



Stradivarius diseña su primera colección con IA

Descripción

Madrid – Desarrollando y refinando una serie de nuevas soluciones y herramientas basadas en un sistema de inteligencia artificial (IA), siempre nos asombra la atracción irresistible que, en particular, la serie de imágenes de la combinación de la mano humana y esta diversidad de Fantasías que finalmente gobiernan nuestras vidas y que conocemos como algoritmos. Imágenes tan reales como irreales, capaces de evocar todo tipo de estímulos y sensaciones, es precisamente lo que encontraremos en la nueva campaña de Stradivarius, una de las firmas de moda joven más importantes del Grupo Inditex.

Esto se suma a una tendencia que solo se ha acelerado a medida que se han desarrollado nuevas herramientas basadas en IA, y lo que está por venir, la popular cadena acaba de lanzar algunas imágenes inspiradoras como parte de su contenido diseñado para esta nueva campaña primavera/verano 2023. Un documental gráfico protagonizada por una serie de modelos femeninas luciendo una serie de prendas diseñadas por la firma de moda española precisamente para esta nueva temporada primaveral, pero conservando la particularidad de ser tan cautivadoras como para la mayoría irreales. En realidad se trata de una serie de fotografías con modelos que en realidad no existen y cuyos rostros fueron generados mediante inteligencia artificial, la misma herramienta que se utilizó para terminar esculpiendo la misma ropa que lucen estos modelos irreales en estas imágenes de campaña. Algunas piezas, construidas digitalmente a partir de prendas reales de la colección de la cadena para esta nueva temporada, que acaban constituyendo la primera colección de Stradivarius “reinterpretada” gracias a una potente tecnología de inteligencia artificial, destacan de la popular firma de moda española para crear imágenes que nunca existieron.

Crédito de la foto: Primera colección de Stradivarius reinterpretada con inteligencia artificial. Fotografía de cortesía.

Con esta campaña publicitaria de esta colección “reinterpretada”, la cadena destaca que “Stradivarius juega con la idea de los mundos oníricos, creando prendas que adquieren tridimensionalidad y encajan en paisajes imaginarios”, dando como resultado imágenes de campaña que “representan una explosión de colores son”. , con “flores en el pecho” y “telas abrazadas”. Sin embargo, a pesar del atractivo que destilan en su conjunto, “los modelos no son reales” y también “algunas de las prendas que aparecen no existen”, aunque “esperemos que algún día existan”, añaden desde la firma de

moda. .

Superando las limitaciones de la realidad.

En un auténtico y novedoso ejercicio de reivindicación practicado por Inditex, esta vez a través de una de sus nacientes marcas de moda, esto no deja de ser evidente y lejos de ser un ensayo libre de la gestión del grupo para sumarse a las tendencias más candentes de las comunidades digitales -algo que nos tampoco cuestionará – que sirven principalmente para mostrar esta demostración de innovación, son dos de los pilares sobre los que trabajará la multinacional española para seguir consolidando su posición dentro del ecosistema de la moda: Innovar y aportar valor a sus marcas.

Crédito de la foto: Primera colección de Stradivarius reinterpretada con inteligencia artificial. Fotografía de cortesía.

Crédito de la foto: Primera colección de Stradivarius reinterpretada con inteligencia artificial. Fotografía de cortesía.

Crédito de la foto: Primera colección de Stradivarius reinterpretada con inteligencia artificial. Fotografía de cortesía.

Continuando con las directrices que la compañía ya ha señalado como los puntos que seguirá en la implementación de su nuevo plan estratégico, directrices que Inditex dio a conocer hace poco menos de una semana, estas imágenes de la campaña demuestran esa “clara apuesta por la innovación y la tecnología”, sobre la que la multinacional se apoyará siguen apostando por aumentar aún más la diferenciación de su modelo de negocio, en este contexto y en esta ocasión, con un avance en el uso de herramientas basadas en IA que posibiliten, y si no con el tiempo, no solo incrementar el valor de las marcas del Grupo, especialmente en estas nuevas generaciones sobre las que inevitablemente debe pasar el éxito sostenido de la compañía, sino implementar una serie de nuevos procesos de diseño que permitan a la compañía alimentar el trabajo creativo de su departamento de diseño y dinamizar. Un aspecto que acaba de resultar ser especial controversia, confrontando a aquellos en ambos lados que critican que las soluciones de IA eventualmente se convertirán en una máquina imparable para generar nuevos diseños y creatividad, lo que finalmente acabará con la inventiva de los diseñadores. y los otros que afirman que su significado se limitará al de una herramienta más que los creativos pueden utilizar en la elaboración de sus propuestas para el caos que nos afecta en la moda.

“Esta campaña es una exageración de la verdadera colección y refleja cómo sería la moda si la realidad no nos limitara”, apunta Stradivarius, lo que parece más una defensa del segundo puesto al que aspiramos que del primero. De esta forma, la generación de todo este contenido ha sido aprovechada por la cadena para destacar los aspectos más singulares de su colección para esta nueva temporada Primavera/Verano 2023; Propuesta en la que Stradivarius apuesta por “vestidos midi con espaldas cruzadas y escotes asimétricos y blusas de tejidos fluidos con estampados florales” que se mostrarán, añaden, “siempre acompañadas de vaqueros y cazadoras vaqueras”, junto a “accesorios metalizados que completan el conjunto completa”. Elementos que encontraremos de forma fidedigna e irreal en estas imágenes y en esta colección de “looks para soñar” generada por IA con la que Stradivarius “reinventa la moda”.

Crédito de la foto: Primera colección de Stradivarius reinterpretada con inteligencia artificial. Fotografía

de cortesía.

También te puede interesar...

Fecha de creación

marzo 2023