

# DATA RUNWAY



## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E A LEITURA DOS SÍGNOS DA MODA

prompt_detected	x12
colors_tracked	3.450
fabrics_classified	780
sentiment_score	92%
trend_forecast	+7 days

POR SARAH SANTUCCI

- 
- (1) DA PASSARELA AO DASHBOARD**
  - (2) PREVISIBILIDADE DE MERCADO**
  - (3) ENGAJAMENTO EM TEMPO REAL**
  - (4) TENDÊNCIAS MENSURÁVEIS**
  - (5) O FUTURO ENTRE LUZES E DADOS**
  - (6) OBRIGADA POR LER ATÉ AQUI**
-

# DA PASSARELA AO DASHBOARD



(1)

Por séculos, os desfiles foram interpretados de forma subjetiva. Críticos recorriam a metáforas poéticas para descrever coleções, jornalistas destacavam cortes ousados e consumidores absorviam estilos guiados pela emoção. Esse olhar humano segue essencial, mas as novas tecnologias acrescentaram uma dimensão analítica: o estudo detalhado dos dados.



Ao unir a visão criativa dos estilistas à precisão das ferramentas digitais, a moda preserva sua essência estética, mas ganha alcance e consistência. Cada coleção passa a gerar dados que, ao serem analisados, revelam padrões e preferências capazes de orientar estratégias de mercado. Assim, dashboards e algoritmos deixam de ser recursos frios para se tornarem aliados estratégicos, oferecendo às marcas uma leitura aprofundada do comportamento do consumidor.



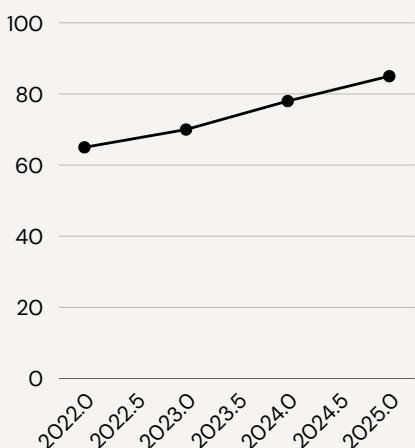
# (2) PREVISIBILIDADE DE MERCADO



Esse movimento abre caminho para a análise preditiva, recurso que se tornou indispensável às empresas interessadas em antecipar os passos do consumidor e ajustar suas coleções com agilidade. Plataformas como Heuritech e Stylumia aplicam algoritmos avançados sobre imagens, publicações digitais e sinais de consumo, identificando tendências ainda em estágio inicial.

Com isso, é possível quantificar a adoção de cores, tecidos ou modelagens específicas, medir o impacto de referências culturais e adaptar a produção a diferentes regiões e perfis de público. Grandes marcas de varejo, como a Zara, utilizam sistemas semelhantes para encurtar o tempo entre conceito e loja, ajustando estoques e campanhas conforme os sinais do mercado.

Estudos de consultorias internacionais apontam que companhias que aplicam modelos de previsão reduzem em até 30% o tempo de resposta às mudanças de consumo, além de diminuir desperdícios e aumentar a assertividade nas decisões. Esses resultados podem ser observados de forma mais clara nos dados a seguir, que destacam o papel da previsibilidade de mercado na moda contemporânea.



FONTE: AI IN THE FASHION INDUSTRY  
STATISTICS: REPORTS 2025

# ENGAJAMENTO EM TEMPO REAL



Se a análise preditiva olha para o futuro, o monitoramento digital amplia a visão do presente. Nos grandes eventos de moda, a presença física já não é o único termômetro de sucesso. O valor de um desfile hoje é medido também pela repercussão nas redes, pela velocidade de compartilhamento e pelo envolvimento imediato do público.

**(3)**

Ferramentas de monitoramento capturam interações em tempo real, revelando quais looks ou marcas despertaram maior atenção, quais influenciadores ampliaram a mensagem e como esse movimento se converte em interesse de compra. Esse acompanhamento instantâneo permite que equipes de marketing reajam rapidamente, impulsionando conteúdos estratégicos, reforçando campanhas e alinhando lançamentos ao comportamento do consumidor.

