

INFLUENCIADORAS DIGITAIS CRIADAS COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: Milla Sofia e a reprodução da estética patriarcal¹

Aline Amaral Paz²

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise a partir do perfil na plataforma Instagram da influenciadora digital gerada por inteligência artificial generativa: Milla Sofia. Sob a perspectiva de teorias de gênero a partir da abordagem metodológica de análise de conteúdo (Bardin, 1977), a pesquisa mostra que as imagens geradas por aprendizado de máquina profundo e sistemas algorítmicos enviesados, atuam como tecnologias de gênero (Lauretis, 1987), que reproduzem padrões de beleza ocidentalizados e estereótipos de feminilidade associados à branquitude e à sexualização, reforçando ideologias patriarcais. O texto propõe uma crítica sobre a criação de imagens femininas mediadas por tecnologia.

PALAVRAS-CHAVE

Influenciadoras digitais; gênero; inteligência artificial; culturas digitais; algoritmos.

INTRODUÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A emergência de influenciadoras digitais criadas com inteligência artificial generativa, inaugura novas discussões sobre gênero e tecnologia. Essas personagens, criadas para expressar estilo de vida, gostos e tendências, são produzidas a partir de imagens que não apenas simulam a presença humana nas plataformas digitais, mas também reproduzem padrões estéticos e comportamentais profundamente arraigados em estereótipos de feminilidade. Sob a lente de tecnologias de gênero (Lauretis, 1987), que entende os produtos culturais como promotores de noções de gênero, mediados por discursos e artefatos, essas influenciadoras digitais revelam como as inteligências artificiais podem reforçar hierarquias de poder existentes, perpetuando ideologias dominantes associadas à branquitude, à juventude e à sexualização referente aos corpos das mulheres.

Trata-se de gênero, não como um atributo natural, mas um produto de práticas discursivas e materiais que o instituem como realidade social (Butler, 2003). Nesse sentido, as influenciadoras digitais operam como tecnologias de gênero, materializando

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Corpos, Gênero, Sexualidade e Mídias Digitais, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Docente na Universidade Federal do Pampa, com atuação no curso de Publicidade e Propaganda e no Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa. E-mail: alineamaralpaz@gmail.com.

corpos femininos idealizados que atendem a demandas de mercado e a expectativas culturais hegemônicas. Se, por um lado, a IA parece oferecer possibilidades infinitas de criação, por outro, refletem vieses históricos e estruturas de opressão. Assim, a repetição de estereótipos nessas produções digitais aciona o sintoma de como as tecnologias reproduzem e naturalizam sistemas de gênero.

Este artigo investiga como essas representações digitais reiteram padrões ocidentalizados de beleza e feminilidade, analisando suas implicações socioculturais. Partindo da análise de conteúdo (Bardin, 1977), examina-se as características físicas, performáticas e narrativas associadas a influenciadora criada por IA: Milla Sofia, tendo como problema: Como a influenciadora digital reproduz estereótipos de gênero e quais os impactos sociais da perpetuação desses modelos? A discussão se insere em um contexto mais amplo de crítica feminista à tecnologia, que denuncia a falta de diversidade nos ambientes digitais e a exclusão de imagens treinadas com enviesamento de raça (Wajcman, 2012; Natansohn, 2013; Valente; Neris, 2019; Carrera, 2019; Noble, 2022).

Além disso, o fenômeno das influenciadoras digitais explicita a mercantilização dos corpos femininos na era digital. Se, como aponta Judith Butler (2003), gênero é uma performance reiterativa, essas figuras sintéticas levam ao extremo a noção de feminilidade como produto, esvaziando-a de subjetividade e reduzindo-a a um conjunto de traços pré-definidos. A branquitude, a magreza e a sensualidade, marcas recorrentes nessas criações, não apenas refletem os vieses dos desenvolvedores, mas também reforçam a exclusão de corpos dissidentes.

Ao tensionar a relação entre gênero, tecnologia e reprodução de estereótipos, este artigo busca contribuir para debates críticos sobre os impactos da inteligência artificial na contemporaneidade. Se as tecnologias de gênero são mecanismos de produção e reprodução dos corpos, as influenciadoras digitais criadas por IA carregam em si mesmas as marcas de um sistema que continua a definir, a partir de lógicas coloniais e patriarcais, o que significa "ser mulher" no espaço digital.

ABORDAGEM METODOLÓGICA

A análise de conteúdo, segundo Laurence Bardin (1977), é uma abordagem de pesquisa qualitativa utilizada para interpretar e sistematizar conteúdos comunicacionais

de forma objetiva e aprofundada. Para Bardin, trata-se de um conjunto de práticas metodológicas que visa compreender a construção e sentido das mensagens, permitindo identificar padrões, inferências e significados implícitos nos conteúdos analisados, para compreender representações simbólicas, ideológicas e/ou culturais.

