


# DIGITALIZAÇÃO E CRIATIVIDADE NO DESIGN DE MODA: PRINCIPAIS IMPACTOS

Cristiani Maximiliano*,

*1 UniSENAI Blumenau*

## 1. Introdução

O conceito de moda frequentemente está relacionado às transformações sociais, culturais e tecnológicas de cada período histórico. Contudo, nas últimas décadas, a aceleração dos processos digitais passou a provocar mudanças significativas na maneira como produtos de moda são idealizados, desenvolvidos, comunicados e consumidos. Nesse contexto, ferramentas digitais vêm sendo incorporadas ao cotidiano de designers, marcas e consumidores, influenciando não apenas os meios de produção, mas também os próprios processos criativos da moda.

A digitalização ampliou o acesso à informação, acelerou a circulação de tendências e modificou as dinâmicas de pesquisa, criação, desenvolvimento e comunicação dentro do setor. Plataformas digitais, softwares de modelagem, inteligência artificial, realidade aumentada e redes sociais passaram a atuar como instrumentos estratégicos para o desenvolvimento de coleções e experiências de consumo mais conectadas com as demandas contemporâneas. Segundo Lipovetsky e Serroy (2015), a sociedade hipermoderna é marcada pela velocidade, pela conectividade e pela constante renovação de estímulos visuais e culturais, fatores que impactam diretamente os processos criativos e atividades do setores do design de moda [ref número 1].

Diante desse cenário, o designer deixa de atuar apenas como criador de produtos físicos e passa a ser um sujeito capaz de desenvolver experiências, narrativas e conexões digitais destinadas a ampliar o valor simbólico da moda. Para Manzini (2008), o design contemporâneo está cada vez mais relacionado à construção de soluções inovadoras por meio de sistemas conectados e colaborativos, nos quais a tecnologia exerce papel fundamental [ref número 2].

Dessa forma, o presente trabalho apresenta uma proposta inicial de pesquisa que busca investigar os impactos da digitalização nos processos criativos da moda, analisando como as tecnologias contemporâneas vêm transformando as etapas de pesquisa, criação, desenvolvimento e comunicação de produtos de moda.

## 2. Metodologia

A pesquisa encontra-se em fase inicial de desenvolvimento e caracteriza-se como um estudo de abordagem qualitativa, exploratória e bibliográfica. Inicialmente, será realizada uma revisão de literatura a partir de livros, artigos científicos e produções acadêmicas relacionadas aos temas moda, design de moda, tecnologia, digitalização e processos criativos. Posteriormente, pretende-se analisar como a inserção de ferramentas digitais vem modificando as dinâmicas dentro do setor da moda, considerando aspectos relacionados às novas tecnologias e às transformações nos processos de pesquisa, criação, desenvolvimento e comunicação de produtos e coleções.

A pesquisa também prevê a observação de práticas contemporâneas presentes no mercado da moda, especialmente relacionadas ao uso de inteligência artificial, plataformas digitais, softwares criativos e redes sociais como ferramentas de apoio aos processos criativos e estratégicos do design de moda. Por fim,

*crismax.mx@gmail.com





pretende-se realizar entrevistas com designers e profissionais atuantes no setor da moda, buscando compreender como esses profissionais vêm se adaptando às novas demandas tecnológicas e de que maneira as ferramentas digitais vêm impactando seus processos criativos, metodologias de trabalho e atuação profissional.

**3. Resultados Esperados e Discussões**

Espera-se que a pesquisa possibilite compreender como a digitalização vem promovendo mudanças significativas nos processos criativos da moda, especialmente em relação à velocidade de desenvolvimento, ao acesso à informação e à ampliação das possibilidades criativas. Acredita-se que ferramentas digitais estejam contribuindo para processos mais dinâmicos e conectados, permitindo que designers ampliem suas referências visuais, culturais e comportamentais por meio de plataformas digitais e ambientes virtuais.

Outro ponto que deverá ser investigado refere-se à presença da inteligência artificial como ferramenta de apoio criativo, especialmente em atividades relacionadas à pesquisa de tendências, análise de comportamento de consumo e geração de referências visuais. Entretanto, também se pretende discutir criticamente os possíveis impactos dessas tecnologias na originalidade criativa e na valorização do repertório humano dentro do design de moda.

Espera-se ainda que o estudo contribua para reflexões sobre as transformações atuais da moda frente aos avanços tecnológicos, evidenciando como a digitalização pode influenciar não apenas os processos produtivos, mas também as experiências, narrativas e relações de consumo presentes no sistema de moda atual. Além disso, o objetivo do estudo será compreender de que forma o designer de moda vem se adaptando aos novos processos tecnológicos e como essas transformações impactam, ou poderão impactar na sua atuação profissional, suas competências criativas e sua relação com os processos de criação e desenvolvimento dentro da indústria da moda

**4. Referências**

[1] G. Lipovetsky e J. Serroy, A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista, São Paulo: Companhia das Letras, (2015).

[2] E. Manzini, Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais, Rio de Janeiro: E-papers, (2008).

*crismax.mx@gmail.com