

La española Wildbytes crea una IA que detectará los estilismos que rompan estereotipos de moda

El software de Wildbytes basado en machine learning para la nueva campaña #NBbetheexception de New Balance, ha procesado una ingente cantidad de información a partir de una base de datos formada por cientos de miles de imágenes de moda y después, específicamente para el caso de Madrid, ha analizado patrones, colores o tipos de prendas durante más de 50h de vídeo, que permitirán al sistema detectar de forma inmediata y objetiva a aquellas mujeres que desafían los convencionalismos en la moda

La inteligencia artificial cada vez tiene más aplicaciones en la vida real y son más las compañías que apuestan por ella debido al enorme potencial que ésta ofrece en términos de tecnología e innovación. La agencia de innovación experiencial Wildbytes -en colaboración con la agencia de medios Roldós- ha diseñado la campaña de lanzamiento de New Balance y, como parte de esta, ha desarrollado un sofisticado software de IA que, basado en el machine learning, ha registrado los patrones de estilo de las ciudadanas para sacar estadísticas que identifiquen a aquéllas que son la excepción. El objetivo de la marca deportiva es descubrir y emponderar a aquellas mujeres que rompen con los estereotipos marcando su propia dirección estética.

"El software ha procesado una ingente cantidad de información a partir de una base de datos formada por cientos de miles de imágenes de moda y después, específicamente para el caso de Madrid, ha analizado patrones, colores o tipos de prendas durante más de 50h de vídeo, que permitirán al sistema detectar de forma inmediata y objetiva a aquellas mujeres que desafían los convencionalismos en la moda", indica Julio Obelleiro, cofundador de Wildbytes.

Con oficinas en Nueva York, Madrid y Barcelona, Wildbytes es una startup española de alcance global que ha creado acciones de marca disruptivos en más de 71 ciudades. Ha sido responsable de introducir la primera pantalla gigante interactiva en Times Square, ha dado vida a la primera experiencia cinematográfica en realidad aumentada, así como a la primera performance en vivo de proyección de imágenes sobre un rostro en movimiento (o face mapping), creada para el lanzamiento de la campaña europea de Kat Von D Beauty.

El viernes 26 de octubre en Madrid es la siguiente parada mundial de la campaña #NBbetheexception del líder deportivo global New Balance en el lanzamiento del nuevo modelo femenino 'Fresh Foam Cruz Nubuck'. Se pondrá en marcha una espectacular puesta en escena en la plaza Callao, la segunda más transitada de Europa. La iniciativa tendrá alcance nacional, ya que se podrán realizar réplicas a pequeña escala en los espacios comerciales de New Balance en otras ciudades de España y Portugal.

Un software para 'cazar excepciones de moda' en real-time

Varias cámaras localizadas en el entorno emitirán imágenes en movimiento de las mujeres que

caminen a través del lugar para, en tiempo real, analizar a las mismas mediante un sistema de detección de patrones de ropa desarrollado para la ocasión. En el momento en el que el sistema desarrollado por Wildbytes para New Balance detecte una mujer con un estilo de moda excepcional, un grupo de paparazzi se acercará a ella para tomar varias instantáneas que aparecerán proyectadas en la espectacular pantalla de Callao City Lights, pionera en publicidad digital de gran formato en centros urbanos, convirtiendo a cada mujer seleccionada en protagonista real-time de la campaña de New Balance con las estadísticas que confirman por qué ha sido seleccionada.

Todas ellas serán premiadas con el modelo Fresh Foam Cruz Nubuck de New Balance que ha inspirado esta iniciativa. Asimismo, la acción se hará extensiva a todo el territorio nacional a través de redes sociales con el hashtag #NBbetheexception, donde todas las mujeres que lo deseen podrán reivindicar su estilo único subiendo sus fotos para participar, animando a todas las mujeres a ser su propio modelo de inspiración.

Primera parada, la Semana de la Moda de NY. Siguiendo parada, la Plaza de Callao en Madrid "La idea de ir a la 'caza de las excepciones' utilizando la IA se testó inicialmente durante la Semana de la Moda de Nueva York. El lanzamiento en Madrid es el más grande con diferencia, por lo que el desafío ha sido llevar la campaña al siguiente nivel al crear una experiencia de mayor alcance y más impactante, al mismo tiempo que se conserva el ADN único del evento original de Nueva York", argumenta Laia Zanon, Directora de Producción Creativa en Wildbytes.

Comentando sobre los numerosos desafíos de innovación, Laia apunta: "A diferencia de la activación de Nueva York, que tuvo lugar durante el día, el evento de Madrid se desarrolla durante día y noche. Por ello, tuvimos que diseñar un enfoque inteligente para la cámara y el software para poder identificar patrones de estilo incluso en condiciones de luz reducida. A diferencia del lanzamiento de Nueva York, que fue más discreto contando con pantallas en las fachadas de las tiendas, el evento de Madrid es mucho más ambicioso y cuenta con un componente en tiempo real para este lanzamiento, mostrando las estadísticas personalizadas en real time en la pantalla gigante de la plaza de Callao en cuanto detectan una fashionista de excepción".

Por su parte Daniel Scheidgen, Director de Marketing de New Balance Iberia apunta que "una vez más New Balance vuelve a apostar por la tecnología y la innovación como un modo de expresión singular. En esta ocasión, premiando la excepcionalidad de aquellas mujeres metropolitanas e independientes cuyo estilo evita seguir a las masas, a través de una acción y campaña 100% fuera de la norma".

Datos de contacto:

Axicom para Wilbytes
916611737

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Moda](#) [Sociedad](#) [Programación](#) [Emprendedores](#) [Software](#)

<https://www.notasdeprensa.es>