

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E A CRIAÇÃO DE PRODUTO DE MODA: FERRAMENTAS E PROMPTS

Artificial Intelligence and Fashion Product Creation: Tools and Prompts

Maximiliano, Cristiani; Mestra em Design; UniSenai Blumenau, cristiani.m@edu.sc.senai.br¹
Schneider, Thaissa; Mestra em Design – Métodos para Fatores Humanos; UniSenai Blumenau e Unifebe, thaissa@edu.sc.senai.br²
Alves, Samuel Levi Araújo; Especialista; Senai Blumenau, samuel.araujo@edu.ec.senai.br³
Grupo de Pesquisa Tecer UniSenai Blumenau⁴

Resumo: O presente estudo tem como objetivo identificar e analisar ferramentas de Inteligência Artificial (IA) que podem ser aplicadas no desenvolvimento de coleções de moda, seguindo as etapas indicadas por Treptow (2013). Além disso, serão sugeridos *prompts* específicos para otimizar cada etapa do processo, desde o planejamento até a apresentação de uma coleção.

Palavras chave: Inteligência Artificial; Desenvolvimento de Coleção de Moda; Ferramentas de IA.

Abstract: *This study aims to identify and analyze Artificial Intelligence (AI) tools that can be applied in the development of fashion collections, following the principles established by Treptow (2013). In addition, specific prompts will be suggested to optimize each stage of the process, from planning to the final realization of the collection.*

Keywords: *Artificial Intelligence; Fashion Collection Development; AI Tools.*

Introdução

A sociedade contemporânea, cada vez mais imersa em um cenário de rápidas transformações tecnológicas, enfrenta o desafio de se reinventar e adaptar seus modelos de trabalho e interação social a essa nova realidade. Nesse contexto, a Inteligência Artificial (IA) emerge como uma ferramenta poderosa, capaz de otimizar processos, impulsionar a inovação e promover uma maior eficiência em diversos âmbitos da atividade humana. À medida que a IA se integra de forma cada vez mais profunda em nosso cotidiano, torna-se imperativo que a

¹ Possui graduação em Design de Moda pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci- UNIASSELVI. Especialista em Moda: Desenvolvimento, Criação e Comunicação, pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Especialista em Docência na Educação Profissional e Tecnológica, pelo Senai- CETIQT. Especialização em Arquitetura Comercial e Visual Merchandising, pelo Centro Universitário Internacional UNINTER. Mestre em Design pela UNIVILE. Professora e Pesquisadora.

² Possui mestrado em Design pela UDESC, MBA em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Universidade Estácio de Sá, especialização em Tecnologias Digitais Aplicadas à Educação e Metodologias Ativas pela Unifebe, especialização em Fotografia pela UNIARA, especialização em Design de Moda pela UEL e graduação em Moda - Estilismo pela UDESC. É professora nos cursos de Design de Moda da Unifebe, em Brusque SC e do Centro Universitário SENAI Blumenau.

³ Possui graduação em Análise e Desenvolvimento de Sistemas pelo Centro Universitário Maurício de Nassau – UNINASSAU. Especialização em Inteligência Artificial pelo Instituto Facuminas e Certificação Internacional em Engenharia de Prompts pelo MTF – Institute Lisboa.

⁴ Grupo de Pesquisa TECER do UniSenai Campus Blumenau.

sociedade como um todo esteja preparada para aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas por essa tecnologia disruptiva, adaptando suas práticas e formas de trabalho a fim de alcançar resultados mais satisfatórios e competitivos em um mundo em constante evolução.

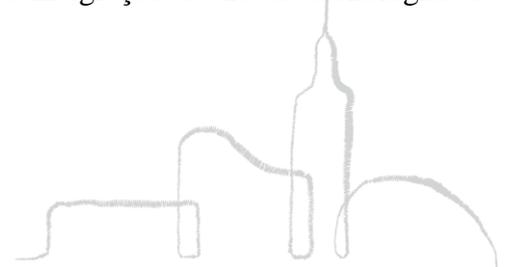
Nesse sentido, a Inteligência Artificial (IA) tem sido cada vez mais integrada em diversos setores, incluindo o da moda. No entanto, a aplicação efetiva de ferramentas de IA no processo de projetos de coleções de moda ainda é um campo em expansão, em que muitos designers e empresas não estão plenamente conscientes das possibilidades que essas tecnologias oferecem. Percebe-se assim uma lacuna na compreensão de como as etapas do desenvolvimento de uma coleção de moda podem ser otimizadas por meio do uso de IA.

Vislumbra-se que a introdução da IA em projetos de coleções de moda pode oferecer inúmeras vantagens, desde a otimização do processo criativo até a melhoria da eficiência operacional. Contudo, para que os profissionais de moda possam tirar proveito dessas inovações, é necessário identificar e entender ferramentas de IA que possam contribuir nas atividades desse setor. Nesse sentido, este estudo se justifica pela necessidade de fornecer um guia prático que demonstra como a IA pode ser incorporada de forma eficaz no fluxo de criação de produtos de moda, auxiliando designers a explorarem novas possibilidades criativas e melhorando a competitividade no mercado.