Um exemplo desse impacto pode ser observado no relatório Fashion Brand Social Listening Statistics, no qual a marca DSquared2 concentrou 10,9% do total de conversas sociais durante a Milan Fashion Week AW25, mostrando como dados digitais se convertem em métricas comparativas. Assim, cada clique, menção ou hashtag transforma-se em insight operacional, conectando diretamente tendências ao desempenho comercial.



FONTE: FASHION BRAND SOCIAL LISTENING STATISTICS 2025

# TENDÊNCIAS MENSURÁVEIS

A inteligência artificial aprofunda o processo de análise da moda ao possibilitar a antecipação de tendências com base em grandes volumes de dados visuais e comportamentais. Algoritmos examinam imagens de desfiles, publicações em redes sociais e históricos de consumo para identificar padrões emergentes, como cores em ascensão, modelagens preferidas e combinações de tecidos que geram maior engajamento.

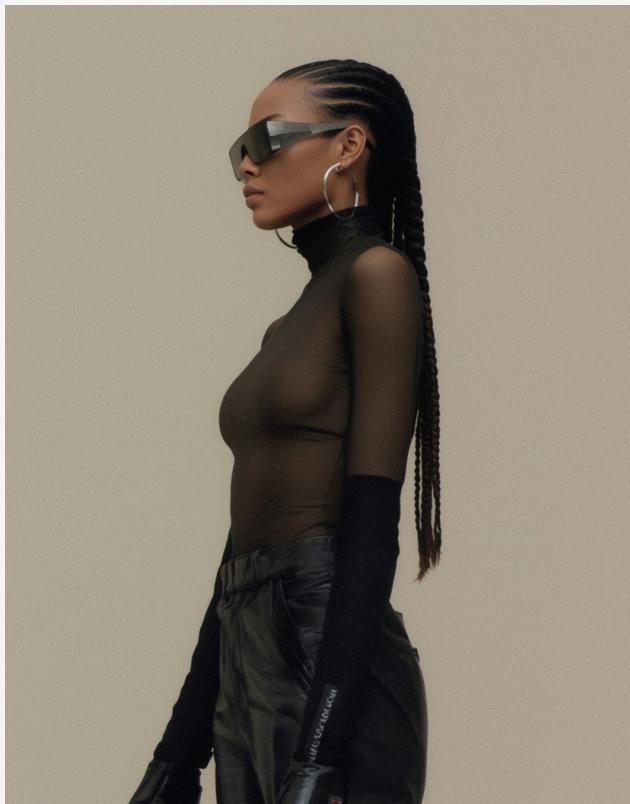


(4)

Ferramentas como a Trendalytics rastreiam buscas online, menções em redes e dados de e-commerce para mapear a frequência de elementos visuais. Já a Heuritech utiliza reconhecimento de imagens para quantificar o uso de cores, silhuetas e estilos em coleções globais, permitindo prever quais peças terão maior aceitação e até antecipar “os itens do ano”. Esses insights transformam percepções subjetivas em métricas acionáveis, oferecendo às marcas instrumentos precisos para planejar coleções, priorizar produtos e se posicionar de forma competitiva no mercado.



# O FUTURO ENTRE LUZES E DADOS



(5)



A incorporação da inteligência artificial ao setor fashion redefine como a indústria interpreta, comunica e atua. Em vez de limitar-se ao impacto estético, o processo criativo ganha suporte analítico que traduz sinais culturais, engajamento digital e padrões de consumo em insights estratégicos.

O desafio não está em substituir a sensibilidade humana, mas em expandi-la com recursos que oferecem clareza, reduzem riscos e revelam oportunidades ocultas. Nesse movimento, a **indústria** não apenas acompanha as mudanças do consumo, mas passa a ditar ritmos, moldando a experiência estética e comercial do amanhã.

# (6)

# OBRIGADA POR LER ATÉ AQUI

Agradeço por ter acompanhado a leitura deste eBook até o final. Todas as imagens presentes foram produzidas por inteligência artificial com fins acadêmicos, no âmbito do projeto do curso de Fundamentos de IA Generativa, garantindo suporte visual ao conteúdo apresentado. A diagramação e a revisão, entretanto, foram realizadas por um humano, assegurando clareza, coerência e qualidade textual.

