

DOI: <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2026v52id6131>**MODA ALGORÍTMICA: INFRAESTRUTURAS DIGITAIS, GOVERNANÇA ESTÉTICA E RECONFIGURAÇÕES DA CULTURA VISUAL CONTEMPORÂNEA**

Algorithmic fashion: digital infrastructures, aesthetic governance and reconfigurations of contemporary visual culture

Moda algorítmica: infraestructuras digitales, gobernanza estética y reconfiguraciones de la cultura visual contemporánea

Tiago Negrão Duarte¹Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5352-9798>E-mail: tiago.negrão@unesp.br**Maria Cristina Gobbi²**Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5629-5010>E-mail: cristina.gobi@unesp.br

Resumo: Este artigo analisa como plataformas digitais, sistemas algorítmicos e análise massiva de dados reconfiguram a produção e circulação da moda contemporânea. Adota abordagem qualitativa crítico-interpretativa, combinando revisão sistemática da literatura, análise documental e exame de casos empíricos de plataformas como TikTok e SHEIN. Os resultados evidenciam a emergência de um regime sociotécnico no qual algoritmos participam da identificação, amplificação e materialização de tendências estéticas, deslocando a moda de um sistema puramente simbólico para uma ecologia híbrida que articula práticas culturais e infraestruturas computacionais. Identificam-se tensões entre inovação tecnológica e padronização estética, aceleração produtiva e impactos ambientais, concentração de poder nas plataformas e possibilidades de resistência criativa. Conclui-se que a moda algorítmica exige novas abordagens analíticas capazes de integrar cultura, tecnologia e governança no estudo das transformações estéticas contemporâneas.

Palavras-chave: moda algorítmica; plataformas digitais; cultura visual; governança estética; inteligência artificial.

¹ Universidade Estadual de São Paulo. São Paulo, SP, Brasil.

² Universidade Estadual de São Paulo. São Paulo, SP, Brasil.

Abstract: This article analyzes how digital platforms, algorithmic systems, and massive data analysis reconfigure the production and circulation of contemporary fashion. It adopts a critical-interpretive qualitative approach, combining systematic literature review, documentary analysis, and examination of empirical cases of platforms such as TikTok and SHEIN. The results evidence the emergence of a sociotechnical regime in which algorithms participate in the identification, amplification, and materialization of aesthetic trends, shifting fashion from a purely symbolic system to a hybrid ecology that articulates cultural practices and computational infrastructures. Tensions are identified between technological innovation and aesthetic standardization, productive acceleration and environmental impacts, concentration of power in platforms and possibilities for creative resistance. It is concluded that algorithmic fashion requires new analytical approaches capable of integrating culture, technology, and governance in the study of contemporary aesthetic transformations.

Keywords: algorithmic fashion; digital platforms; visual culture; aesthetic governance; artificial intelligence.

Resumen: Este artículo analiza cómo las plataformas digitales, los sistemas algorítmicos y el análisis masivo de datos reconfiguran la producción y circulación de la moda contemporánea. Adopta un enfoque cualitativo crítico-interpretativo, combinando revisión sistemática de la literatura, análisis documental y examen de casos empíricos de plataformas como TikTok y SHEIN. Los resultados evidencian la emergencia de un régimen sociotécnico en el que los algoritmos participan en la identificación, amplificación y materialización de tendencias estéticas, desplazando la moda de un sistema puramente simbólico a una ecología híbrida que articula prácticas culturales e infraestructuras computacionales. Se identifican tensiones entre innovación tecnológica y estandarización estética, aceleración productiva e impactos ambientales, concentración de poder en las plataformas y posibilidades de resistencia creativa. Se concluye que la moda algorítmica exige nuevos enfoques analíticos capaces de integrar cultura, tecnología y gobernanza en el estudio de las transformaciones estéticas contemporáneas.

Palabras clave: moda algorítmica; plataformas digitales; cultura visual; gobernanza estética; inteligencia artificial.

1 INTRODUÇÃO

A circulação contemporânea da cultura visual é cada vez mais estruturada por infraestruturas digitais que reorganizam as formas de produção, visibilidade e legitimação estética. No campo da moda, plataformas digitais, sistemas algorítmicos e fluxos massivos de dados passaram a participar da definição de tendências e da experiência estética dos consumidores. Tradicionalmente interpretada como fenômeno simbólico mediado por práticas sociais e instituições culturais, a moda passa a operar em um ambiente sociotécnico no qual algoritmos de recomendação, análise de dados e arquiteturas de plataforma influenciam a circulação dos signos vestimentários. Nesse contexto, a produção cultural deixa de ser compreendida apenas como resultado da interação entre sujeitos sociais e passa a emergir de redes híbridas que articulam práticas humanas e sistemas técnicos (Latour, 2005; Van Dijck; Poell; De Waal, 2018).

A centralidade das plataformas digitais na organização da cultura intensificou essa transformação. Ecossistemas baseados em coleta massiva de dados e inteligência artificial passaram a reorganizar dinâmicas de produção simbólica em diversos setores culturais. Na moda, plataformas como TikTok, Instagram e sistemas de comércio eletrônico atuam como intermediários estruturais da circulação estética, capazes de amplificar estilos emergentes, identificar padrões de consumo e influenciar decisões produtivas da indústria. Srnicek (2017) descreve esse processo como característica do capitalismo de plataforma, no qual dados comportamentais se tornam recursos estratégicos para organizar mercados e antecipar comportamentos culturais. Paralelamente, métodos de análise computacional aplicados a grandes bases de dados culturais permitem identificar padrões estéticos em escala inédita (Manovich, 2020).

Esse cenário reconfigura o objeto tradicional dos estudos de moda. Na tradição sociológica e semiótica, o vestuário foi interpretado como linguagem social vinculada a processos de distinção e identidade. Simmel (1957) descreveu a moda como dinâmica de imitação e diferenciação que estrutura hierarquias sociais; Bourdieu (1984) demonstrou que o gosto opera como forma de capital cultural; e Barthes (1983) interpretou o vestuário como sistema estruturado de signos. Embora essas abordagens permaneçam fundamentais, o ambiente digital introduz uma camada infraestrutural que reorganiza a circulação estética. No ambiente digital, entretanto, os mecanismos de distinção descritos por Bourdieu deixam de depender exclusivamente de instituições tradicionais de legitimação cultural e passam a ser parcialmente mediados por sistemas algorítmicos que organizam a visibilidade dos conteúdos. A distinção social torna-se, assim, também uma distinção infraestrutural, condicionada pelas arquiteturas de plataforma e pelos critérios automatizados de recomendação. Nesse contexto, algoritmos atuam como dispositivos de relevância que estruturam a visibilidade cultural nos ambientes digitais (Gillespie, 2014).

A mediação algorítmica da cultura levanta, assim, importantes questões teóricas e empíricas. A crescente dependência de sistemas de recomendação e análise de dados amplia a capacidade de detectar e difundir tendências, mas também pode gerar padronização estética e concentração de poder nas plataformas que organizam a visibilidade cultural. Estudos da teoria crítica da tecnologia indicam que sistemas técnicos incorporam formas específicas de poder e regulação social (Winner, 1986; Lessig, 2006), sugerindo que a mediação algorítmica deve ser compreendida também como questão política e institucional. Diante desse cenário, o problema central desta pesquisa consiste em compreender de que modo plataformas digitais e sistemas algorítmicos reorganizam os regimes de visibilidade, circulação e legitimação estética da moda contemporânea.

