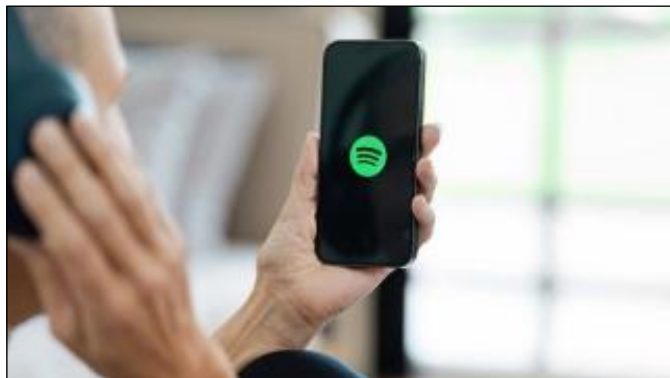


Brasília, 23 de março de 2026

Seleção

Spotify integra ChatGPT para ampliar recomendações musicais



Os aplicativos de streaming de música vêm conduzindo os usuários para a era da inteligência artificial com um histórico limitado de sucesso. Mas ferramentas de recomendação baseadas em IA da Apple, Amazon e da empresa de streaming puro Spotify estão avançando, com a abordagem mais recente do Spotify para o futuro da descoberta musical pessoal se apoiando no uso de prompts de IA em múltiplos formatos. Especialistas dizem que esses investimentos em tecnologia podem ser cruciais para a capacidade do Spotify de criar uma barreira competitiva em torno do seu negócio, à medida que o insumo principal, a música, se torna comoditizado entre os aplicativos de streaming.

Uma nova integração com o ChatGPT lançada recentemente pelo Spotify permite que os usuários conectem suas contas diretamente ao chatbot de IA generativa da OpenAI. O lançamento é positivo para a OpenAI em seu esforço mais amplo de transformar o ChatGPT em uma plataforma para aplicativos de terceiros que funcionam dentro de conversas. Para o Spotify, trata-se de uma aposta de que recomendações personalizadas de música e podcasts serão aprimoradas por meio do formato já familiar de conversar com uma IA e dizer a ela o que você quer.

Usuários do Spotify podem pedir músicas, artistas, álbuns, playlists ou episódios de podcast por humor, gênero ou tema. Os resultados aparecem dentro do ChatGPT e são abertos no aplicativo do Spotify para reprodução. Os usuários podem interagir com as recomendações e oferecer especificidade além do que é possível com a opção clássica de

feedback "gostei/não gostei".

Segundo um porta-voz do Spotify, os prompts são "uma oportunidade de descobrir novas faixas ou re-visitar favoritas antigas, ou estender uma conversa no ChatGPT com uma trilha sonora que combine com o momento".

O Spotify afirmou que a integração é opcional e que os usuários podem desconectar a qualquer momento. Também disse que não compartilhará conteúdo de música ou podcasts com a OpenAI para fins de treinamento, abordando preocupações da indústria em torno de IA e material protegido por **direitos autorais**.

O Spotify também lançou recentemente seu recurso Prompted Playlist dentro do aplicativo, uma funcionalidade "de vibe" que permite aos usuários acessar um sentimento ou memória para criar uma mistura personalizada.

Os serviços concorrentes conectados às grandes empresas de tecnologia estão explorando recursos semelhantes de IA.

A Apple vem gradualmente incorporando IA ao Apple Music. O recurso beta "Playlist Playground" é o mais próximo do que o Spotify está fazendo, pois também se concentra em interação com IA baseada em chat que permite aos usuários ajustar recomendações via conversa. A Apple introduziu recentemente o AutoMix, que usa IA para analisar músicas e misturar faixas automaticamente combinando tempo e batidas, eliminando silêncios entre músicas, adicionando transições suaves e assim por diante. A empresa também lançou ferramentas de aprendizado de máquina, como tradução de letras e recursos de pronúncia.

A Amazon Music oferece desde meados de 2024 um recurso de playlists baseadas em prompts chamado Maestro, que permite gerar playlists usando descrições em texto ou até emojis. Ele ainda está em fase beta, sem lançamento completo.

Executivos do Spotify têm descrito repetidamente a IA como central para a estratégia de retenção de assinantes da plataforma. Em uma recente teleconfe-

Continuação: ■

Spotify integra ChatGPT para ampliar recomendações musicais

rência de resultados, a liderança disse aos investidores que melhorias na descoberta baseada em IA são essenciais para manter os usuários engajados.

"Nossos investimentos em personalização e IA estão dando resultado", disse Alex Norström, co-CEO. "Isso significa que as pessoas passam mais dias no mês conosco e em mais momentos", afirmou.

O recurso interativo iDJ do Spotify, introduzido em 2023, tem cerca de 90 milhões de assinantes usando-o, com usuários acumulando mais de quatro bilhões de horas no aplicativo. Norström disse que as Prompted Playlists "decolaram instantaneamente entre usuários avançados".

"Se o iDJ é a interface de chat do Spotify, onde você pode conversar casualmente, o Prompted Playlists é o modo Deep Research do Spotify", disse ele. "Permite descrever e definir regras para suas próprias playlists personalizadas, literalmente escrevendo seu próprio algoritmo. Não há nada parecido."

