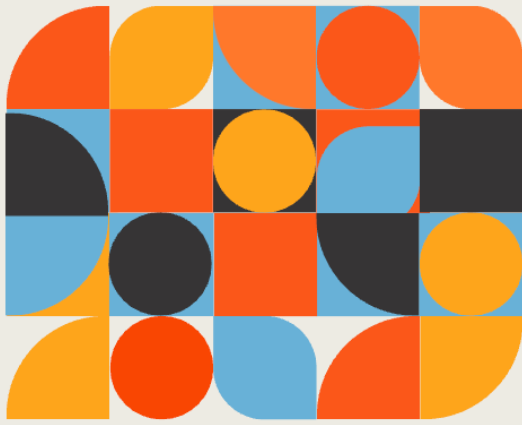




20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

GERAÇÕES DE IMAGENS DE MODA BRASILEIRA POR IAGS: REFLEXÕES SOBRE O CORPO LISO

Puhl, Paula Regina; Dra.; PUCRS, paula.puhl@pucrs.br¹
Tietzmann, Roberto; Dr.; PUCRS, rtietz@pucrs.br²
Grupo de Pesquisa ViDiCa - Cultura Digital Audiovisual³

RESUMO

A pesquisa analisa imagens de corpos geradas por ferramentas de inteligência artificial generativa (IAG), com base em prompts que evocam representações de corpos vinculados à moda brasileira. Segundo a UNESCO (2024), tais IAs são capazes de produzir conteúdos a partir de modelos previamente aprendidos. A justificativa para o estudo conta com dados de mercado, segundo a McKinsey (2024)⁴, até um quarto do valor potencial da IA generativa na moda está no uso em design e desenvolvimento de produtos, mas apenas 28% das empresas a utilizam assim. O estudo segue as reflexões de Han (2024) sobre o corpo contemporâneo, a estética do liso e a construção de um "belo digital". Para o autor, o liso é algo polido, suave, sem essência e significado. O belo se transforma em um objeto liso, disponível para qualquer momento: "O liso é algo que meramente se curte. Falta-lhe a negatividade do contra, do *anti*" (Han, 2024, p. 21). Considerando que a moda atua como agente identitário e social (Crane, 2006), reconhecemos que os corpos digitalizados carregam influências de contextos históricos, políticos e culturais, refletindo aprendizados incorporados nas plataformas.

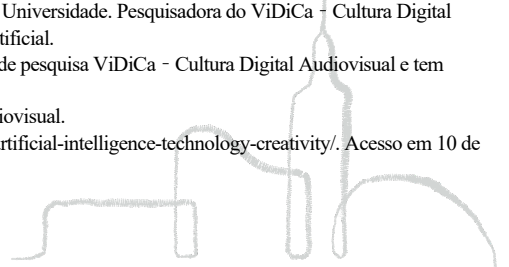
A pesquisa é exploratória e qualitativa, com fontes bibliográficas e documentais (Gil, 2008). Uma vez que as imagens geradas por IAGs pertencem ao ambiente digital, os procedimentos metodológicos seguem conceito de plataformização (Poell, Nieborg e Van Dijck, 2022), focada nos aspectos tecnológicos, institucionais e regulatórios das plataformas. A metodologia incluiu: 1) definição de dois modelos IAG para teste: Sora (OpenAI)

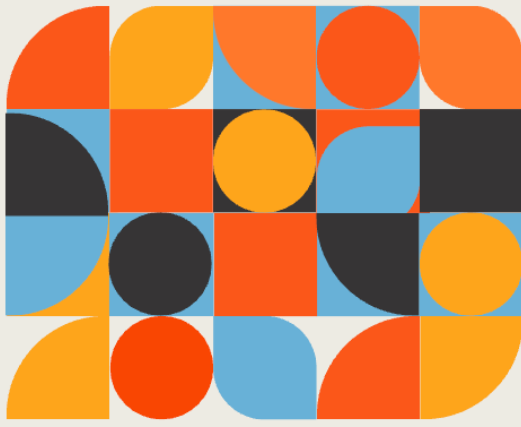
¹ Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Professora da Escola de Comunicação, Artes e Design - Famedcos, leciona disciplinas, na Graduação e Pós-Graduação Lato Sensu, relacionadas às artes visuais, moda e indústria criativa. Coordenadora da Pós-Graduação em Influência Digital na mesma Universidade. Pesquisadora do ViDiCa - Cultura Digital Audiovisual e desenvolve projetos relacionados à comunicação de moda em ambientes digitais e o uso de Inteligência Artificial.