Partindo desse cenário, esta pesquisa investiga como plataformas digitais e sistemas algorítmicos estão transformando a produção e a circulação da estética contemporânea. A hipótese central é que a moda passa a operar em um regime sociotécnico no qual algoritmos não apenas distribuem tendências, mas participam de sua produção e amplificação. A visibilidade estética emerge, portanto, da interação entre práticas culturais, comportamento coletivo e infraestruturas digitais que organizam os fluxos informacionais em escala global.

O objetivo do estudo é analisar como essas infraestruturas reorganizam a produção simbólica da moda contemporânea e quais implicações culturais, econômicas e políticas emergem desse processo. A investigação orienta-se por três questões principais: como a mediação algorítmica transforma os regimes de visibilidade da moda; de que modo a análise massiva de dados influencia a produção e a circulação de tendências; e quais tensões sociotécnicas surgem da integração entre criatividade cultural, plataformas digitais e inteligência artificial.

Ao articular sociologia da cultura, estudos de mídia e teoria das infraestruturas digitais, a pesquisa busca contribuir para o avanço dos estudos sobre cultura digital e economia das plataformas. Ao examinar a moda como sistema sociotécnico emergente, o estudo amplia a compreensão de como tecnologias algorítmicas reorganizam processos culturais e econômicos no século XXI, evidenciando suas implicações sociais, políticas e epistemológicas.

2 METODOLOGIA

A pesquisa adota abordagem qualitativa de caráter crítico-interpretativo, combinando revisão sistemática da literatura, análise documental e exame de estudos de caso relacionados à mediação algorítmica da cultura visual contemporânea. O desenho metodológico fundamenta-se na economia política da comunicação, nos estudos de plataforma e na sociologia da tecnologia, perspectivas que compreendem sistemas digitais como infraestruturas sociotécnicas capazes de reorganizar práticas culturais, relações econômicas e formas de poder (Srnicek, 2017; Van Dijck; Poell; De Waal, 2018). Complementarmente, a investigação dialoga com a teoria ator-rede e com a crítica da tecnologia, reconhecendo o papel ativo dos artefatos técnicos e dos

sistemas algorítmicos na configuração das dinâmicas sociais e culturais (Latour, 2005; Winner, 1986).

A investigação foi organizada em três eixos analíticos complementares. O primeiro eixo concentrou a revisão da literatura científica internacional sobre moda, cultura digital, inteligência artificial, plataformas digitais e análise computacional da cultura, permitindo mapear debates teóricos e empíricos relacionados à reorganização algorítmica da produção estética contemporânea. O segundo eixo reuniu documentos institucionais, relatórios técnicos e marcos regulatórios relacionados à governança de plataformas, transparência algorítmica e regulação da inteligência artificial, especialmente iniciativas vinculadas ao Digital Services Act (DSA) e ao AI Act da União Europeia. O terceiro eixo envolveu a análise de estudos de caso amplamente recorrentes na literatura recente sobre moda digital e economia de plataforma, com destaque para TikTok e SHEIN, selecionados devido à sua centralidade contemporânea na circulação estética, no uso intensivo de sistemas de recomendação e na reorganização algorítmica da produção e difusão de tendências.

A revisão sistemática da literatura seguiu as diretrizes do protocolo PRISMA (Page *et al.*, 2021), buscando assegurar transparência, rastreabilidade e rigor na seleção das fontes analisadas. As buscas foram realizadas nas bases Scopus, Web of Science, Dimensions e SciELO, complementadas por consultas direcionadas à web aberta para identificação de literatura cinzenta, relatórios institucionais e documentos regulatórios relevantes ao objeto de estudo. O recorte temporal concentrou publicações entre 2015 e 2025, período marcado pela consolidação das plataformas digitais orientadas por inteligência artificial, pela expansão da economia de plataforma e pela intensificação do uso de sistemas algorítmicos nas indústrias culturais e nos mercados da moda.

Foram utilizados descritores em português e inglês relacionados à cultura algorítmica e à mediação digital da estética, entre eles: *algorithmic culture*, *platform economy*, *fashion and algorithms*, *digital platforms*, *artificial intelligence and culture*, *recommendation systems*, *data-driven fashion* e *visual culture*. O processo metodológico envolveu identificação inicial das referências, remoção de duplicatas, triagem por título e resumo, avaliação de elegibilidade e seleção final das fontes diretamente pertinentes ao objeto da pesquisa.

Os critérios de inclusão contemplaram artigos científicos revisados por pares, capítulos de livros, documentos institucionais, relatórios técnicos e estudos empíricos que abordassem diretamente plataformas digitais, cultura algorítmica, inteligência artificial, sistemas de recomendação, circulação estética, moda digital e economia de plataforma. Foram excluídos estudos exclusivamente técnicos sem discussão sociocultural, trabalhos sem relação direta com cultura visual ou mediação algorítmica, publicações duplicadas e materiais sem aderência temática ao problema central da pesquisa.

A busca inicial identificou 247 registros distribuídos entre as bases consultadas. Após remoção de duplicatas e aplicação dos critérios de elegibilidade, o corpus final da pesquisa foi composto por 68 documentos considerados diretamente relevantes para a análise proposta.

A interpretação do material foi conduzida por análise temática crítica inspirada em Braun e Clarke (2006), articulada a procedimentos de análise de conteúdo voltados à identificação de padrões conceituais recorrentes (Bardin, 2011). As categorias analíticas foram refinadas iterativamente ao longo da investigação em diálogo contínuo com o referencial teórico, organizando-se em três dimensões centrais: (a) fundamentos epistemológicos da mediação algorítmica da cultura; (b) reorganização sociotécnica da produção estética; e (c) tensões políticas, econômicas e regulatórias da plataformação dos mercados culturais.

No exame dos estudos de caso, a análise concentrou-se especialmente nos mecanismos de recomendação algorítmica, dinâmicas de viralização estética, estratégias de personalização do consumo, aceleração produtiva orientada por dados e formas de governança da visibilidade cultural operadas pelas plataformas digitais. O caso TikTok foi mobilizado para compreender processos de amplificação algorítmica e circulação acelerada de tendências visuais, enquanto o caso SHEIN permitiu observar a integração entre mineração de dados, ultra-fast fashion e reorganização produtiva da indústria da moda.

O rigor metodológico foi assegurado pela triangulação entre diferentes tipos de fontes, pela revisão iterativa das categorias analíticas e pela articulação entre evidências empíricas e referencial teórico. Essa estratégia buscou garantir consistência interpretativa, densidade analítica e coerência metodológica na investigação das transformações sociotécnicas da moda contemporânea.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise indica que a moda contemporânea opera em um regime sociotécnico no qual algoritmos, plataformas digitais e análise de dados estruturam a visibilidade estética e a circulação cultural. A interação entre sistemas de recomendação e práticas sociais redefine a dinâmica de emergência das tendências, convertendo dados comportamentais em insumos para a produção simbólica. Nesse contexto, infraestruturas digitais deixam de atuar apenas como canais de distribuição e passam a funcionar como mediadoras ativas da cultura, reorganizando mercados, práticas criativas e experiências estéticas (Gillespie, 2014; Srnicek, 2017).

Contudo, a amplificação algorítmica também produz tensões. A crescente centralidade das plataformas na organização da visibilidade cultural pode favorecer processos de padronização estética e concentração de poder nas infraestruturas digitais que governam os fluxos informacionais, levantando questões sobre diversidade cultural, autonomia criativa e governança das plataformas.