A autora propõe que a análise de conteúdo seja realizada em três grandes etapas: 1) a pré-análise, que consiste na organização do material, definição do corpus e formulação das hipóteses ou objetivos; 2) a exploração do material, momento em que se realiza a codificação, categorização e/ou classificação dos conteúdos selecionados para análise; e 3) o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, em que os dados são analisados à luz do referencial teórico, permitindo a construção de significados e conclusões.

Para esta pesquisa, a primeira etapa consistiu em selecionar os conteúdos do perfil de Milla que seriam analisados, a partir da sua descrição na biografia do Instagram e de imagens suas publicadas no perfil. Na segunda etapa, foram identificadas duas categorias centrais para análise: sexualização e branquitude, as duas operam como mecanismos de reforço e repetição de estereótipos de gênero eurocêntricos e patriarcais. Na terceira etapa, analisa-se os conteúdos a partir de teorias de gênero e outras intersecções.

ANÁLISE PARCIAL: o caso da influencer digital Milla Sofia

O perfil de Milla Sofia (@millasofiafin) informa que é uma influencer digital, com mais de 230 mil seguidores em seu perfil na plataforma Instagram. É descrita como uma “garota” de 24 anos de idade e moradora de Helsinque, na capital da Finlândia e “modelo que traz uma perspectiva futurística e inigualável ao reino da moda”. A primeira publicação no perfil de Milla, é feita em março de 2023, não por acaso, na efervecência das inteligências artificiais generativas³. Além do Instagram, a influencer possui canal no Youtube, Tiktok e perfil no Spotify.

³ Nesse contexto, as inteligências artificiais generativas são objeto de disputas milionárias entre grandes empresas de tecnologia, como Google, Microsoft, Grupo Meta e Nvidia (para citar algumas das mais comerciais), entre outras. Essas empresas estão apostando no desenvolvimento e aprimoramento de ferramentas e recursos para a criação de imagens estáticas e audiovisuais (PAZ, 2024, p. 28).

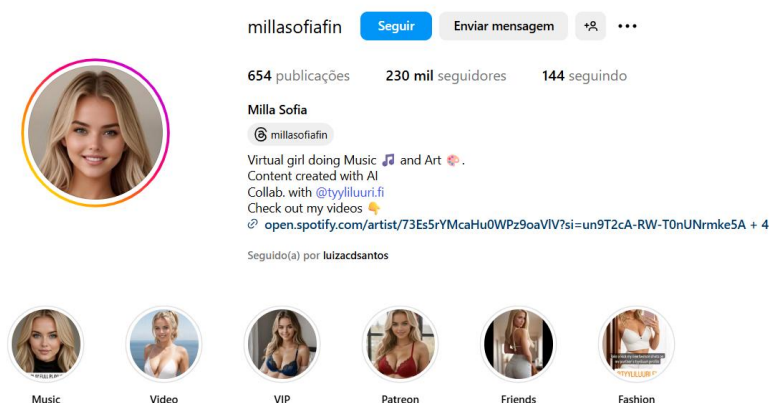


Figure 1: Captura de tela da descrição da biografia no Instagram de Milla Sofia

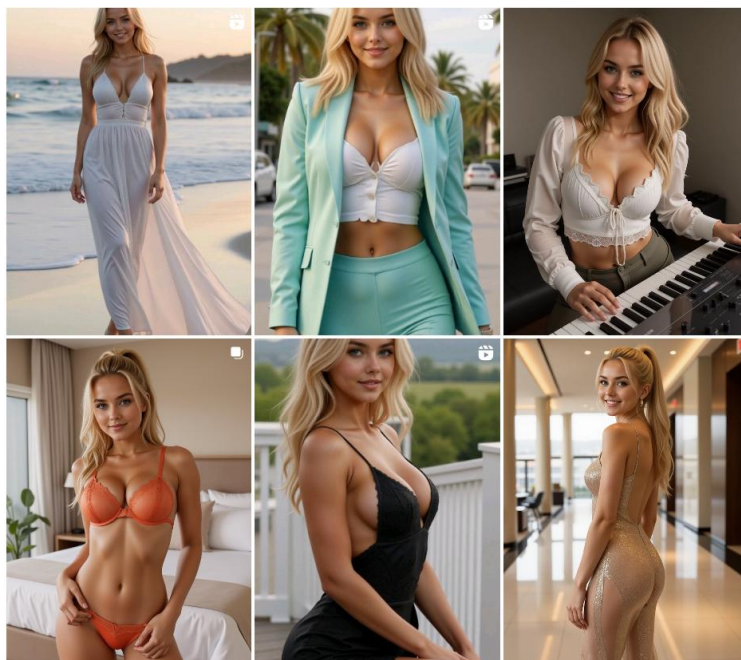


Figure 2: Captura de tela com fotos no Instagram de Milla Sofia.