Catálogos de música comoditizados, IA gera milhões de músicas

Segundo analistas que acompanham o Spotify, o entusiasmo dos executivos com IA pode precisar se tornar realidade mais cedo ou mais tarde. Embora haja casos de músicos retirando suas músicas de aplicativos específicos ocasionalmente (como aconteceu recentemente com o Spotify devido aos investimentos em tecnologia de defesa de seu fundador e ex-CEO Daniel Ek) concorrentes como Apple Music, Amazon Music e YouTube Music oferecem catálogos amplamente sobrepostos e mecanismos de recomendação cada vez mais sofisticados.

"Os catálogos da Amazon, Apple e YouTube são semelhantes (quase idênticos) ao do Spotify, assim como Bing e Edge são quase idênticos ao Google", disse Michael Pachter, consultor sênior da Wedbush Securities.

Embora o negócio de busca do Google enfrente sua própria ameaça da IA, Pachter disse que ele também é o melhor modelo para o Spotify em termos de como manter vantagem sobre os usuários. "O Google conseguiu ampliar sua vantagem oferecendo recursos que tornam o serviço mais 'grudado', incluindo lembrar meus dados de cartão e senha. Nem consigo imaginar trocar o Google Search, e acho que é isso que o Spotify está tentando

do estabelecer", disse.

Os custos de troca podem ser sutis, mas significativos. Usuários constroem bibliotecas, criam playlists e treinam algoritmos ao longo de anos. Cada nova integração (com carros, assistentes de voz ou agora chatbots de IA) pode reforçar ainda mais o ecossistema.

"Espero que essa integração com o ChatGPT seja amplamente utilizada pelos usuários do Spotify e extremamente bem-sucedida", disse Pachter. "Outros podem tentar fazer o mesmo, mas os custos de troca aumentam toda vez que você investe esforço em criar playlists no Spotify, e é nisso que eles apostam."

O Apple Music e outros aplicativos oferecem ferramentas para exportar playlists quando assinantes desejam trocar de serviço.

Outros analistas de Wall Street estão menos convencidos, mas ficaram mais positivos sobre a estratégia de IA do Spotify após o trimestre mais recente e menos preocupados com os riscos de ferramentas de criação musical por IA. As ações do Spotify caíram cerca de 20% no último ano, embora tenham tido forte desempenho desde o IPO de 2018.

A equipe de pesquisa do Bank of America escreveu que o Spotify enfrenta essa preocupação diretamente, argumentando que a IA apoia (em vez de prejudicar) sua posição estratégica. Ao investir em personalização, inovação de produto e escala, a empresa parece posicionada para usar IA para fortalecer sua plataforma.

Gustav Söderström, co-CEO do Spotify, disse que construir um aplicativo de música com o qual os usuários possam conversar (e que entenda totalmente cada ouvinte) mudará a experiência "de passiva para interativa".

Mark Mulligan, diretor da MIDiA Research, acredita que a IA será essencial para o comportamento de streaming, mas não está convencido de que a distinção entre passivo e interativo seja o resultado final.

"O consumo de música por streaming se dividiu entre passivo e ativo", disse Mulligan. "Mas isso não significa que o público se dividiu, todos fazem ambos."

Ele afirma que a tendência geral é para um consumo mais passivo, com playlists curadas, rádios de artistas e DJs de IA. Recursos "agentivos"

Continuação: ■

Spotify integra ChatGPT para ampliar recomendações musicais

podem representar um meio-termo, permitindo um pequeno esforço ativo em troca de muita escuta passiva.

Digitar um prompt detalhado no ChatGPT pode parecer ativo, mas, segundo Mulligan, quanto mais o algoritmo aprende sobre o usuário, menos esforço será necessário, empurrando ainda mais o comportamento para o lado passivo.

Nesse modelo centrado em IA, o conteúdo em si continua importante, mas pesa menos na experiência final. Por exemplo, a capacidade de excluir artistas específicos pode tornar a descoberta mais precisa. Se alguém gosta de bandas dos anos 1980 como Bon Jovi e Guns N' Roses, mas não de outras da mesma época, fica mais fácil filtrar preferências. "Com GPT, eu poderia dizer 'sem Def Leppard' e minhas listas seriam limpas deles", disse Pachter.

Prever o impacto da IA na música ainda é incerto. Mas já está claro que ela está mudando a própria ideia de catálogo musical. Segundo relatório recente, plataformas como Suno estão gerando cerca de sete milhões de músicas por dia, equivalente a todo o catálogo pré-IA do Spotify a cada duas semanas.

Söderström indicou que o mais importante é o conjunto de dados que ainda será criado. "Estamos construindo um conjunto de dados que nunca existiu", disse. "Tínhamos dados de música para música, mas não de linguagem para música."

Ele explicou que não existe uma resposta única para perguntas como "qual é a música ideal para treino", pois isso varia por região e pessoa. "Você não pode simplesmente tratar isso como um fato padronizado como na Wikipédia", disse. "Você precisa de centenas de milhões de ouvintes dizendo constantemente o que isso significa para cada um."