Figura 1 – Síntese analítica: a moda como ecossistema sociotécnico



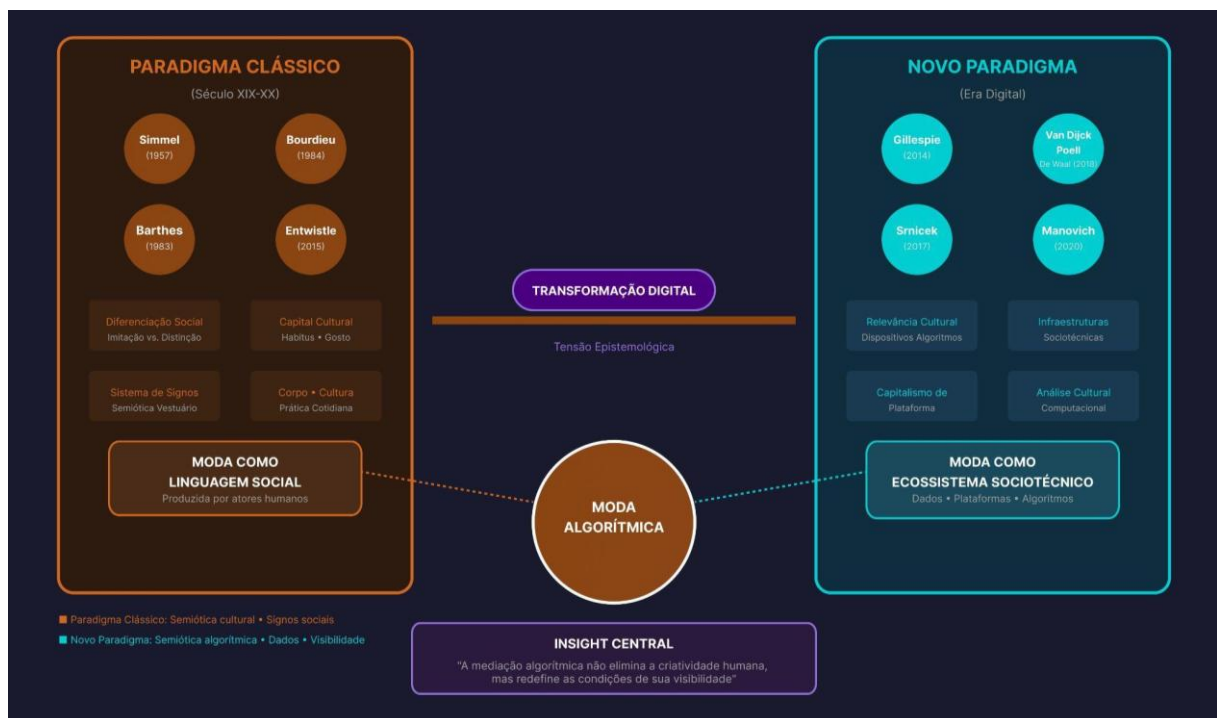
Fonte: Os autores, baseado em Latour (2005), Lessig (2006), Manovich (2020) e Srnicek (2017).

Diagrama conceitual que representa a moda algorítmica como ecossistema sociotécnico articulando dimensões sociais, culturais, econômicas e técnicas. O modelo integra teorias da distinção social, capitalismo de plataforma, governança algorítmica e análise computacional da cultura.

3.1 Fundamentos epistemológicos da moda algorítmica: da semiótica do vestuário à infraestrutura de visibilidade digital

A compreensão da moda como fenômeno cultural sempre esteve associada a regimes de significação que articulam estética, distinção social e produção simbólica. Contudo, a emergência de ecossistemas digitais mediados por algoritmos desloca essa matriz interpretativa ao introduzir um novo regime de circulação cultural. Se o vestuário foi historicamente analisado como linguagem social e sistema de signos, a difusão contemporânea das tendências passa a depender de infraestruturas computacionais que organizam visibilidade, relevância e difusão cultural. A moda deixa, assim, de ser apenas um campo de produção simbólica entre sujeitos e instituições e passa a constituir um sistema sociotécnico no qual dados, plataformas e algoritmos participam da construção do significado estético. Esse deslocamento exige revisar a tradição semiótica e sociológica do campo para compreender como a cultura algorítmica reorganiza a dinâmica da moda, conforme ilustra figura 2.

Figura 2 – Fundamentos epistemológicos da moda algorítmica: transição paradigmática



Fonte: Os autores, baseado em Simmel (1957), Bourdieu (1984), Barthes (1983), Entwistle (2015), Gillespie (2014), Van Dijck, Poell e De Waal (2018), Srnicek (2017) e Manovich (2020).

Esquema representando a transição do paradigma clássico da moda — baseado em distinção social, semiótica e capital cultural — para o paradigma da moda algorítmica, estruturado por plataformas digitais, sistemas de recomendação e análise computacional da cultura.

Na tradição clássica, a moda foi interpretada como mecanismo de diferenciação social baseado na tensão entre imitação e distinção. Simmel (1957) identifica nesse movimento o princípio constitutivo da dinâmica da moda, no qual estilos introduzidos por grupos dominantes são posteriormente apropriados por outros grupos sociais, gerando ciclos contínuos de diferenciação. Bourdieu (1984) aprofunda essa leitura ao interpretar o gosto estético como forma de capital cultural que reproduz estruturas de classe por meio do habitus. A vestimenta torna-se, nesse contexto, um dispositivo simbólico que comunica posição social e pertença cultural. Barthes (1983) amplia essa abordagem ao propor uma semiótica da moda, demonstrando que o vestuário funciona como sistema estruturado de signos organizados por códigos culturais. Entwistle (2015), por sua vez, introduz uma dimensão fenomenológica ao enfatizar a relação entre corpo, cultura e prática cotidiana. Apesar de suas diferenças, essas perspectivas convergem na compreensão da moda como sistema simbólico produzido por atores humanos inseridos em estruturas sociais.

A ascensão das plataformas digitais, entretanto, altera profundamente a circulação desses significados. A cultura contemporânea passa a ser mediada por sistemas algorítmicos que selecionam, classificam e amplificam conteúdos com base em padrões de engajamento e comportamento. Gillespie (2014) demonstra que algoritmos funcionam como dispositivos de relevância cultural capazes de determinar quais conteúdos se tornam visíveis no espaço público digital. Van Dijck, Poell e De Waal (2018) caracterizam as plataformas como infraestruturas sociotécnicas que reorganizam práticas sociais, mercados e instituições culturais. Nesse contexto, a produção simbólica deixa de ocorrer exclusivamente em esferas institucionais tradicionais, como revistas ou passarelas, passando a depender de sistemas de recomendação baseados em dados massivos. Srnicek (2017) interpreta esse processo como parte da expansão do capitalismo de plataforma, no qual dados comportamentais tornam-se recursos estratégicos para organizar mercados e prever tendências. Manovich (2020) amplia essa perspectiva ao demonstrar que padrões estéticos podem ser identificados por meio de técnicas computacionais aplicadas a grandes volumes de dados culturais.

Essas transformações introduzem uma tensão entre duas formas de compreender a moda. De um lado, permanece a tradição que interpreta o vestuário como sistema de signos produzido por interações sociais. De outro, emerge um paradigma no qual a visibilidade estética é modulada por infraestruturas digitais que organizam a circulação cultural. A mediação algorítmica não elimina a criatividade humana, mas redefine as condições de sua visibilidade. Estilos e tendências passam a depender das lógicas de recomendação e amplificação das plataformas, que privilegiam determinados conteúdos segundo métricas de engajamento e análise de dados comportamentais.