Diante do exposto, tem-se como objetivo desta pesquisa identificar as ferramentas de IA disponíveis que possam ser utilizadas na criação de produtos de moda conforme as etapas sugeridas por Treptow (2013). Além disso, pretende-se sugerir *prompts* específicos que possam ser empregados nessas ferramentas para otimizar cada fase do processo, desde o planejamento até a realização final da coleção.

Para atingir o objetivo serão realizadas pesquisas bibliográficas para a compreensão acerca dos conceitos e bases teóricas sobre inteligência artificial e criação de coleção de moda. Também serão estruturadas pesquisas netnográficas para a identificação de ferramentas que poderão ser aplicadas em cada etapa do processo de criação de produtos de moda sugeridos por Treptow (2013), bem como serão desenvolvidos e testados *prompts* específicos para essas ferramentas, com o intuito de maximizar a sua eficácia. Dessa forma a pesquisa apresenta uma abordagem qualitativa, de cunho exploratório, voltada para a análise dos fenômenos relacionados ao uso da inteligência artificial para criação de produtos de moda.

Como resultado estruturou-se recomendações de ferramentas de IA adequadas para algumas etapas da criação de produtos de moda e também *prompts* específicos que poderão ser utilizados em cada ferramenta. Este estudo visa contribuir na performance do setor de moda, promovendo a integração de novas tecnologias e possibilitando que profissionais da área alcancem resultados eficazes.



A Inteligência Artificial e Criação de Produto de Moda

A inteligência artificial é um dos ramos mais recentes das ciências e da engenharia. Os esforços nesse campo começaram logo após a Segunda Guerra Mundial e o termo "inteligência artificial" foi criado em 1956. Atualmente, a inteligência artificial abrange uma vasta gama de subcampos, desde áreas gerais como aprendizado e percepção até tarefas específicas, como jogar xadrez, provar teoremas matemáticos, criar poesias, dirigir um carro em estradas movimentadas e diagnosticar doenças. A IA é aplicável a qualquer tarefa intelectual, tornando-se, de fato, um campo universal (Russell e Norvig, 2022).

Entendem-se, portanto, que a inteligência artificial é um conjunto de princípios tecnológicos, softwares, métodos e disciplinas filosóficas que preparam os computadores para realizarem atividades até então exclusivas dos seres humanos. Dessa forma estima-se que a IA possa reproduzir a inteligência e o comportamento humano por meio de programas conhecidos como algoritmos, em que esses algoritmos são "ensinados" para executarem atividades realizadas por seres humanos, que envolvem questões intelectuais e práticas (Flores e Bess, 2023).

Suave (2024) acrescenta que a inteligência artificial abarca um campo da ciência da computação destinado para desenvolver esquemas capazes de executar tarefas que comumente necessitam do entendimento humano. Como por exemplo "aprender, raciocinar, entender linguagem humana e até criar arte [...] além de equipar máquinas com uma forma de 'inteligência', possibilitando que elas realizem atividades complexas de maneira independente" (Suave, 2024, p.12).

De modo genérico, pode-se mencionar dois subtipos da inteligência artificial: a IA preditiva e a IA generativa, ambas se diferem em suas funções e aplicações, porém utilizam técnicas avançadas de aprendizado de máquina e redes neurais. A IA preditiva é projetada para analisar dados históricos, identificar padrões e prever resultados futuros, sendo essencial na tomada de decisões e planejamento estratégico. Em contraste, a IA generativa é voltada para a criação de novos conteúdos, como textos e imagens, aprendendo a partir de dados existentes para inovar em áreas criativas e resolver problemas inéditos. Essas abordagens podem se complementar, como quando a IA generativa é usada para gerar dados que aprimoram modelos preditivos, integrando assim previsões precisas com a geração de novas informações.

Para a utilização da IA, especialmente em ferramentas que demandam comandos, é necessário *prompts*. Um *prompt* é uma frase, uma pergunta ou um conjunto de instruções que o usuário fornece ao modelo para gerar uma resposta. Mello (2024) reforça que o *prompt* é a entrada de instruções fornecida ao modelo para iniciar a interação, podendo ser uma pergunta, uma declaração ou qualquer outro formato com o objetivo de ter uma resposta ou comentário. Entende-se que é por meio do *prompt* que se inicia o contato com o modelo, dando-lhe o

contexto sobre o que será discutido e/ou perguntado, com base no prompt fornecido, gera-se uma resposta ou continuação do texto. O sistema de IA, usando seus algoritmos e redes neurais, processa o *prompt*, inicialmente analisa o comando recebido, acessa sua base de conhecimento e aplica regras e padrões que aprendeu durante o treinamento para gerar uma resposta apropriada.