Milla, sempre com um leve sorriso no rosto, apresenta em seu perfil fotos cotidianas em espaços privados e públicos, com vestes sensuais e quase sempre em tons pasteis. Os conteúdos da influencer criada com inteligência artificial, mostram uma visão hiperidealizada de feminilidade, construída a partir de padrões estéticos ocidentalizados — pele branca e impecável, traços simétricos, cabelos longos e lisos, e um corpo magro. As poses e expressões de Milla, muitas vezes suaves e sensualizadas, reforçam uma performance de gênero que oscila entre inocência e a objetificação, reproduzindo a dicotomia cultural que reduz as mulheres a figuras ora angelicais, ora erotizadas. Essa

construção não é neutra: ela atende a demandas de mercado que valorizam corpos femininos como produtos de consumo, alinhando-se a um imaginário coletivo que dita como uma mulher "deve" ser.

As imagens mostram lugares cotidianos entre viagens e rotina, roupas que enfatizam uma feminilidade delicada e sensual. Essa narrativa visual não apenas apaga marcas humanas, como rugas, marcas de expressão ou variações de peso, como naturaliza uma estética inatingível para as mulheres, refletindo também um padrão de raça e classe.

A ausência de contextualização — Milla não envelhece e não enfrenta as contradições da existência corpórea — contribui para uma idealização, onde a perfeição algorítmica se torna parâmetro para avaliação de corpos reais. Além disso, a falta de subjetividade autêntica (já que Milla é uma projeção de dados, não uma pessoa) reduz a feminilidade a um conjunto de traços físicos e comportamentos pré-programados, esvaziando-a de agência e complexidade. Milla representa um espelho distorcido do pensamento patriarcal que ainda prefere mulheres como objetos, e, no mundo contemporâneo, como objetos digitais — controláveis, comercializáveis e eternamente conformadas à sexualização e a ideias de branquitude.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

A análise no perfil da influenciadora digital criada por IA, mostra como as criações comandadas por algoritmos de aprendizado de máquina profundo, reproduzem e reforçam estereótipos hegemônicos de feminilidade, alinhados a padrões estéticos ocidentalizados, brancos e sexualizados. A marca da perfeição algorítmica naturaliza um ideal de beleza que serve a lógicas de mercado, transformando as criações que representam mulheres em um produto comercializável e desprovido de subjetividade. A ausência de envelhecimento, falhas ou contradições em sua representação reforça uma narrativa que pressiona mulheres reais a se conformarem a um padrão inatingível.

Além disso, a ascensão de influenciadoras como Milla evidencia um paradoxo da era digital: enquanto a tecnologia avança rumo à inovação, suas aplicações frequentemente reiteram estruturas arcaicas de poder. A IA, em vez de desafiar normas opressivas, tem sido utilizada para cristalizá-las em novas formas, transformando corpos femininos em objetos digitais maleáveis e controláveis.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

CARRERA, Fernanda. **A raça e o gênero da estética e dos afetos**: algoritmização do racismo e do sexismo em bancos contemporâneos de imagens digitais. *MATRIZES*, 14(2). 2020, pág. 217 a 240. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i2p217-240>.

VALENTE, Mariana; NERIS, Natália. **Para falar de violência de gênero na internet**: uma proposta teórica e metodológica. In: *Internet e feminismos: olhares sobre violências sexistas desde a América Latina* / Graciela Natansohn, Fiorencia Rovetto, organizadoras.- Salvador : EDUFBA, 2019.

NATANSOHN, Graciela. O que tem a ver as tecnologias digitais com gênero? In: NATHANSON, Graciela (org.). **Internet em código feminino**: teorias e práticas. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2013, pág.15-38.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algoritmos da opressão: Como os mecanismos de busca reforçam o racismo**. Editora Rua do Sabão, 2022.

PAZ, Aline Amaral. Apontamentos sobre publicidade em tempos de inteligência artificial generativa. In: *(Re)construindo a publicidade: por um ensino mais diverso* [livro eletrônico]. 1. ed. Santa Maria, RS: Arco Editores, 2024. Disponível em: https://96abf9fb-a2b4-4f23-8e8b-68d6bbf54168.usrfiles.com/ugd/96abf9_d0f77315215647739a86a4b7e5d7ebc5.pdf

WAJCMAN, Judy. **TIC e inequidad**: ganancias en red para las mujeres? *Revista Educación Y Pedagogía*, Vol 24 (62), jan-abr 2012.