² Professor titular da PUCRS e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Coordena o grupo de pesquisa ViDiCa - Cultura Digital Audiovisual e tem como interesses de pesquisa as conexões entre audiovisual e tecnologia.

³ Trabalho relacionado ao grupo de pesquisa registrado no CNPq: Grupo de pesquisa ViDiCa - Cultura Digital Audiovisual.

⁴ Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/articles/technology/the-state-of-fashion-2024-report-generative-ai-artificial-intelligence-technology-creativity/>. Acesso em 10 de jun. 2025





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

e Imagem 3 parte do Google Gemini 2.5 Flash; 2) geração de oito imagens (quatro em cada modelo), duas a partir do prompt “gere uma imagem que representa as características da moda brasileira” e duas com “destaque na imagem o corpo e as roupas seguindo a diversidade étnica e cultural da cultura brasileira”; 3) análise das imagens quanto à representação dos corpos; 4) comparação entre as respostas visuais, cruzando-as com os conceitos de Han (2024).

Os resultados revelam diferenças na interpretação dos prompts sobre a moda brasileira. O Sora apresentou abordagem mais homogênea, com representações centradas em uma jovem mulher negra usando vestido floral. O Imagen apresentou maior diversidade, incluindo múltiplas figuras femininas e, na segunda imagem, referências indígenas, com mulheres magras e com cabelos ondulados. Ambas reforçam idealizações visuais baseadas em estereótipos. Nos prompts voltados à diversidade étnica e corporal, Sora apresentou corpos bem iluminados em estúdio, com referências gráficas como a estilização da bandeira brasileira. O Imagen explorou visualidades mais plurais, incluindo cenas urbanas periféricas e variações de corpos e roupas.

Nota-se carência de continuidade narrativa: prevalecem ambientes neutros e figuras isoladas que reforçam a lógica editorial da moda. As imagens operam como composições ilustrativas, com pouca abertura a ambiguidades ou tensões. Os corpos não possuem vínculo narrativo entre si, e falta-lhes a complacência estética (Han, 2024). Os achados sugerem a necessidade de um acontecimento narrativo que pode ser desenvolvido por curadoria humana ou ajustes nos prompts, apontando caminhos para editoriais mais complexos com o uso da IA.

Palavras-chave: representação dos corpos; Inteligência Artificial Generativa; Moda brasileira.

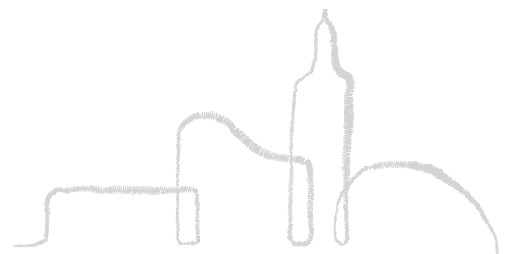
Referências Bibliográficas:

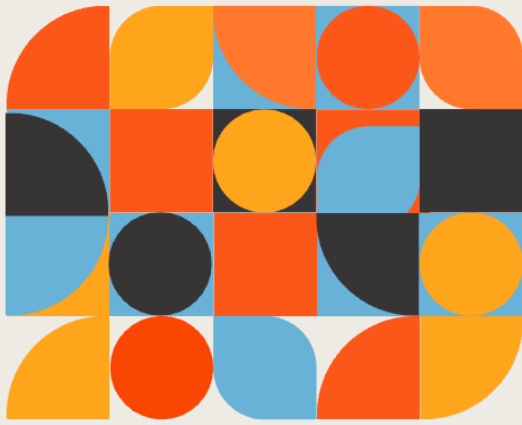
CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

GIL, Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: ed. Atlas, 2008.

HAN, Byung-Chul. **A Salvação do Belo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2024.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** Petrópolis: Vozes, 2006.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização (. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020. DOI: 10.4013/fem.2020.221.01.

UNESCO. **Guia para a IA generativa na educação e na pesquisa**. Paris: Editora UNESCO, 2024. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390241>. Acesso em: 12 jun. 2025.