Santaella (2023) destaca que embora muitas vezes invisível, a IA está presente em várias aplicações que permeiam nosso cotidiano, como o controle de filtros de *spam*, os sistemas de recomendação, os serviços de *streaming* de filmes e o comércio eletrônico. A IA também é utilizada em serviços jurídicos e financeiros, veículos autônomos, jornalismo automatizado, diagnóstico médico, entre outros.

Nota-se, portanto, que atividades relacionadas com a presença da IA, vem aumentando e tomando novas proporções e áreas de atuação, entre eles o foco deste estudo que é o campo da moda. Estima-se que a incorporação da IA no processo de criação de produtos de moda possibilite inúmeras inovações. Ferramentas de design assistidas por IA possibilitam a criação de peças únicas e personalizadas, otimizando o tempo e os recursos dos designers ao projetar por meio de *prompts* adequados aos modelos e formatos dos dados de moda, agilizando o processo criativo no desenvolvimento de produtos de moda. Ao considerar o uso da IA generativa é possível obter celeridade na produção dos documentos e estratégias inerentes ao processo de criação de um produto de moda.

Segundo Sousa (2024) deve-se salientar que a IA não deve substituir a criatividade humana, pelo contrário, estima-se que irá consolidar e aprimorar algo único. É notável, pois a IA tem um papel importante na otimização de processos e na geração de *insights* baseados em dados. Além disso, a IA pode melhorar a sustentabilidade no setor, sugerindo materiais ecológicos e processos de produção mais eficientes.

Esse recurso também auxilia na identificação de tendências da moda, utilizando algoritmos para perceber as mudanças nos gostos e comportamentos dos consumidores com base em análises de dados de redes sociais, passarelas e outros canais. Essa capacidade da IA pode ajudar os designers e as empresas de moda a se manterem no competitivo mercado de moda, lançando coleções que atendam às expectativas dos consumidores em constante evolução (Sousa, 2024).

No que tange as criações de uma coleção ou produtos de moda, considera-se o uso de metodologias projetuais. Nesse sentido existem diversas abordagens para o desenvolvimento de um projeto de produto de moda, em que o uso de metodologias projetuais se torna essencial para garantir um processo eficaz. Montemezzo (2003) destaca a importância de estudar condutas projetuais, afirmando que a coerência nesse raciocínio leva a soluções que são atrativas para o consumo e eficazes em atender às necessidades dos usuários.

Vários autores da área de moda têm contribuído significativamente para a organização e descrição das etapas do desenvolvimento de produtos de moda (Sanches, 2017). A autora destaca as contribuições de autores

como Treptow (2013), Jones (2005), Renfrew e Renfrew (2010), Sorger e Udale (2009) e Rech (2002), sendo que essas concentram-se mais nas etapas do projeto e no fluxo de desenvolvimento de produtos. Neste estudo considera-se as etapas propostas por Treptow (2013), visto que enfatiza um fluxo linear focado em aspectos práticos que abarca desde a reunião de planejamento até a apresentação dos produtos. A figura 01, apresenta um esquema visual acerca das etapas e atividades propostas pela autora Treptow (2013).

Figura 01: Etapas de planejamento de coleção de produtos de moda



Fonte: Treptow (2013) adaptado pelos autores.

Estima-se que IA possa revolucionar algumas atividades na indústria da moda, atuando como uma ferramenta que potencializa a criatividade dos designers, otimiza processos e promove a sustentabilidade. Longe de substituir o talento humano, a IA possibilita tornar o desenvolvimento de produtos mais eficiente e alinhado às demandas contemporâneas.

Procedimentos Metodológicos

Para atingir os objetivos desta pesquisa, inicialmente realizou-se um estudo bibliográfico para o desenvolvimento da fundamentação teórica e compreensão sobre os assuntos que permeiam a Inteligência Artificial e Criação de Produto de Moda. Dessa forma, esta pesquisa classifica-se como exploratória, que segundo Gil (2009), esse tipo de pesquisa tem como objetivo principal refinar ideias ou revelar novas intuições.

Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, permitindo a análise de diversos aspectos relacionados ao tema investigado.

Após estruturar a fundamentação teórica realizou-se a pesquisa netnográfica a fim de identificar as ferramentas e elaborar *prompts* para as etapas de criação de um produto de moda. Segundo Kozinets (2014) a pesquisa netnográfica refere-se a um método de pesquisa que se baseia na observação participante e no trabalho de campo online. Esse método utiliza diferentes formas de comunicação mediada por computador como fonte de dados para entender e representar etnograficamente fenômenos culturais e comunitários.

Para obter os resultados da pesquisa netnográfica, foram utilizadas as ferramentas *Claude 3.5 Sonnet by Anthropic* e *ChatGPT 4-o mini by OpenAI*. Inicialmente estruturou-se um comando com as etapas do fluxo de processo de desenvolvimento de coleção de moda proposto por Treptow (2013) solicitando a indicação de ferramentas mais eficientes para cada etapa, para isso utilizou-se de IA generativa. Esse comando gerou uma lista indicativa de ferramentas pagas e gratuitas, onde algumas delas serão apresentadas a seguir.