Esse deslocamento exige uma reformulação conceitual capaz de integrar cultura e tecnologia em um mesmo quadro analítico. A noção de moda algorítmica emerge como tentativa de capturar essa transformação, descrevendo um regime sociotécnico no qual algoritmos participam da produção, difusão e interpretação dos significados estéticos. Nessa perspectiva, a moda deixa de ser compreendida exclusivamente como linguagem cultural e passa a ser analisada como ecologia sociotécnica composta por plataformas digitais, infraestruturas de dados e sistemas de recomendação.

A produção de significado na moda contemporânea, portanto, não pode mais ser atribuída exclusivamente a designers, consumidores ou instituições culturais. A visibilidade estética emerge da interação entre sujeitos humanos e infraestruturas digitais que operam como mediadores invisíveis da cultura. A moda passa a existir em um espaço híbrido no qual códigos simbólicos e algoritmos se entrelaçam na definição das tendências. A transição de uma semiótica cultural para uma semiótica algorítmica da moda evidencia que os significados estéticos contemporâneos são produzidos em um ecossistema no qual dados, plataformas e práticas sociais se articulam continuamente, redefinindo as formas pelas quais a cultura visual se constitui e circula.

3.2 Mediação algorítmica da estética: plataformas digitais, big data e produção de tendências

A produção contemporânea de tendências de moda não pode mais ser compreendida apenas como resultado de processos criativos situados em ateliês, passarelas ou instituições tradicionais da indústria cultural. A expansão das plataformas digitais introduziu um regime sociotécnico no qual dados comportamentais, sistemas de recomendação e modelos de aprendizado de máquina participam da identificação, modelagem e amplificação de estilos emergentes. Nesse contexto, a dinâmica cultural da moda desloca-se para um ambiente híbrido no qual práticas estéticas e infraestruturas algorítmicas se entrelaçam na produção de tendências, conforme a figura 3.

Figura 3 – Mediação algorítmica da estética: ciclo de dados e tendências



Fonte: Os autores, baseado em Qu (2024), Geyik e Weijo (2025), Onitlu (2022), Ru, Liu e Chen (2025), Brown, Rajkumar e Webster (2025), e Madsen e Slåtten (2025).

Fluxograma da mediação algorítmica da estética, evidenciando ciclos de coleta de dados, processamento algorítmico, produção de tendências, consumo digital e retroalimentação contínua das plataformas.

O caso SHEIN foi analisado a partir de estudos recentes sobre ultra-fast fashion, relatórios institucionais e literatura voltada à mineração de dados aplicada à indústria da moda, permitindo observar como sistemas algorítmicos participam da previsão, amplificação e materialização industrial de tendências estéticas em escala global. Esse processo torna-se particularmente visível no modelo de ultra-fast fashion, no qual empresas utilizam análise massiva de dados para reorganizar o ciclo produtivo da moda. O caso da SHEIN ilustra essa transformação: a empresa utiliza mineração contínua de dados provenientes de redes sociais, plataformas de e-commerce e interações digitais dos consumidores para identificar padrões emergentes de consumo e prever demanda estética em tempo quase real (Qu, 2024). Diferentemente do modelo tradicional baseado em coleções sazonais, esse sistema opera com ciclos extremamente curtos de produção. Pequenos lotes são lançados rapidamente e ampliados apenas quando indicadores de consumo demonstram forte aceitação. Nesse regime, algoritmos não apenas observam tendências; eles participam de sua materialização industrial.

A circulação estética da moda também passa a depender de plataformas digitais que reorganizam os processos de descoberta cultural. O TikTok foi selecionado como estudo de caso devido à sua centralidade contemporânea na circulação de tendências visuais e ao funcionamento intensivo de sistemas de recomendação baseados em métricas de engajamento, visualização e interação algorítmica. O TikTok, por exemplo, tornou-se um dos principais motores de difusão de tendências contemporâneas. Seu sistema de recomendação utiliza métricas de engajamento, como tempo de visualização e interações dos usuários, para amplificar determinados conteúdos. Como resultado, estilos e peças de vestuário podem tornar-se virais em poucas horas e desaparecer em poucas semanas, produzindo o fenômeno das microtendências e acelerando significativamente a temporalidade da moda.

A incorporação de técnicas avançadas de análise de dados aprofunda ainda mais essa dinâmica. Modelos de machine learning aplicados a grandes volumes de dados provenientes de redes sociais podem identificar padrões emergentes de preferência estética antes mesmo de sua consolidação no mercado. Estudos baseados em análise de sentimentos indicam que variações no discurso coletivo sobre determinadas categorias de vestuário podem antecipar mudanças na popularidade de estilos específicos. Nesse cenário, a figura tradicional do coolhunter passa a ser complementada por sistemas computacionais capazes de mapear comportamentos estéticos em escala global.

A mediação algorítmica também reorganiza a experiência estética dos consumidores. Pesquisas qualitativas indicam que usuários desenvolvem estratégias conscientes de interação com sistemas de recomendação. O estudo de Geyik e Weijo (2025), baseado em entrevistas com consumidores engajados em plataformas digitais de moda, demonstra que indivíduos aprendem a negociar sua relação com algoritmos por meio de práticas como *algorithmic optimization*, na qual interações são deliberadamente ajustadas para obter recomendações mais alinhadas às preferências

estéticas, e algorithmic preservation, estratégia voltada à manutenção da coerência visual do ambiente digital.

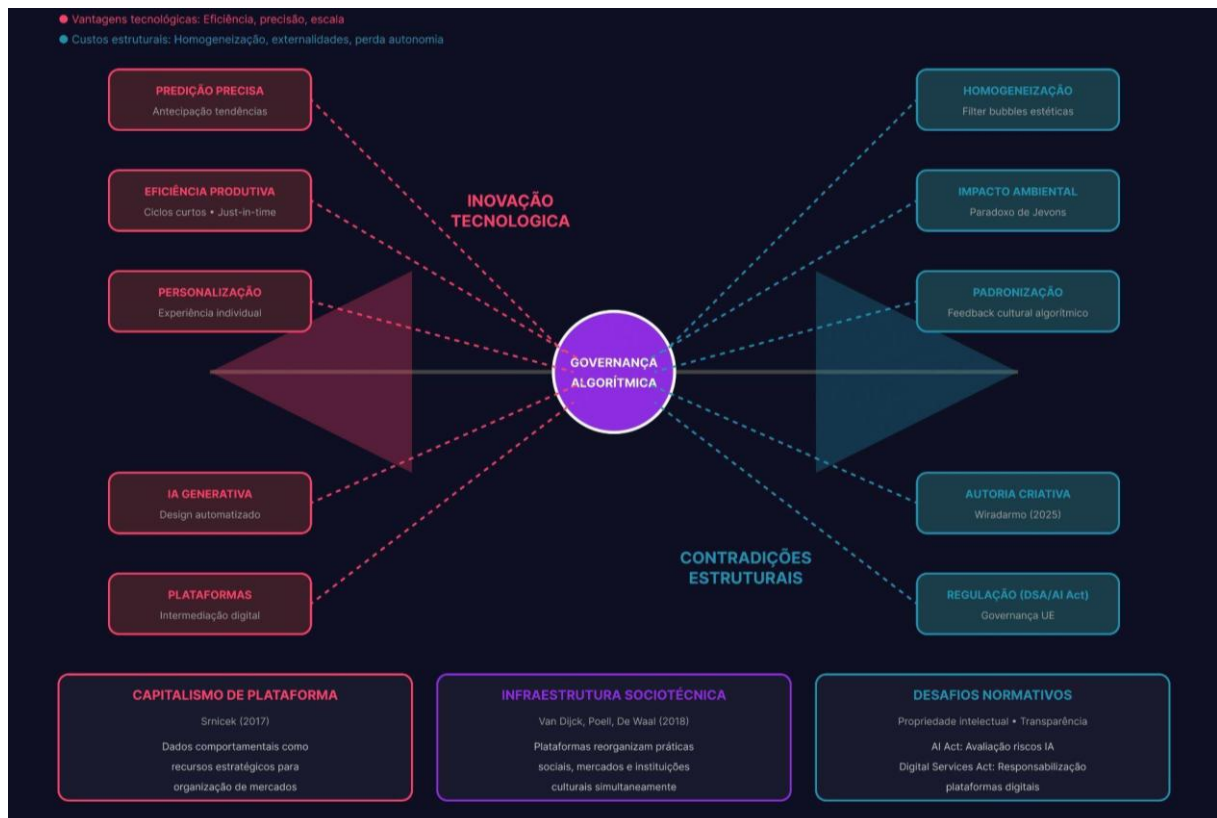
Ao mesmo tempo, a personalização algorítmica pode produzir efeitos sobre a diversidade cultural disponível aos usuários. Sistemas de recomendação tendem a gerar filter bubbles estéticas, nas quais indivíduos são expostos predominantemente a conteúdos alinhados com seus padrões anteriores de consumo. Onitui (2022) demonstra que esse fenômeno pode restringir a diversidade de referências visuais, limitando o contato com estilos alternativos e influências culturais heterogêneas.

