ChatGPT, gioie e dolori: cosa implica per la comunicazione del vino?

scritto da Emanuele Fiorio | 27 Giugno 2023

Negli ultimi anni l’utilizzo di ChatGPT, un avanzato modello di intelligenza artificiale sviluppato da OpenAI che utilizza l’architettura GPT (Generative Pre-trained Transformer), ha rivoluzionato il settore della comunicazione e non solo. Questo potente strumento offre molteplici vantaggi, ma è importante considerare anche svantaggi e limiti associati al suo impiego.

L’utilizzo dell’intelligenza artificiale nel settore del vino ha aperto **nuove prospettive nella comunicazione verso i consumatori e nella relazione tra produttori, appassionati ed esperti di settore.**

Per questo, nei prossimi mesi, **raccoglieremo opinioni e**

riscontri concreti dei professionisti del settore, per cercare di **comprendere come sia percepita questa tecnologia ed in che modo venga utilizzata** all'interno delle aziende, nella fasi di coltivazione e selezione delle uve, nei processi di vinificazione e analisi del prodotto e nelle attività di customer care, marketing e comunicazione.

I vantaggi di ChatGPT nella comunicazione del vino

Uno dei principali vantaggi dell'utilizzo di ChatGPT nel settore del vino è la possibilità di **fornire informazioni immediate e accurate sui prodotti.** I consumatori possono porre **domande su viticoltura, vinificazione, abbinamenti cibo-vino e altro ancora, ottenendo risposte immediate.** Ciò consente ai produttori di raggiungere un pubblico più ampio e di condividere la loro esperienza in modo rapido ed efficiente.

Un altro beneficio dell'utilizzo di ChatGPT è la sua capacità di **generare testi coerenti e pertinenti.** Il modello è stato addestrato su un vasto corpus di dati, ciò consente a questo strumento di comprendere il contesto e di rispondere in modo appropriato. Questa caratteristica è particolarmente utile in diversi contesti, come **assistenza clienti, servizi di chatbot (messaggistica online istantanea) e redazione di contenuti.**

Inoltre ChatGPT è flessibile nell'**adattarsi a diversi contesti comunicativi**, può essere personalizzato e configurato in base alle esigenze specifiche di ogni azienda vitivinicola. Ad esempio, è possibile **impostare il "tone of voice", lo stile di scrittura ed il linguaggio appropriato per garantire coerenza nel messaggio trasmesso.**

Questa tecnologia può essere utilizzata per **suggerire vini in base alle preferenze personali degli utenti, fornire informazioni e dettagli su eventi, degustazioni e percorsi di visita personalizzati nelle cantine.** Ciò può aiutare a creare

esperienze coinvolgenti e su misura per ogni consumatore, migliorando la soddisfazione complessiva.

Gli svantaggi di ChatGPT

Tuttavia, l'utilizzo di ChatGPT comporta anche alcuni svantaggi da tenere in considerazione. Prima di tutto, essendo un modello basato su algoritmi di apprendimento automatico, ChatGPT può commettere errori. **Potrebbe produrre risposte inesatte o fuorvianti,** specialmente quando il contesto o la domanda sono complessi o ambigui. Ciò **potrebbe danneggiare la reputazione del produttore o creare confusione tra i consumatori, è necessario quindi un controllo umano per verificare e correggere eventuali imprecisioni.**

L'utilizzo di questa innovazione tecnologica nel settore del vino potrebbe portare a una **minor interesse ed enfasi sull'apprendimento umano e sulla formazione di esperti giornalisti, comunicatori, tecnici, sommelier e degustatori.** Se questa tecnologia diventasse l'unico strumento di comunicazione, **l'interesse nello sviluppo di competenze e conoscenze specializzate nel settore del vino potrebbe scemare o addirittura venir meno.**

I limiti di ChatGPT

Oltre ad avere degli svantaggi, ChatGPT possiede anche dei limiti. Può fornire risposte rapide e accurate, ma **manca dell'empatia, dell'esperienza e dell'intuizione umana che caratterizzano le interazioni personali.** L'aspetto umano legato ad una **intervista**, ad un confronto tra due visioni o interpretazioni della realtà di settore oppure alla **degustazione del vino**, in cui l'espressione delle emozioni e la connessione tra le persone giocano un ruolo fondamentale, sono campi in cui l'intelligenza artificiale non ha alcun valore.

In una **intervista a Filippo Bartolotta** che ho realizzato recentemente, il noto scrittore e sommelier ha condiviso la sua visione sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale nell'ambito della comunicazione del vino.

"Sono tra quelli che non teme queste innovazioni, ne parlavo tempo fa con dei colleghi. ChatGPT è una bomba" ha evidenziato Bartolotta, "un giorno ero pieno di lavoro e dovevo consegnare un pezzo, ho provato a realizzare un lavoro di base, grazie anche a ChatGPT ne è scaturito un pezzo che dal punto di vista dei contenuti era corretto ma che aveva forti limiti: mancava completamente l'aspetto critico e autorale. Uno scrittore, un giornalista, un autore hanno una visione laterale, esperienziale e critica che queste innovazioni non possono riprodurre".

ChatGPT e la "pulizia del mercato"

Sono pienamente d'accordo con l'analisi di Bartolotta, inoltre ritengo che questa tecnologia **obbligherà** le aziende ed i professionisti che si occupano di comunicazione **ad un salto di qualità**. Chi avrà la capacità e la volontà di investire maggiormente sulla qualità, sull'originalità e sulla **produzione di contenuti ed esperienze non riproducibili attraverso l'intelligenza artificiale** si assicurerà un notevole **vantaggio competitivo.** In sostanza credo che in futuro ci sarà una **"pulizia del mercato"** che danneggerà chi ha puntato sui volumi, sulla quantità, sulla multisettorialità e su contenuti generici e premierà chi avrà saputo specializzarsi, focalizzandosi sulla qualità, sull'interazione, sulle testimonianze e sul confronto diretto con i protagonisti e le realtà di settore.

E se vi dicessi che questo articolo è stato scritto utilizzando ChatGPT…true or false?