Após essa etapa solicitou-se a elaboração de *prompts* que seguissem a estrutura de um *framework* conversacional, sendo: **Persona, Tarefa, Estilo, Formato, Público e Contexto**. *Frameworks* conversacionais são maneiras de elaborar os *prompts*, direcionando e padronizando o resultado a ser obtido. Esses *prompts* foram inseridos nas ferramentas selecionadas apresentados na sequência.

Ferramentas e *Prompts* de IA para criação de Produto de Moda

A inteligência artificial (IA), uma das tecnologias mais inovadoras e disruptivas da atualidade, está se tornando uma ferramenta essencial em diversos setores da indústria da moda. Ela está transformando não apenas o processo de criação, fabricação e comercialização de produtos, mas também redefinindo a experiência do consumidor. Sua influência se faz presente em todas as etapas do ciclo de vida dos produtos, desde a concepção inicial até a entrega ao consumidor final (Sousa 2024).

Como explicado anteriormente, para este estudo foram consideradas as etapas de planejamento de coleção de produtos de moda definidas por Treptow (2013), apresentadas na Figura 01 (Planejamento, Design, Desenvolvimento e Promoção e Comercialização). Frente a isso, selecionou-se uma atividade de cada etapa e para cada atividade foi selecionada uma ferramenta de IA e elaborado *prompts*. De forma fictícia todos os *prompts* criados estão considerando o desenvolvimento de uma coleção de moda *prêt-a-porter* para o mercado de luxo, que será apresentada na Semana de Moda de Paris.



Diante do exposto e considerando a IA como um apoio ao profissional da moda, no Quadro 01 são apresentados os dados obtidos da pesquisa Netnográfica:

Quadro 01: Ferramentas, Prompts e Resultados Obtidos

Etapa + Atividade:	Ferramenta:	Prompt:										
<p>PLANEJAMENTO</p> <p>Atividade: Parâmetro e Dimensão da Coleção</p>	<p>Claude 3.5 Sonnet by Anthropic:</p> <p>Indicado: para definir os parâmetros e dimensão da coleção.</p> <p>Sobre: Ferramenta paga, mas que fornece uma quantidade gratuita de usos diários.</p> <p>Dica: O <i>prompt</i> indicado, pode ser utilizado em outras ferramentas de IA Generativas de texto como o Gemini by Google, Microsoft Copilot e chatGPT by OpenAI.</p>	<p>Persona: Voce é Thomas Chen, diretor criativo experiente em coleções prêt-à-porter de luxo.</p> <p>Tarefa: Defina os parâmetros da coleção para o desfile de estreia em Paris, incluindo número de looks, mix de peças e estratégia de apresentação.</p> <p>Estilo: Estratégico e criativo, equilibrando visão artística com viabilidade comercial.</p> <p>Formato: Documento Markdown com as tabelas e gráficos de parâmetros e dimensões da coleção.</p> <p>Público: Equipe de design, produção e executivos da marca.</p> <p>Contexto: Criação de uma coleção impactante para a estreia na Semana de Moda de Paris, estabelecendo a marca no cenário da moda de luxo internacional.</p>										
<p>Resultado obtido:</p> <p style="text-align: center;">Parâmetros e Dimensão da Coleção - Estreia na Semana de Moda de Paris</p> <p>1. Visão Geral da Coleção</p> <p>Para nossa estreia na Semana de Moda de Paris, apresentaremos uma coleção prêt-à-porter de luxo que equilibra inovação, sustentabilidade e elegância atemporal. Nossa coleção será uma declaração ousada de nossa identidade de marca, demonstrando nossa expertise em <i>craftsmanship</i> e nossa visão para o futuro da moda de luxo.</p> <p>1.1 Tema da Coleção</p> <p>"Renascimento Sustentável: Onde o Passado Encontra o Futuro" - Este tema encapsula nossa abordagem de fundir técnicas artesanais tradicionais com inovações sustentáveis de ponta, criando peças que são tanto reverências ao passado quanto visões do futuro.</p> <p>2. Parâmetros da Coleção</p> <p>2.1 Número de Looks</p> <p>A coleção consistirá em 45 looks completos, estruturados para o desfile da seguinte forma:</p> <table border="1" data-bbox="107 1728 938 1887"> <thead> <tr> <th>Categoria:</th> <th>Número de Looks:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Abertura</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Corpo Principal</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Encerramento</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>45</td> </tr> </tbody> </table>			Categoria:	Número de Looks:	Abertura	3	Corpo Principal	39	Encerramento	3	Total	45
Categoria:	Número de Looks:											
Abertura	3											
Corpo Principal	39											
Encerramento	3											
Total	45											

2.2 Mix de Peças

A coleção será composta por:

Tipo de Peça:	Quantidade:	Porcentagem:
Vestidos	15	33.3%
Conjuntos (top+bottom)	12	26.7%
Casacos/Jaquetas	8	17.8%
Calças	5	11.1%
Saias	3	6.7%
Macacões	2	4.4%
Total	45	100%

2.3 Paleta de Cores

Nossa paleta de cores refletirá o tema "Renascimento Sustentável":

- Tons Terra Profundos: Marrom, Terracota, Ocre
- Verdes Naturais: Sage, Musgo, Esmeralda
- Azuis Celestiais: Índigo, Celeste, Turquesa
- Neutros Sofisticados: Creme, Bege, Cinza Pérola
- Acentos Metálicos: Ouro Envelhecido, Prata Fosca

2.4 Materiais Sustentáveis

Comprometemo-nos a utilizar pelo menos 80% de materiais sustentáveis em nossa coleção:

Material:	Porcentagem:
Seda Orgânica	25%
Lã Reciclada	20%
Algodão Orgânico	15%
Tecidos de Fibra Reciclada	10%
'Couro' Vegetal	10%
Materiais Convencionais	20%

3. Estratégia de Apresentação

3.1 Sequência do Desfile

- Abertura (3 looks): Peças que encapsulam o tema da coleção.
- Segmento Dia (15 looks): Foco em versatilidade e elegância cotidiana.
- Segmento Trabalho (12 looks): Tailoring inovador e peças estruturadas.
- Segmento Cocktail (12 looks): Transição para ocasiões sociais mais formais.
- Encerramento (3 looks): Peças deslumbrantes que sintetizam a visão da marca.

3.2 Styling e Acessórios

- Cada look será complementado com acessórios sustentáveis desenvolvidos em colaboração com artesãos locais.
- O styling enfatizará a versatilidade das peças, demonstrando como podem ser combinadas de várias maneiras.
- Incorporaremos elementos de tecnologia *wearable* em alguns looks-chave para destacar nossa inovação.

3.3 Cenografia e Ambientação

- O desfile será realizado em um espaço histórico parisiense, criando um contraste visual com nossa coleção moderna.
- Utilizaremos projeções de vídeo mapeado para criar uma experiência imersiva que narra a jornada da moda sustentável.
- A iluminação será projetada para mudar sutilmente ao longo do desfile, refletindo a transição do dia para a noite na sequência dos looks.

4. Considerações Comerciais

4.1 Distribuição por Faixa de Preço

Para garantir uma oferta equilibrada, nossa coleção será distribuída nas seguintes faixas de preço:

Faixa de Preço (€):	Porcentagem da Coleção:
1.000 - 2.500	30%
2.501 - 5.000	40%
5.001 - 10.000	20%
10.001+	10%

4.2 Peças-Chave Comerciais

Identificamos 10 peças-chave que serão o foco de nossa estratégia comercial inicial:

1. Blazer de lã reciclada com detalhes tecnológicos
2. Vestido de seda orgânica com estampa exclusiva
3. Calça de alfaiataria em algodão orgânico
4. Jaqueta de couro vegetal com acabamento metalizado
5. Saia plissada em tecido de fibra reciclada
6. Macacão estruturado com elementos de tailoring
7. Casaco oversized em lã reciclada
8. Vestido de cocktail com bordados artesanais
9. Blusa de seda orgânica com detalhes handmade
10. Vestido de gala em tecido inovador biodegradável

DESIGN

Atividade: Desenhos/ Geração de Alternativas

Dall-E 3 via chatGPT:

Indicado: Para geração de imagens e conceitos de design baseados em descrições textuais.

Sobre: Modelo pago, oferecido gratuitamente com acessos diários limitados.

Dicas:

Os melhores resultados são obtidos com *prompts* escritos na língua inglesa.

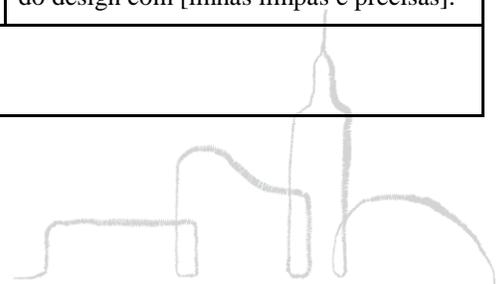
O *prompt* indicado, pode ser utilizado em outras ferramentas de IA Generativas de imagem como o Playground AI, Adobe Firefly e Stable Diffusion

Estrutura para o *prompt*: Primeira etapa: definir o **tipo de desenho** a ser gerada, **a (s) peça (s) desejada (s)**, **o material e cor desejado**, **estilo e detalhes das peças**,

A [fashion sketch in croquis, line art, or pencil drawing style] on a white background. Front view of a women's tailored prêt-à-porter suit. The suit is made of an [organic cotton blend in midnight blue]. The blazer has a [relaxed fit with soft shoulders and a double-breasted design]. The trousers are [high-waisted with wide legs]. [Statement accessories and modern chunky sneakers] complete the look. [Silver details on seams and buttons]. The drawing should capture the elegant silhouette and design details with [clean, precise lines].