Essas evidências indicam que a moda contemporânea opera em um regime sociotécnico no qual algoritmos desempenham papel decisivo na organização da cultura estética. A produção de tendências passa a depender da análise massiva de dados, a circulação estética é modulada por sistemas de recomendação e a experiência dos consumidores emerge da interação entre preferências individuais e curadorias algorítmicas. A moda torna-se, assim, um campo privilegiado para observar como infraestruturas digitais reorganizam processos culturais, convertendo dados comportamentais em motores de produção estética e transformando algoritmos em mediadores centrais da cultura visual contemporânea.

3.3 Contradições sociotécnicas da moda algorítmica: plataformação, inteligência artificial e governança estética

A incorporação de sistemas algorítmicos e infraestruturas de dados na indústria da moda introduz tensões que ultrapassam a dimensão tecnológica e atingem os fundamentos culturais, econômicos e normativos da produção estética contemporânea. Se, por um lado, a inteligência artificial e a análise massiva de dados ampliam a capacidade de prever tendências, personalizar produtos e acelerar ciclos produtivos, por outro, produzem efeitos que desafiam concepções tradicionais de criatividade, diversidade estética e sustentabilidade cultural. A moda passa a operar em um regime sociotécnico no qual algoritmos não apenas intermediam a circulação de estilos, mas participam da organização da visibilidade estética e da governança econômica da indústria, conforme a figura 4.

Figura 4 – Contradições Sociotécnicas da Moda Algorítmica: Campo de Tensões



Fonte: Os autores, baseado em Van Dijck, Poell e De Waal (2018), Srnicek (2017), Winner (1986), Qu (2024), Giovanola *et al.* (2024), Wiradarmo (2025), e regulamentações europeias (AI Act e Digital Services Act).

Diagrama das principais tensões sociotécnicas da moda algorítmica, envolvendo inovação tecnológica, padronização estética, aceleração produtiva, impactos ambientais, automação criativa e governança regulatória.

Uma das tensões centrais refere-se ao risco de homogeneização estética associado aos sistemas de recomendação. Plataformas digitais organizam a circulação cultural com base em métricas de engajamento, curtidas, compartilhamentos e visualizações, que funcionam como indicadores algorítmicos de relevância. Esse modelo tende a privilegiar conteúdos que já demonstraram alto desempenho, ampliando estilos capazes de gerar maior interação. Como consequência, padrões dominantes são reiteradamente reforçados, enquanto expressões menos convencionais enfrentam maior dificuldade de visibilidade. Esse processo produz o que estudos da cultura digital descrevem como feedback cultural algorítmico, no qual a repetição de conteúdos populares reduz gradualmente a diversidade estilística (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018).

Essa dinâmica está diretamente associada à aceleração dos ciclos produtivos da indústria da moda. A integração entre análise de dados, monitoramento de redes sociais e produção industrial permite identificar tendências emergentes e convertê-las rapidamente em produtos comercializáveis. No modelo de ultra-fast fashion, sinais estéticos detectados nas plataformas podem transformar-se em peças disponíveis no mercado em poucos dias. A análise contínua de dados comportamentais permite testar rapidamente novos produtos e ampliar a produção apenas quando indicadores de consumo demonstram forte aceitação. Esse sistema reorganiza a temporalidade da indústria, substituindo coleções sazonais por ciclos quase contínuos de lançamento de produtos (Qu, 2024).

Essa aceleração produz impactos que ultrapassam o campo econômico. A intensificação produtiva tende a estimular padrões de consumo rápidos e descartáveis, contribuindo para o aumento de resíduos têxteis e para a ampliação do impacto ambiental da indústria. A eficiência tecnológica da análise algorítmica de tendências convive, portanto, com externalidades ambientais que desafiam a sustentabilidade do modelo produtivo contemporâneo.

Paralelamente, a plataformização da economia da moda introduz novas formas de governança algorítmica do consumo. No capitalismo de plataforma, algoritmos organizam simultaneamente a visibilidade de produtos, sistemas de recomendação e hierarquias de relevância cultural. A circulação estética deixa de depender exclusivamente de instituições tradicionais, como revistas, desfiles ou editoriais, e passa a ser mediada por infraestruturas digitais que operam segundo lógicas computacionais e comerciais. Plataformas tornam-se intermediários centrais da economia cultural, estabelecendo critérios automatizados que determinam quais produtos serão mais visíveis no ecossistema digital (Srnicsek, 2017).

A expansão da inteligência artificial aprofunda essa transformação. Empresas utilizam análise massiva de dados provenientes de redes sociais para identificar padrões emergentes de preferência estética e antecipar mudanças no comportamento dos consumidores (Giovanola *et al.*, 2024). Nesse contexto, decisões de design e estratégias comerciais passam a ser parcialmente orientadas por sistemas computacionais capazes de detectar padrões culturais em grandes volumes de dados.

Entretanto, o uso de inteligência artificial no design também introduz tensões entre automação tecnológica e autoria criativa. Ferramentas de IA generativa podem produzir padrões visuais e propostas de design a partir do treinamento em bases de dados estéticos. Embora ampliem possibilidades criativas, essas tecnologias suscitam debates sobre originalidade artística e o papel do trabalho humano nas indústrias criativas. Um survey conduzido por Wiradarmo (2025) indica que o público demonstra aceitação moderada de designs gerados por IA, ao mesmo tempo em que expressa preocupações com a possível substituição de designers humanos e a perda de originalidade estética.

Essas transformações sociotécnicas levantam também desafios normativos e regulatórios, relacionados à propriedade intelectual, transparência algorítmica e proteção de dados. No contexto internacional, iniciativas como o AI Act e o Digital Services Act da União Europeia indicam crescente preocupação institucional com os efeitos sociais da automação e da plataformização. Embora não se dirijam especificamente à indústria da moda, esses marcos regulatórios tendem a influenciar a governança futura das indústrias culturais mediadas por dados.

Diante dessas tensões, a moda contemporânea não pode mais ser compreendida apenas como campo estético ou mercado cultural. Ela passa a operar como uma infraestrutura sociotécnica, na qual algoritmos, plataformas e sistemas de inteligência artificial reorganizam simultaneamente a produção, a circulação e a experiência estética. A moda torna-se, assim, um observatório privilegiado das contradições do capitalismo digital, no qual convivem inovação tecnológica, padronização cultural, eficiência produtiva e desafios ambientais.

