

Les marketers n'hésitent plus à utiliser l'IA générative

On le voit au quotidien, la curiosité et l'intérêt du grand public pour l'Intelligence Artificielle continuent de grandir. Chez les professionnels, c'est la même chose ! Selon un sondage du site SocialMediaToday sur [LinkedIn](#), les spécialistes du marketing sont de plus en plus nombreux à utiliser des outils d'IA générative au quotidien.



Au-delà du battage médiatique, l'IA n'a vraiment plus besoin de faire ses preuves dans la création d'images, de textes et de contenus complexes ; à condition de savoir l'utiliser. En interrogeant 1300 internautes sur LinkedIn, on constate que 67% déclarent utiliser des outils d'Intelligence Artificielle générative dans le travail de tous les jours.

L'audience sondée se compose essentiellement de professionnels de la communication aux États-Unis, mais ce chiffre en dit long sur la tendance qui touche actuellement le secteur du marketing. Le monde des affaires évolue rapidement et a d'ores et déjà intégré ces nouvelles technologies. Le sujet reste toutefois clivant avec d'un côté les adeptes qui vantent la performance et le caractère pratique de ces outils, et de l'autre de spécialistes un peu moins optimistes qui estiment que l'IA ne remplacera jamais totalement l'expertise réelle et la créativité humaine.

Dans un cas comme dans l'autre, il faut tester pour se faire un avis... Et ce secteur ne manque pas de curieux.

[source](#)

→ [ACCÉDER A CHATGPT EN FRANCAIS EN CLIQUANT ICI !](#) ←

Les Grammy Awards ont tranché sur ChatGPT et les IA

- Les Grammy Awards ont décidé de se positionner de façon tranchée sur les morceaux de musique générés par des IA
- A priori, ni ChatGPT, ni aucune IA ne pourra un jour décrocher le célèbre prix
- Les mots employés par les organisateurs laissent toutefois les créateurs libres d'utiliser l'intelligence artificielle dans leurs œuvres

Les Grammy Awards ont décidé de changer ses règles en vue de la 66e édition de la compétition. Dans la dernière révision du *Grammy Awards Rules & guidelines* qui liste toutes les conditions que doivent respecter les participants, on remarque en effet de nouvelles mentions autour de l'IA.

Ainsi, apprend-t-on, *“toute matière générée par de l'IA”* est éligible au prix, mais uniquement sous deux conditions. La première, c'est que *“les composantes rattachées à un auteur humain doivent être significatives et plus que ‘le minimum’”*.

Les Grammy Awards posent des

conditions strictes pour l'IA dans les morceaux de musique

Par ailleurs, “ces composantes rattachées à un auteur humain doivent coller à la catégorie pour laquelle l'œuvre concourt. Par exemple, si l'œuvre est soumise dans la catégorie chanson à texte, il faut qu'il y ait une quantité d'autorat humain suffisante dans la musique et/ou les paroles. De la même manière, pour la catégorie performance, l'élément de performance humaine doit être significatif”.

En plus de cela, les Grammy Awards stipulent désormais que les équipes derrière une IA qui a participé au succès d'un morceau ne peuvent obtenir de prix pour cette contribution. Outre les Grammy Awards, l'industrie du disque est plutôt inquiète face à l'arrivée de musiques entièrement composées par l'IA.

Universal Music tente par exemple d'interdire (en vain) aux plateformes de streaming [d'utiliser les morceaux dont il détient les droits pour entraîner ces nouvelles IA](#). Ce qui n'empêche pas Spotify, Apple Music et d'autres plateformes de développer leurs propres générateurs de musique / groupes propulsés par l'IA.

L'IA menace de s'imposer comme un casse-tête pour les labels

On peut citer l'exemple de SKYGGE sur Spotify, par exemple, ou encore Apple Music qui a racheté la startup AI Music qui permet de générer des morceaux de musique motivants à la volée, idéaux par exemple pour accompagner une séance de footing. Et il semble que les chances pour les labels de l'emporter sont minces.

Le droit d'auteur actuel permet tout à fait de “s'inspirer” d'œuvres protégées pour créer de nouveaux morceaux de musique.

Ce qui peut aller assez loin, comme en témoigne encore récemment le verdict du procès contre [Ed Sheeran](#). Ce dernier était accusé d'avoir largement plagié le classique de Marvin Gaye “*Let’s Get It On*” dans son hit (qui a d’ailleurs remporté un Grammy) “*Thinking Out Loud*”.

Selon l’auteur, pourtant, les accords utilisés par Marvin Gaye prédatent les deux morceaux “*et seront probablement utilisés dans le futur par d’autres*”. Dès lors, l’IA a sans doute une énorme marge de manœuvre pour, comme les auteurs humains, “*s’inspirer librement*” des meilleurs hits de ces dernières années pour produire des tubes potentiellement encore plus populaires...

Or l’IA n’est pas spécialement frustrée par l’absence de crédits... n’en déplaît aux labels. Et l’identifier devient de moins en moins facile. De quoi poser sans doute à terme un problème aux Grammy Awards : en refusant de créditer l’IA, la compétition ne risque-t-elle pas, en effet, de noyer le poisson dans l’eau – autrement dit de rendre la proportion d’IA dans la musique moins “lisible” ?

Newsletter  Abonnez-vous, et recevez chaque matin un résumé de l’actu tech dans votre boîte mail.

Je m’inscris

Source : presse-citron.net

→  **Accéder à [CHAT GPT](#) en cliquant dessus**