Um **[esboço de moda no estilo croquis, line art ou desenho a lápis]** em um fundo branco. Vista frontal de um **[terno feminino prêt-à-porter]**. O terno é feito de uma **[mistura de algodão orgânico em azul meia-noite]**. O blazer tem um **[caimento relaxado com ombros suaves e design de abotoamento duplo]**. A calça é **[de cintura alta com pernas largas]**. **[Acessórios marcantes e tênis chunky modernos]** completam o visual. **[Detalhes prateados nas costuras e botões]**. O desenho deve capturar a silhueta elegante e os detalhes do design com **[linhas limpas e precisas]**.

Resultado obtido:





DESENVOLVIMENTO:

Atividade: Formação do Preço de Venda

Claude 3.5 Sonnet by Anthropic:

Indicado: Para elaborar estrutura de texto e planilha que apresentem os itens para formação de custos.

Sobre: Modelo pago, oferecido gratuitamente com acessos diários limitados.

Dicas: O prompt indicado pode ser utilizado em outras ferramentas de IA Generativas de texto como o Gemini by Google, Microsoft Copilot e chatGPT by OpenAI.

Persona: Você é Jean-Claude Rochette, analista financeiro especializado no mercado de luxo, com 20 anos de experiência em precificação para marcas prêt-à-porter.

Tarefa: Desenvolva uma estratégia de precificação para a coleção, considerando custos, posicionamento de mercado e percepção de valor no contexto do prêt-à-porter.

Estilo: Analítico e estratégico, equilibrando dados financeiros com insights de mercado.

Formato: Planilha detalhada de custos e preços, acompanhada de um relatório estratégico de posicionamento de preço.

Público: Diretoria executiva, equipe de vendas e marketing.

Contexto: Estabelecer uma estrutura de preços que posicione a marca como um novo player de luxo na Semana de Moda de Paris, refletindo exclusividade e valor.

		<p>Os dados de custos estão delineados entre aspas triplas: """"</p> <p>Inserir dos dados de custos de produção da coleção """"</p>
--	--	---

Resultado obtido:

Categoria	Tipo de Peça	Material Principal	Custo (€)	Markup	Preço (€)	Quantidade
Abertura	Vestido	Seda Orgânica	3000	5,8	17.400	1
Abertura	Conjunto (top+bottom)	Lã Reciclada	2500	5,7	14.250	1
Abertura	Casaco	Tecido de Fibra Reciclada	3200	5,9	18.880	1
Corpo Principal	Vestido	Seda Orgânica	2000	5,1	10.200	7
Corpo Principal	Vestido	Algodão Orgânico	1700	4,8	8.160	7
Corpo Principal	Conjunto (top)	Lã Reciclada	1200	5,2	6.240	5
Corpo Principal	Conjunto (bottom)	Lã Reciclada	1200	5,2	6.240	5
Corpo Principal	Conjunto (top)	Algodão Orgânico	1000	4,9	4.900	3
Corpo Principal	Conjunto (bottom)	Algodão Orgânico	1000	4,9	4.900	3
Corpo Principal	Casaco/Jaqueta	Lã Reciclada	2000	5,4	10.800	4
Corpo Principal	Casaco/Jaqueta	Tecido de Fibra Reciclada	2200	5,5	12.100	3
Corpo Principal	Calça	Lã Reciclada	1400	5	7.000	3
Corpo Principal	Calça	Algodão Orgânico	1200	4,7	5.640	2
Corpo Principal	Saia	Seda Orgânica	1200	5,1	6.120	2
Corpo Principal	Saia	Couro Vegetal	1400	5,3	7.420	1
Corpo Principal	Macacão	Tecido de Fibra Reciclada	1700	5,4	9.180	2
Encerramento	Vestido Gala	Seda Orgânica	4000	6,4	25.600	1
Encerramento	Conjunto Luxo (top+bottom)	Tecido de Fibra Reciclada	3500	6,3	22.050	1
Encerramento	Casaco Statement	Lã Reciclada	4000	6,2	24.800	1

PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

Atividade: Lançamento e Divulgação

Claude 3.5 Sonnet by Anthropic:

Indicado: Para elaborar um plano estratégico detalhado, incluindo cronograma de ações, orçamento e KPIs para cada iniciativa.

Sobre: Modelo pago, oferecido gratuitamente com acessos diários limitados.

Persona: Gabrielle Moreau, diretora de marketing e relações públicas com 20 anos de experiência em lançamentos de marcas de luxo, especializada em estratégias de comunicação para a Semana de Moda de Paris.

Tarefa: Desenvolva uma estratégia abrangente de lançamento e divulgação para a coleção de estreia na Semana de Moda de Paris, incluindo todas as ações promocionais relevantes.