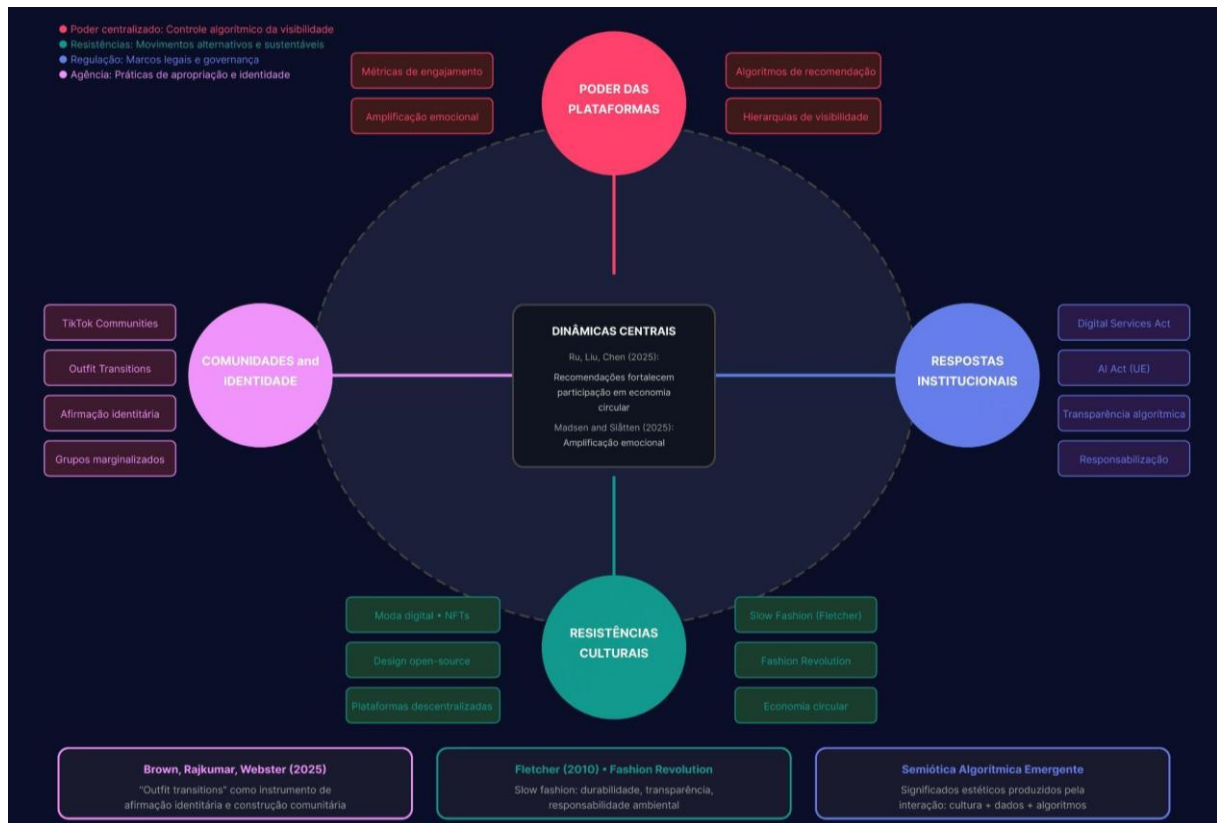
3.4 Resistências e reconfigurações: governança algorítmica da moda e alternativas culturais

A expansão da mediação algorítmica na indústria da moda não produz apenas transformações estruturais na produção e circulação de tendências; ela também desencadeia respostas culturais, institucionais e tecnológicas que buscam redefinir os limites da governança digital da estética. À medida que plataformas e sistemas de inteligência artificial passam a organizar a visibilidade de estilos, os ciclos produtivos e a experiência estética dos consumidores, emergem movimentos que questionam a centralização do poder algorítmico e propõem alternativas para reorganizar a relação entre criatividade, mercado e tecnologia. A moda contemporânea configura-se, assim, como um campo de disputa sociotécnica no qual designers, consumidores, plataformas e instituições regulatórias disputam as formas legítimas de produção e circulação do valor estético.

Na figura 5, Mapa de atores em arena circular central (Campo de Disputa Sociotécnica) com quatro polos de atuação. Topo: Poder das Plataformas (círculo vermelho-rosa) com algoritmos de recomendação, hierarquias de visibilidade, métricas de engajamento e amplificação emocional. Direita: Respostas Institucionais (círculo roxo) com Digital Services Act, AI Act (UE), transparência algorítmica e responsabilização de plataformas. Base: Resistências Culturais (círculo verde) divididas em slow fashion (Fletcher, 2010), Fashion Revolution, economia circular (lado direito) e moda digital, NFTs, design open-source, plataformas descentralizadas (lado esquerdo). Esquerda: Comunidades e Identidade (círculo rosa) representando TikTok communities, outfit transitions, afirmação identitária de grupos marginalizados (Brown, Rajkumar e Webster, 2025). Linhas conectando cada polo ao centro, onde caixa destaca dinâmicas centrais: estudo de Ru, Liu e Chen (2025) sobre recomendações fortalecendo economia circular, e Madsen e Slåtten (2025) sobre amplificação emocional. Base com três painéis: (1) Brown *et al.* (2025) - outfit transitions como instrumento de afirmação

identitária; (2) Fletcher (2010) e Fashion Revolution - princípios do slow fashion; (3) Semiótica Algorítmica Emergente - produção de significados pela interação entre cultura, dados e algoritmos.

Figura 5 – Resistências e reconfigurações: campo de disputas na governança algorítmica



Fonte: Os autores, baseado em Fletcher (2010), Ru, Liu e Chen (2025), Brown, Rajkumar e Webster (2025), Madsen e Slåtten (2025), e marcos regulatórios europeus (AI Act e Digital Services Act).

Entre as respostas culturais mais relevantes destaca-se o movimento slow fashion, que emerge como crítica à aceleração produtiva característica da indústria contemporânea. Em contraste com a lógica da ultra-fast fashion, baseada na renovação contínua de produtos e na rápida obsolescência estética, o slow fashion propõe modelos produtivos orientados pela durabilidade, transparência e responsabilidade ambiental. Fletcher (2010) argumenta que essa abordagem não se limita ao consumo ético, mas representa uma tentativa de reconfigurar o próprio sistema industrial da moda. Iniciativas como o movimento Fashion Revolution ampliam essa crítica ao exigir maior transparência nas cadeias globais de produção têxtil, questionando os impactos ambientais e sociais associados ao modelo dominante.

Paralelamente, a expansão das tecnologias digitais também tem possibilitado a emergência de formas alternativas de produção e circulação estética. Criadores independentes têm explorado novas infraestruturas digitais que procuram reduzir a dependência das grandes plataformas e ampliar a autonomia criativa. Entre essas

iniciativas destacam-se experimentações com moda digital, NFTs de vestuário virtual, plataformas descentralizadas e modelos de design open-source. Embora ainda representem uma parcela limitada do mercado global, essas experiências indicam novas possibilidades de organização cultural no ambiente digital, nas quais tecnologias emergentes são mobilizadas como instrumentos de experimentação estética e autonomia produtiva.

