

IL FENOMENO

La prima frenata di ChatGPT

ILARIA SOLAINI

Dopo la partenza da record, si ferma la crescita della creatura di Sam Altman. La concorrenza di altri chatbot e la chiusura delle scuole per le vacanze tra le possibili cause della "crisi". A giugno il traffico utenti e i visitatori unici sul sito web sono in netto calo: anche il tempo di permanenza è diminuito. Gli analisti: dopo la curiosità di massa sta iniziando ad essere una tecnologia utilizzata da sviluppatori e professionisti. Milano. ChatGPT è ancora destinato a crescere fino a diventare il sito web più trafficato al mondo? Per la prima volta il popolarissimo chatbot basato sull'intelligenza artificiale ha visto diminuire a giugno il traffico mensile e gli utenti unici verso il suo sito web. Come mostrano i dati analizzati da Similarweb, il traffico desktop e mobile in tutto il mondo si è ridotto del 9,7% a giugno rispetto a maggio, mentre i visitatori unici sono diminuiti del 5,7%. Anche la quantità di tempo che i visitatori hanno trascorso sul sito web è in calo dell'8,5%. In altre parole, quasi 6 persone su 100 non hanno più usato la piattaforma, perché? «La diminuzione del traffico - ha commentato David Carr, Senior Insights manager di Similarweb - è un segno che la novità del chatbot sta svanendo»,

forse un sintomo che l'app sta tornando a essere una tecnologia per lo più indirizzata a sviluppatori e professionisti piuttosto che alla massa. «Penso che ci siano difficoltà crescenti quando si passa da zero a 100 milioni di utenti così rapidamente. L'infrastruttura pesante comporterebbe una minore precisione nelle risposte. È una combinazione tra il dover cambiare ciò su cui è addestrato il modello e dover affrontare le potenziali implicazioni della regolamentazione», ha aggiunto Sarah Hindlian-Bowler, responsabile della ricerca tecnologica per le Americhe del gruppo finanziario Macquarie. Secondo gli analisti questo rallentamento della crescita potrebbe permettere a OpenAI di riflettere e controllare meglio i costi associati a ChatGPT che come confermato anche da Sam Altman, amministratore delegato di OpenAI, sono «esorbitanti». ChatGPT è gratuito ma fornisce anche un abbonamento premium a 20 dollari al mese, con il quale gli utenti possono accedere al modello più avanzato di OpenAI, GPT-4. Secondo le stime della società che si occupa di ricerche di mercato, YipitData, oltre mezzo milione di persone hanno sottoscritto questo tipo di abbonamento. OpenAI ha previsto entrate per 200 milioni di dollari quest'anno e, oltre a ChatGPT, riesce a guadagnare vendendo l'accesso API ai suoi modelli di intelligenza artificiale direttamente a sviluppatori e aziende, tra cui anche Microsoft.

Quando ChatGPT è stato rilasciato nel novembre 2022 è stato un fenomeno quasi istantaneo. A febbraio 2023, era diventata l'app in più rapida crescita di tutti i tempi, raccogliendo 100 milioni di utenti in due mesi: ChatGPT con oltre 1,5 miliardi di visite mensili era stato considerato uno dei primi 20 siti Internet al mondo, superando di gran lunga Bing, il motore di ricerca gestito da Microsoft che



Avvenire

utilizza la tecnologia di OpenAI.

Ora il chatbot di OpenAI deve affrontare una nuova sfida, provando a recuperare l'“engagement” degli utenti che hanno trascorso anche meno tempo testando il chatbot. Innanzitutto va precisato che la riduzione maggiore si è fatta notare sul sito web e non sull'app di ChatGPT, di cui peraltro è stata lanciata da poco anche la versione per il sistema operativo iOS (in Italia dal 14 giugno, ndr) che ha attirato moltissimi utenti interessati a provare l'IA su mobile. Ai primi di luglio si contavano 17 milioni di download su iOS fino al picco del 31 maggio negli Stati Uniti e con una media di 530 mila a settimana nelle prime settimane.

Se da un lato quindi l'app per iPhone potrebbe aver assorbito parte del traffico sul web, dall'altro alcuni esperti vedono questo calo collegato anche alla pausa estiva delle scuole, poiché gli studenti in questo periodo non cercano aiuto con i compiti. È di questi giorni peraltro la notizia che tutte le 24 università del Russell Group nel Regno Unito, tra cui Oxford e Cambridge, abbiano rivisto le proprie politiche di condotta accademica sull'utilizzo dell'IA generativa. Mentre una volta si parlava di vietare software come ChatGPT all'interno di scuole e università per prevenire gli imbrogli, il documento adottato dalle università afferma che agli studenti dovrebbe essere insegnato a usare l'IA in modo appropriato nei loro studi, rendendoli anche consapevoli dei rischi di plagio, parzialità e imprecisione contenuti nella stessa IA generativa. Anche il personale dovrà essere formato in modo che sia attrezzato per aiutare gli studenti, molti dei quali utilizzano già ChatGPT nei loro compiti.

Non solo le vacanze per gli studenti, ma anche la proliferazione di alternative ai chatbot AI potrebbero essere tra le cause di questa riduzione di traffico su ChatGPT: alcuni concorrenti, ad esempio, il chatbot Bard di Google, sono stati lanciati negli ultimi mesi e questo potrebbe essere correlato al calo di ChatGPT che pure attira ancora più visitatori in tutto il mondo rispetto a BingChat e Character.AI, il quale ha visto una diminuzione delle visite del 32% su base mensile.

Similarweb ha rilevato che il traffico ChatGPT si è stabilizzato a maggio, ma il traffico verso Character.AI e Google Bard, che era stato rilasciato proprio quel mese, sono entrambi aumentati. Quindi meno persone potrebbero utilizzare ChatGPT, anche in futuro, ma l'IA generativa continuerà ad avere un ruolo negli sviluppi futuri della nostra società. Si è già parlato anche della prossima generazione dell'IA generativa, conosciuta con il suffisso “Agi”, ossia Artificial General Intelligence: potrebbe superare l'uomo in molte attività e dunque rischia di scatenare ancora di più l'opinione pubblica e i governi sui possibili effetti deleteri per la società. L'organizzazione, volendo anticipare tale scenario, ha confermato la nascita del team “Superalignment”, dedicato alla gestione dei rischi legati alle AI “superintelligenti”. Il gruppo sarà co-guidato dai due ricercatori di OpenAI, Ilya Sutskever e Jan Leike. L'azienda dedicherà il 20% delle sue risorse all'iniziativa. Il fine è quello di realizzare un sistema, gestito dall'uomo, che indirizzi l'IA su binari etici e condivisi, allineandola costantemente e in maniera automatica, mentre si sviluppano nuove tecnologie. RIPRODUZIONE RISERVATA.