	<p>Dicas: O prompt indicado, pode ser utilizado em outras ferramentas de IA Generativas de texto como o Gemini by Google, Microsoft Copilot e chatGPT by OpenAI</p>	<p>Estilo: Sofisticado e inovador, combinando táticas tradicionais de alta moda com abordagens digitais modernas.</p> <p>Formato: Plano estratégico detalhado, incluindo cronograma de ações, orçamento e KPIs para cada iniciativa.</p> <p>Público: Equipe de marketing, relações públicas, diretoria e parceiros externos (agências, influenciadores, mídia).</p> <p>Contexto: Maximizar o impacto da estreia da marca na Semana de Moda de Paris, estabelecendo-a como um novo player significativo no mercado de luxo global.</p>
--	--	---

Resultado obtido:

Estratégia de Lançamento e Divulgação: **Estreia na Semana de Moda de Paris**

1. Visão Geral

Esta estratégia visa maximizar o impacto do lançamento de nossa marca durante a Semana de Moda de Paris, estabelecendo-nos como um novo player significativo no mercado de luxo global, com foco em inovação sustentável e artesanato de alta qualidade.

2. Objetivos Principais

1. Gerar “buzz” significativo antes, durante e após a Semana de Moda de Paris
2. Estabelecer a marca como líder em luxo sustentável e inovador
3. Atingir cobertura de mídia global em publicações de moda Tier 1
4. Engajar influenciadores e celebridades-chave do mundo da moda
5. Criar uma base de clientes VIP e imprensa para futuras ativações

3. Estratégia de Comunicação

3.1 Mensagens-Chave

- Fusão única de tradição artesanal com inovação sustentável
- Exclusividade e luxo redefinidos para a era consciente
- A estreia mais aguardada da Semana de Moda de Paris

3.2 Tom de Voz

Sofisticado, visionário, consciente e exclusivo

4. Plano de Ação

4.1 Pré-Lançamento (3 meses antes)

1. Teaser Campaign

- Ação: Série de vídeos enigmáticos nas redes sociais
- Orçamento: €50.000
- KPI: 5 milhões de visualizações orgânicas
- Cronograma: Início 3 meses antes, frequência semanal

2. Influencer Seeding

- Ação: Envio de kits de pré-lançamento para 50 influenciadores top
- Orçamento: €100.000
- KPI: 80% de taxa de postagem, 10 milhões de impressões
- Cronograma: 2 meses antes do evento

3. PR Exclusivo

- Ação: Entrevista exclusiva com diretor criativo em revista de moda Tier 1
- Orçamento: €30.000 (produção e mídia)
- KPI: 1 milhão de leitores alcançados, 100.000 engajamentos online
- Cronograma: Publicação 1 mês antes do evento

4. Evento de Pré-Visualização para Imprensa VIP

- Ação: Cocktail íntimo com 30 jornalistas de moda top
- Orçamento: €75.000
- KPI: 20 menções em artigos pré-evento
- Cronograma: 2 semanas antes do desfile

4.1 Durante o Lançamento

1. Desfile Inovador

- Ação: Desfile conceitual com elementos de realidade aumentada
- Orçamento: €500.000
- KPI: 95% de ocupação, *trending topic no Twitter*
- Cronograma: Dia do desfile na Semana de Moda

2. *Celebrity Dressing*

- Ação: Vestir 5 celebridades A-list para o front row
- Orçamento: €200.000
- KPI: 50 milhões de impressões em mídias sociais
- Cronograma: Dia do desfile

3. *Live Streaming* Exclusivo

- Ação: Transmissão do desfile em 8K com comentários de especialistas
- Orçamento: €100.000
- KPI: 1 milhão de espectadores ao vivo
- Cronograma: Durante o desfile

4. *Pop-up* Experiencial

- Ação: Instalação imersiva aberta ao público durante a semana
- Orçamento: €300.000
- KPI: 10.000 visitantes, 50.000 postagens com hashtag da marca
- Cronograma: Toda a duração da Semana de Moda

4.2 Pós-Lançamento

1. Digital *Lookbook* Interativo

- Ação: Lançamento de lookbook em realidade aumentada
- Orçamento: €80.000
- KPI: 500.000 interações, 10.000 compartilhamentos
- Cronograma: Lançamento 1 dia após o desfile

2. Série Documental *Behind-the-Scenes*

- Ação: Lançamento de série em 5 episódios sobre a criação da coleção
- Orçamento: €250.000
- KPI: 5 milhões de visualizações totais
- Cronograma: Lançamento semanal, começando 1 semana após o desfile

3. Evento de Vendas Privadas

- Ação: Evento exclusivo para 100 clientes VIP e compradores
- Orçamento: €150.000
- KPI: 70% de taxa de conversão, ticket médio de €15.000
- Cronograma: 1 semana após o fim da Semana de Moda

4. Campanha de Mídia Paga

- Ação: Veiculação de campanha em mídias de luxo globais
- Orçamento: €1.000.000
- KPI: 100 milhões de impressões, 2% de taxa de engajamento
- Cronograma: Início 1 semana após o desfile, duração de 2 meses