Além das iniciativas culturais, a crescente influência das plataformas digitais também tem gerado respostas institucionais voltadas à regulação da economia digital. Governos e organismos internacionais passaram a discutir mecanismos capazes de limitar o poder das grandes plataformas e aumentar a transparência dos sistemas algorítmicos. Nesse contexto, políticas como o Digital Services Act (DSA) e o AI Act da União Europeia representam tentativas de estabelecer princípios de responsabilização, avaliação de riscos e transparência no funcionamento de sistemas algorítmicos. Embora não tenham sido concebidas especificamente para o setor da moda, essas iniciativas refletem uma crescente preocupação institucional com os efeitos sociais da automação e da concentração de poder nas plataformas digitais.

Ao mesmo tempo, as plataformas continuam a desempenhar papel central na reorganização dos mercados culturais da moda. Estudos recentes indicam que sistemas de recomendação podem incentivar a participação dos consumidores em novos modelos de economia digital, particularmente em iniciativas associadas à economia circular. O estudo de Ru, Liu e Chen (2025), baseado em modelagem PLS-SEM com 1396 usuários de plataformas de moda circular, demonstra que recomendações algorítmicas podem fortalecer a participação dos consumidores ao estimular conectividade algorítmica, confiança humano-máquina e alinhamento de valores entre usuários e plataformas. Esses resultados sugerem que algoritmos não operam apenas como mecanismos de controle ou padronização estética, mas também podem facilitar novas formas de participação econômica e cultural.

Essa ambivalência torna-se particularmente visível nas plataformas sociais, que funcionam simultaneamente como mercados culturais e espaços de construção identitária. Pesquisas indicam que tendências virais desempenham papel relevante na formação de comunidades culturais e na expressão de identidades coletivas. O estudo de Brown, Rajkumar e Webster (2025), baseado na análise de vídeos do formato "outfit transition" no TikTok, demonstra que usuários utilizam essas tendências estéticas para expressar pertencimento cultural, especialmente entre comunidades historicamente marginalizadas. Nesse contexto, práticas de estilização digital tornam-se instrumentos de afirmação identitária e construção comunitária.

Essas dinâmicas são intensificadas por mecanismos de amplificação algorítmica que privilegiam conteúdos capazes de gerar forte engajamento coletivo. Madsen e Slåtten (2025) mostram que sistemas de recomendação tendem a amplificar conteúdos com maior intensidade emocional, produzindo ciclos virais de difusão cultural. No campo da moda, esse processo pode acelerar significativamente a circulação de estilos e consolidar tendências globais em períodos extremamente curtos.

Diante dessas transformações, torna-se necessário reconfigurar os instrumentos teóricos utilizados para compreender a moda contemporânea. A crescente interdependência entre cultura, dados e infraestrutura digital aponta para a emergência de uma semiótica algorítmica da moda, na qual os significados estéticos não são produzidos apenas por interações culturais, mas também pela mediação ativa de sistemas computacionais. A produção simbólica da moda passa, assim, a emergir da interação entre práticas culturais, dados comportamentais, plataformas digitais e algoritmos de recomendação.

Nesse cenário, a moda contemporânea deve ser compreendida como um campo no qual diferentes formas de governança cultural coexistem e entram em tensão. Plataformas digitais, movimentos de sustentabilidade, iniciativas criativas independentes e políticas regulatórias disputam a definição das regras que organizam a produção e circulação da estética no ambiente digital. Longe de constituir um fenômeno superficial, a moda revela-se um observatório privilegiado das transformações mais amplas da cultura contemporânea na era da governança algorítmica.

4 SÍNTESE ANALÍTICA

A reorganização contemporânea da moda não se limita a mudanças tecnológicas ou industriais, mas representa um deslocamento estrutural no regime de produção do significado cultural. A estética do vestuário opera agora em um ambiente sociotécnico, no qual infraestruturas digitais, algoritmos e fluxos massivos de dados se tornam constitutivos da circulação simbólica. A moda deixa de ser apenas linguagem social e integra um sistema híbrido em que visibilidade, relevância e difusão estética são moduladas por arquiteturas computacionais, estabelecendo um regime no qual processos sociais tradicionais dependem de infraestruturas técnicas.

Essa transformação exige revisão crítica das matrizes teóricas clássicas. Simmel (1957), Barthes (1983) e Bourdieu (1984) consolidaram a moda como sistema de signos articulado à distinção social. Essas abordagens permanecem relevantes, mas tornam-se insuficientes diante da expansão das infraestruturas digitais, que passam a organizar a circulação estética. Gillespie (2014) demonstra que algoritmos funcionam como dispositivos de relevância que determinam a visibilidade cultural. A estética contemporânea, portanto, não é apenas produzida socialmente, mas configurada por sistemas técnicos que atuam como mediadores invisíveis da cultura.

A perspectiva da teoria ator-rede de Latour (2005) torna-se crucial para compreender essa dinâmica. Algoritmos passam a ser actantes que participam da produção cultural, e a visibilidade estética não depende apenas de instituições humanas, mas de sistemas que classificam, ordenam e amplificam conteúdos. A moda emerge como rede sociotécnica na qual criatividade, comportamento coletivo e processamento algorítmico interagem de forma interdependente.

A análise empírica evidencia que a circulação estética depende de sistemas de recomendação capazes de detectar padrões coletivos e amplificá-los globalmente.

Manovich (2020) argumenta que grandes bases de dados culturais podem ser analisadas para identificar padrões visuais e estilísticos, transformando a lógica da descoberta estética: tendências não são apenas observadas culturalmente, mas parcialmente detectadas por análise algorítmica. A moda torna-se, assim, espaço privilegiado para observar a convergência entre produção cultural e ciência de dados.

No entanto, a integração entre cultura e tecnologia apresenta contradições. Sistemas que privilegiam conteúdos de alto engajamento podem reduzir a diversidade estética e reforçar padrões culturais consolidados (Winner, 1986). Srnicek (2017) demonstra que, no capitalismo de plataforma, dados comportamentais orientam decisões produtivas e preveem comportamentos de consumo, transformando a lógica da criação estilística e introduzindo cognição distribuída: decisões estéticas emergem da interação entre humanos e sistemas computacionais.

Essa eficiência convive com tensões sociais e ambientais. A aceleração dos ciclos produtivos intensifica o consumo rápido e o descarte, ampliando impactos ambientais da indústria têxtil. O paradoxo de Jevons sugere que ganhos de eficiência tecnológica podem aumentar o consumo total de recursos, indicando que a otimização algorítmica intensifica pressões ecológicas globais.

Diante dessas tensões, a moda não pode ser analisada apenas como fenômeno tecnológico ou econômico. A governança da produção estética envolve disputas culturais, políticas e institucionais. Iniciativas regulatórias na União Europeia indicam que sistemas algorítmicos são percebidos como infraestruturas críticas da vida social (Lessig, 2006). Plataformas digitais funcionam como mecanismos de governança cultural, influenciando consumo, produção estética e circulação simbólica.

Movimentos culturais e práticas criativas, como slow fashion, economia circular e design independente, surgem como respostas à centralização da produção cultural. Elas representam tentativas de rearticular criatividade, sustentabilidade e autonomia cultural, coexistindo e entrando em tensão com a lógica algorítmica dominante. A moda contemporânea constitui um campo de disputa entre modelos industrial, algorítmico, sustentável e descentralizado.

