

MODA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ELEMENTOS IDENTIÁRIOS PELA CULTURA POP

Puhl, Paula Regina; Doutora; PUCRS, paula.puhl@pucrs.br¹

Tietzmann, Roberto. Doutor. PUCRS, rtietz@pucrs.br²

RESUMO

A adoção crescente de ferramentas de inteligência artificial generativa (IAG) para auxiliar os processos criativos tem, desde 2022, estendido seu alcance em direção a imagens, sons e vídeos, favorecendo um diálogo com o campo da moda. No entanto, são frequentes os relatos de imprecisões e equívocos nos conteúdos generativos, mesmo por empresas que os desenvolvem (Weise e Metz, 2023; IBM, 2024; Google, 2024). Questionamos como avaliar comparativamente a qualidade do que IAGs entregam a respeito de moda e estudos deste campo. Elaboramos uma pesquisa qualitativa e exploratória (Gil, 2008) em que analisamos o uso de IAGs como auxiliares para criar imagens, descrever características de um repertório de vestuário e oferecer referências para estudos.

Descrevemos o processo metodológico seguindo as etapas: a) definimos quais IAGs seriam testadas, DALL-E integrada no ChatGPT, pelo pioneirismo no campo, Google Gemini por ser seu principal concorrente e Adobe Firefly por estar integrada ao pacote da Creative Cloud; b) escolhemos os três prompts usados para gerar as imagens, “crie uma imagem de um look de moda brasileira”, com as variações “moda Britânica” e “moda Americana”; c) os prompts foram inseridos nas IAGs e foram geradas 5 imagens de cada, chegando a 45 registros; d) duas das IAGs (ChatGPT 4o e Gemini, capazes de gerar texto e imagens) foram instruídas a gerar um texto com as características de cada moda nacional e as respostas foram coletadas; e) solicitamos às IAGs ChatGPT4o e Gemini referências de artigos e livros a respeito de moda, o que concluiu a coleta generativa de dados; f) Fizemos uma análise comparativa, discutindo a qualidade das respostas apresentadas.

Dessa forma, este estudo une a importância da moda como forma expressão das identidades e das culturas com base em Crane (2006) e Sant’Anna (2016), em diálogo com os pressupostos de Thiesse (2008) que destaca que as culturas nacionais atuam como um mecanismo discursivo que retrata a diversidade como unidade ou identidade, considerando que nenhuma nação é composta por apenas um grupo étnico, cultura ou povo.

¹ Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Professora na mesma instituição na Escola de Comunicação, Artes e Design. Leciona disciplinas, na Graduação e Pós-Graduação, relacionadas às artes visuais, moda e indústria criativa. É pesquisadora do Vidica - Grupo de pesquisa de Cultura Audiovisual Digital e desenvolve projetos relacionados à Comunicação de Moda em ambientes digitais.

² É professor no programa de pós-graduação em comunicação da PUCRS, onde desenvolve pesquisas sobre as relações entre audiovisual, design e tecnologias. Coordena o grupo de pesquisa ViDICA – Cultural Digital Audiovisual.

Também consideramos as plataformas digitais das IAGs e por isso recorremos à proposição de plataformização desenvolvido por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), cuja abordagem é focada na identificação de aspectos tecnológicos, institucionais e regulatórios das plataformas.

A partir das imagens geradas se notou a repetição de aspectos de cultura popular e estereotipada, com base na recorrência de elementos que são reconhecidos facilmente de cada uma das culturas. Também foram identificados, elementos da estética pop, como o uso de ilustrações e cores fortes, assim como a afirmação de corpos magros e longilíneos. Sobre os textos que explicavam as características de cada um dos estilos notamos semelhanças entre a moda brasileira, britânica e americana, disponibilizados em tópicos e ressaltando a relação da moda com a música, marcas icônicas, estilistas de destaque, roupas populares e estampas icônicas. Outro ponto foi a citação dos principais eventos de moda que são divulgados amplamente em redes sociais. Por fim, nos resultados obtidos pelo prompt “Referências de artigos e livros”, verificamos que todos pertencem a sites especializados de organizações, museus de moda e periódicos científicos reconhecidos do campo. Sendo assim, entendemos que verificar as representações feitas pelas IAGs podem colaborar com processos criativos de moda, mas é necessário sempre ter um olhar crítico e reflexivo.

Palavras-chave: Moda; IAGs; cultura pop.