5. Orçamento Total

€2.835.000

6. *Timeline* Geral

- Mês -3 a -1: Ações de Pré-Lançamento
- Semana da Moda: Ações Durante o Lançamento
- Mês +1 a +3: Ações de Pós-Lançamento

7. KPIs Globais

1. Cobertura de Mídia: 500 menções em publicações Tier 1
2. Engajamento Social: 200 milhões de impressões totais
3. Awareness de Marca: Aumento de 50% no reconhecimento entre consumidores de luxo
4. Vendas: €5 milhões em vendas diretas nos primeiros 3 meses
5. Database: Aquisição de 10.000 novos contatos de clientes potenciais

8. Monitoramento e Ajustes

- Implementação de *dashboard* em tempo real para acompanhamento de *KPIs*
- Reuniões diárias de equipe durante a Semana de Moda para ajustes táticos
- Relatório completo de performance 1 semana após o evento, com recomendações para futuras ativações

9. Equipe e Parceiros

- Equipe Interna: 10 profissionais dedicados (RP, Mídias Sociais, Eventos, Marketing)
- Agência de RP de Luxo: Para coordenação global de imprensa e influenciadores
- Agência Criativa Digital: Para execução de elementos digitais e AR
- Produtor de Eventos de Renome: Para execução do desfile e eventos associados

10. Gestão de Riscos

1. Plano de contingência para problemas técnicos durante o *live streaming*
2. Estratégia de gerenciamento de crise para potenciais controvérsias
3. Seguro abrangente para eventos e ativações físicas

Fonte: Dados da Pesquisa, adaptado pelos autores, 2024.

Os resultados obtidos com a utilização de ferramentas de IA Generativa revelaram a eficácia na aplicação de *prompts* direcionados em cada fase do desenvolvimento da coleção de moda. Desde a definição de parâmetros e dimensões da coleção, passando pela geração de alternativas de design, a construção de estratégias de precificação até indicações para o lançamento de forma detalhada. Nesse sentido a IA proporcionou a integração da criatividade, inovação e viabilidade comercial.

Considerações Finais

A análise das ferramentas de IA aplicadas ao desenvolvimento de produto de moda revelou que o objetivo do estudo foi alcançado, identificando soluções específicas para cada etapa do processo sugerido por Treptow (2013). Os *prompts* bem estruturados permitiram obter informações detalhadas e enriquecedoras, demonstrando como a IA pode contribuir significativamente para a performance do profissional, liberando tempo para que o potencial criativo seja ainda mais explorado. Este estudo destaca-se pela ampliação do campo de pesquisa sobre o uso da IA na moda, um tema emergente e ainda pouco explorado academicamente, reforçando a importância da inovação tecnológica no processo de criação.

No entanto, a integração da IA também traz à tona importantes questões éticas e de direitos autorais, que necessitam de maior investigação. Sendo essa uma área que merece atenção em estudos futuros, que devem focar em regulamentar a autoria e estabelecer diretrizes para o uso ético dessas tecnologias. Garantir que o avanço da

IA na moda ocorra de forma responsável é essencial para preservar os direitos dos profissionais criativos e manter os valores éticos fundamentais da indústria.

Referências

- FLORES, Marcio José das; BESS, Alexandre Leal. **Inteligência artificial aplicada a negócios**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 jul. 2024.
- GABRIEL, Martha. **Inteligência Artificial: Do Zero ao Metaverso**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559773336. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559773336/>. Acesso em: 17 jul. 2024.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2009. 6. ed.
- KOZINETS, Robert. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.
- MELLO, Cleyson de Moraes. **Para compreender o ChatGPT**. Rio de Janeiro: Processo, 2024. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 23 jul. 2024.
- MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. 2003.
- RUSSELL, Stuart J.; NORVIG, Pedro. **Inteligência Artificial: Uma Abordagem Moderna**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9788595159495. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595159495/>. Acesso em: 17 jul. 2024.
- SANCHES, M.C. F. **Projeto e Moda: estratégias metodológicas em design**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- SANTAELLA, Lucia. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: Grupo Almedina, 2023. E-book. ISBN 9786554270588. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786554270588/>. Acesso em: 17 jul. 2024.
- SANTAELLA, Lucia. **Por que é imprescindível um manual ético para a Inteligência Artificial Generativa?** Teccogs: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, [S.L.], n. 28, p. 7-24, 14 jun. 2024. Pontifical Catholic University of Sao Paulo (PUC-SP). <http://dx.doi.org/10.23925/1984-3585.2023i28p7-24>.
- SOUSA, Vanessa. **O impacto da inteligência artificial no mundo da moda**. The Trends Hub, n. 4, 2024.
- SUAVE, André Augusto. **Inteligência artificial**. Rio de Janeiro, RJ: Freitas Bastos, 2024. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 jul. 2024.
- TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora. 2013.