Essa articulação evidencia que a moda deve ser compreendida como sistema cultural integrado às infraestruturas digitais. A produção de tendências emerge da interação entre práticas culturais, comportamento coletivo e processamento algorítmico. A moda torna-se um observatório privilegiado das transformações que atravessam a cultura contemporânea na era das plataformas digitais. Sua análise exige abordagem interdisciplinar combinando sociologia da cultura, estudos de mídia, teoria das plataformas e ciência de dados, permitindo compreender como sistemas sociotécnicos reorganizam a produção simbólica no século XXI.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda contemporânea deve ser entendida como fenômeno cultural integrado às infraestruturas digitais que mediam a circulação da informação e dos mercados culturais. A presença de sistemas algorítmicos revela que a produção de tendências não resulta apenas da criatividade individual ou interação social, mas da inter-relação entre dados comportamentais, plataformas digitais e algoritmos de recomendação. Assim, a moda opera como ecossistema sociotécnico, no qual processos simbólicos e arquiteturas computacionais se entrelaçam para definir visibilidade, relevância e legitimidade cultural.

A mediação algorítmica transforma a circulação de estilos, identidades e práticas estéticas. O estudo também evidencia o potencial de abordagens interdisciplinares capazes de integrar sociologia da cultura, estudos de plataforma, teoria das infraestruturas digitais e análise crítica da tecnologia na investigação de fenômenos estéticos mediados por dados e sistemas algorítmicos. Embora amplie a difusão global de tendências, também pode produzir padronização estética, concentração de poder nas plataformas e intensificação de ciclos produtivos com impactos ambientais. Essa ambivalência evidencia que a relação entre cultura e tecnologia é política, econômica e institucional, redefinindo a governança da produção cultural (Srnicek, 2017; Van Dijck, Poell; De Waal, 2018).

Além disso, é necessária maior discussão sobre governança e regulação das infraestruturas digitais, promovendo transparência algorítmica, diversidade cultural e sustentabilidade industrial. Políticas públicas voltadas à responsabilização de plataformas e à promoção de práticas produtivas sustentáveis podem equilibrar inovação tecnológica, diversidade cultural e responsabilidade social.

Além das contribuições teóricas, a pesquisa também demonstra o potencial metodológico de abordagens interdisciplinares que articulam sociologia da cultura, estudos de plataforma, análise documental e teoria crítica da tecnologia na investigação de fenômenos estéticos mediados por dados e sistemas algorítmicos. Pesquisas futuras podem integrar moda, ciência de dados e sociologia das infraestruturas digitais, investigando como sistemas computacionais produzem significado cultural. Abordagens qualitativas combinadas com métodos computacionais oferecem caminhos promissores para compreender fenômenos estéticos mediados por dados em escala global. Nesse sentido, a moda se revela não apenas como expressão cultural, mas como espaço privilegiado para observar as transformações da cultura contemporânea na era das plataformas digitais. A moda algorítmica revela, em última instância, que a disputa contemporânea pela visibilidade cultural tornou-se também uma disputa infraestrutural, mediada por plataformas digitais, sistemas de recomendação e economias de dados que reorganizam as formas de circulação, reconhecimento e legitimação estética na cultura contemporânea. Também se mostram promissoras investigações voltadas às etnografias digitais do consumo algorítmico, às análises computacionais de tendências visuais em larga escala e aos impactos da inteligência artificial generativa na produção estética contemporânea.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARTHES, Roland. **The fashion system**. Berkeley: University of California Press, 1983. DOI: <https://doi.org/10.1525/9780520340633>.

BOURDIEU, Pierre. **Distinction: a social critique of the judgement of taste**. Cambridge: Harvard University Press, 1984. Disponível em: https://monoskop.org/images/e/e0/Pierre_Bourdieu_Distinction_A_Social_Critique_of_the_Judgement_of_Taste_1984.pdf.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, v. 3, n. 2, p. 77–101, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.

ENTWISTLE, Joanne. **The fashioned body: fashion, dress and modern social theory**. Cambridge: Polity Press, 2015.

FLETCHER, Kate. Slow fashion: an invitation for systems change. **Fashion Practice**, v. 2, n. 2, p. 259–265, 2010. DOI: <https://doi.org/10.2752/175693810X12774625387594>.

GEYIK, Pelin; WEIJO, Henri. How consumer market orientations shape algorithmic appreciation and avoidance in fashion. **International Journal of Research in Marketing**, v. 42, n. 4, p. 1187–1202, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2025.07.007>.

GILLESPIE, Tarleton. The relevance of algorithms. In: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, Pablo J.; FOOT, Kirsten A. (eds.). **Media technologies: essays on communication, materiality, and society**. Cambridge: The MIT Press, 2014. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>.

GIOVANOLA, B. *et al.* Ethical implication of artificial intelligence in the fashion industry: a comprehensive analysis. **Fashion Highlight**, n. 2, p. 22–28, 2023. DOI: <https://doi.org/10.36253/fh-2497>.

LATOUR, Bruno. **Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory**. Oxford: Oxford University Press, 2005. Disponível em: https://pedropeixotoferreira.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/01/latour_2005_reassembling-the-social-an-introduction-to-actor-network-theory_book.pdf. Acesso em: 25 ago. 2026

LESSIG, Lawrence. **Code: version 2.0**. New York: Basic Books, 2006. Disponível em: <https://ia601903.us.archive.org/33/items/Code2.0/Code.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2026.

MADSEN, Dag Øivind; SLÅTTEN, Kåre. Viral leadership: algorithmic amplification and the rise of leadership fashions. **Administrative Sciences**, v. 15, n. 6, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci15060202>.

MANOVICH, Lev. **Cultural analytics**. Cambridge: MIT Press, 2020. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/11749.001.0001>.

ONITIU, Daria. Fashion, filter bubbles and echo chambers: algorithmic bias in fashion recommendations. **Law, Innovation and Technology**, v. 14, n. 2, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/17579961.2022.2113672>.

PAGE, Matthew J. *et al.* The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. **BMJ**, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.

QU, Zhen. **The Rise of SHEIN**: navigating the digital era of fast fashion and its comprehensive impacts. 2024. DOI: <https://doi.org/10.54254/2754-1169/76/20241688>.

RU, Xingjun; LIU, Le; CHEN, Min. Algorithmic empowerment and its impact on circular economy participation: an empirical study based on human-machine collaborative decision-making mechanisms. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 20, n. 4, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/jtaer20040353>.

SIMMEL, Georg. Fashion. **American Journal of Sociology**, v. 62, n. 6, p. 541–558, 1957. DOI: <https://doi.org/10.1086/222102>.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society**: public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>.

WINNER, Langdon. **The whale and the reactor**: a search for limits in an age of high technology. Chicago: University of Chicago Press, 1986.

WIRADARMO, Aulia Ardistia. Designer's dilemma: unDesigner's Dilemma: Uncanniness and pragmatism in public perception of generative AI in Indonesian creative industries. **Jurnal Sositelknologi**, v. 24, n. 3, 2025. DOI: <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2025.24.3.8>.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Contribuição	Tiago Negrão Duarte	Maria Cristina Gobbi
1. Conceituação	X	
2. Curadoria de dados		
3. Análise formal	X	X
4. Obtenção de financiamento		
5. Investigação		
6. Metodologia	X	X
7. Administração do projeto		
8. Recursos		
9. Software		
10. Supervisão		X
11. Validação		
12. Visualização	X	X
13. Redação (rascunho/original)	X	X
14. Escrita (revisão e edição)	X	X

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE

Os autores declaram que não há conflito de interesse com o artigo: Moda Algorítmica: Infraestruturas Digitais, Governança Estética e Reconfigurações da Cultura Visual Contemporânea.

DISPONIBILIDADE DE DADOS

Os conteúdos subjacentes ao texto da pesquisa estão disponíveis no artigo.

DECLARAÇÃO DE USO DE IA

Não houve utilização de ferramentas de Inteligência Artificial.