiorio | 19 Luglio 2023

Lo sviluppo di una tecnologia come ChatGPT, avrà senza dubbio un impatto radicale sull’editoria e sul giornalismo, tuttavia non è ancora chiaro il livello che queste tecnologie saranno in grado di raggiungere ed i limiti mostrati sinora, appaiono difficilmente superabili.

I critici enologici sono al sicuro

Molti presuppongono che “scrivere di vino” significhi “scrivere note di degustazione”. In questo campo **l’intelligenza artificiale può elaborare note di degustazione indistinguibili da quelle scritte da un critico esperto.**

La questione è che per molti consumatori di vino le note di degustazione non sono particolarmente importanti. Quello che interessa è il punteggio. Nel mercato i punteggi rimangono un modo importante per far emergere delle etichette nel *mare magnum* di vini in vendita sugli scaffali. Per i produttori emergenti, i punteggi possono agevolare l'entrata delle loro etichette nei principali mercati di esportazione.

Nel settore dei vini pregiati, un determinato punteggio per un'uscita En Primeur non influisce solo sul vino in questione, ma ha un effetto a catena sul prezzo delle annate più vecchie, facendole salire o scendere.

Inoltre, molti consumatori amano i punteggi, basta aprite Vivino per vedere la miriade di recensioni e punteggi che gli appassionati di vino inseriscono sulla app in questione.

Secondo Felicity Carter – nota giornalista già collaboratrice di punta di Meininger's Wine Business International, critica enologica e consulente editoriale di Liv-ex – **dato che nessuna intelligenza artificiale è in grado di assaggiare e valutare il vino, i critici per il momento possono ritenersi al sicuro.**

L'AI sforna inesattezze che possono incrinare la reputazione

In ogni caso, **il giornalismo e la narrativa del vino spesso si basano su articoli che vengono costruiti attraverso testimonianze ed interviste** combinate con una profonda conoscenza del mercato, delle regioni produttive e dei diversi stili.

L'intelligenza artificiale potrà probabilmente intervistare le persone via e-mail, ma **non potrà mai porre una domanda inaspettata, circostanziata ed interessante**. E anche se è in grado di scansionare il web per trovare informazioni su suoli e vitigni, questo non la rende affidabile. L'intelligenza

artificiale funziona attraverso previsioni e addestramento.

Quando l’IA incontra una lacuna conoscitiva, crea connessioni forzate, in sostanza crea ed inventa di sana pianta.

Fate una prova, chiedete a ChatGPT di scrivere un articolo o un saggio su un argomento che conoscete approfonditamente: probabilmente rimarrete colpiti da alcune assurdità che produce.

La maggior parte delle persone pensa che questo sia solo un **difetto momentaneo e che l’intelligenza artificiale col tempo migliorerà, ma l’AI è stata addestrata in base a ciò che si trova sul web, che è per lo più materiale di marketing, Wikipedia, blog e pagine aziendali**. I contenuti di qualità elevata, dalle riviste scientifiche alle testate più importanti sia di settore che generaliste, sono strettamente chiusi dietro paywall (accessi a pagamento) difficili da violare su qualsiasi scala.

Le redazioni e le pubblicazioni che si sono affrettate a utilizzare l’IA lo hanno imparato a loro spese ed hanno dovuto fermarsi, perché i **bot sfornavano invenzioni ed inesattezze che avrebbero incrinato la loro reputazione.** L’unico modo per utilizzare l’intelligenza artificiale in modo sicuro è quello di affidarne la supervisione a esperti e redattori, il che richiede lavoro. **Per la maggior parte delle testate del settore vino, sarà più facile ed economico assumere un vero redattore o giornalista.**

L’arma vincente? La diversificazione

Molti media legati al mondo del vino sono maggiormente protetti dalla minaccia dell’intelligenza artificiale per una particolarità: **non si occupano solo di comunicazione. Prendiamo il nostro esempio,** oltre ad essere una testata

giornalistica, Wine Meridian si occupa di formazione, consulenza, eventi, enoturismo, eventi B2B, analisi di mercato, tasting.

Il magazine online e cartaceo conferisce notorietà e prestigio a tutta una serie di servizi che a loro volta contribuiscono a finanziare la testata giornalistica.

La maggior parte delle persone pensa che il mondo del vino sia privo di dinamismo, ma in realtà una parte significativa dei **media del vino ha preso una serie di ottime decisioni strategiche e commerciali che hanno contribuito a proteggerli** da alcuni dei problemi che si stanno verificando nei media di altri settori.

Il che non significa che l'IA non sarà utile, in particolare nel settore più commerciale del copywriting e dei social del settore vino. L'IA è un ottimo strumento per prendere un testo esistente e trasformarlo in post per i social media ed in comunicati stampa.

Un ponte tra scienza, ricerca e pubblico

L'intelligenza artificiale potrebbe aiutare il settore del vino, in particolare quello dei fine wines, grazie alla capacità di riassumere e tradurre pesanti e complessi documenti di ricerca. Al momento, ci sono pochi **ponti tra le importanti ricerche sul vino e sulla viticoltura e le persone che potrebbero trarne beneficio o utilizzarle.** L'intelligenza artificiale potrebbe colmare questo divario, a vantaggio di tutti.

Alla fine, però, il vino è reale e tangibile. **È necessario che gli esseri umani lo assaggino, lo valutino e ne raccontino le storie. L'intelligenza artificiale non è in grado di farlo e probabilmente non lo sarà nel prossimo futuro.**

Il vino continuerà ad affascinare e così anche la divulgazione e la narrazione legata al nettare di Bacco.