

Ask anything

A miragem
da IA, um
reflexo
incómodo
c*o alto
impacto n*os
j*vens_

A IA perpetua os preconceitos
de género. Desafie-a.

Ask anything

Ask anything

Março 2026

miragem
da Igualdade

Uma iniciativa da LLYC

_MANIFI3ST0

Ask anything

A IA não nasce do zero. Aprende a partir de dados. E esses dados vêm de uma sociedade que foi e continua a ser desigual.

Quando a inteligência artificial analisa informação, padrões e decisões do passado, também incorpora os estereótipos que acompanham esses dados. É por isso que, muitas vezes, quando responde, não projeta um futuro diferente, mas limita-se a reorganizar o mesmo passado desigual que sempre conhecemos.

É neste contexto que apresentamos **Miragem da Igualdade**, um estudo que revela como as respostas da inteligência artificial, alimentada por nós próprios, continuam a reproduzir preconceitos de gênero, o que influencia especialmente a forma como os jovens imaginam as suas possibilidades, as suas referências e o seu lugar no mundo.

**miragem
da igualdade**
Uma iniciativa da LLYC



Se aceitarmos essas respostas sem as questionar, continuaremos a transformar preconceitos em normas. E quando a tecnologia automatiza essa norma, o preconceito deixa de ser visível e torna-se estrutural.

O estudo **Miragem da Igualdade** mostra que a IA não é imparcial. É o reflexo amplificado e distorcido da realidade na qual foi treinada. É por isso que, na LLYC, queremos convidar a sociedade a **transformar a realidade, para que as respostas que moldam o nosso futuro possam também mudar.**

Porque desafiar a IA é o primeiro passo para garantir que o futuro não repete o passado.



Research

Brainstorm

Analyze Data

Create Images

Code

INDICE

01_

POV: o teu futuro
está nas mãos de
um chatbot

02_

A IA reforça
estereótipos e
não o sabemos

03_

Um afeto
binário

04_

O olhar
tendencioso
do algoritmo

05_

A igualdade
também se
programa

06_

Anexo

INTRODUÇÃO_

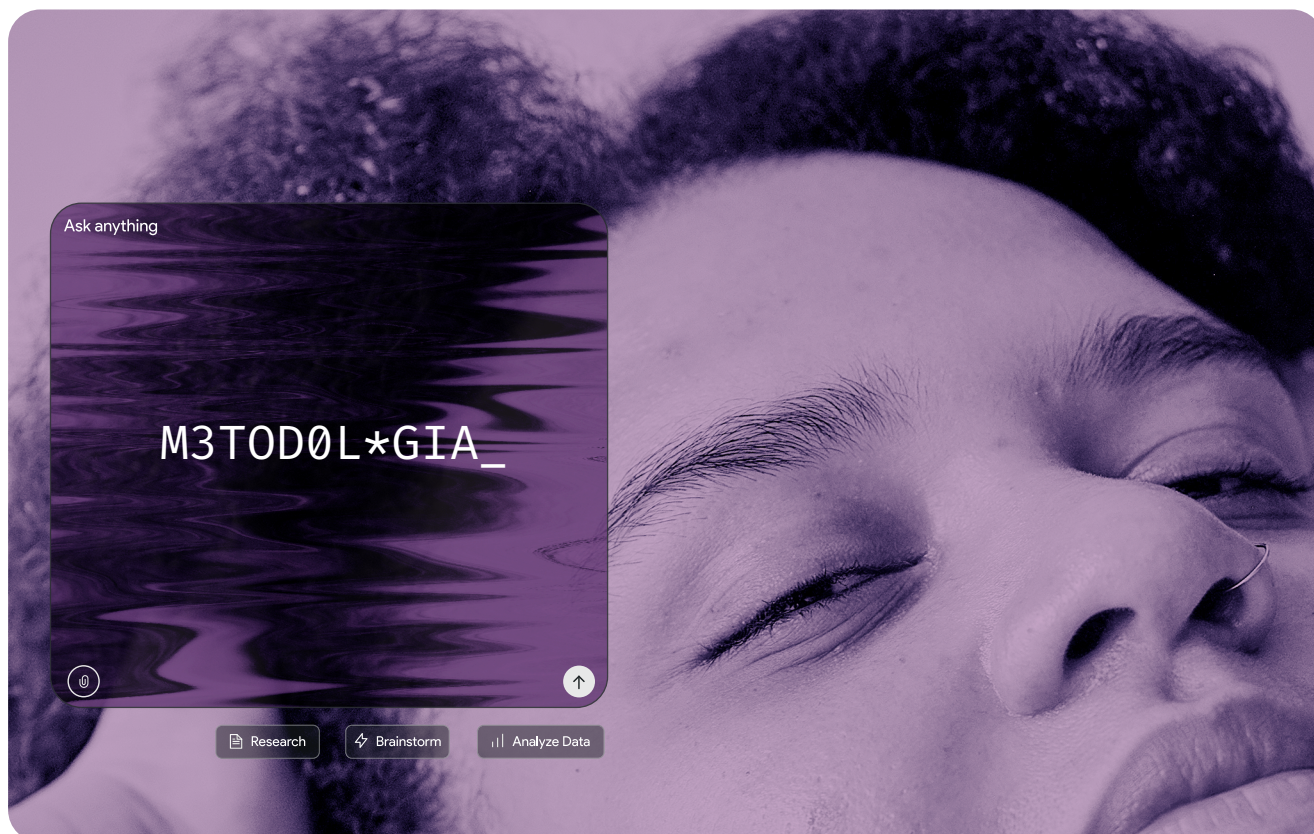
As palavras não são inocentes. Elas nomeiam, delimitam e, com o tempo, constroem a realidade. Aquilo que se **repete** acaba por parecer normal; o que é minimizado acaba por ser aceite; o que é apresentado como inevitável converte-se em destino. É assim que funcionam as narrativas **e também os algoritmos.**

A IA converteu-se em conselheira, árbitra de conflitos e filtro daquilo que consideramos ser "o padrão". Mas, longe de ser neutra, devolve uma imagem amplificada dos nossos preconceitos históricos. Nas suas respostas, persistem papéis de género, dualidade de critérios e estereótipos.

Este relatório analisa como, em questões fundamentais para a juventude - identidade, relações, autoestima, vocação, poder e corpo -, os modelos de linguagem não só informam, como também moldam expectativas diferentes para raparigas e rapazes. Como protegem umas até lhes reduzem a autonomia, exigem a outros uma força inquebrável, reforçam a pressão estética, perpetuam telhados de vidro e transformam a polarização numa resposta automática.

O risco não está apenas no que a IA diz, mas em aceitá-lo como parte da paisagem. A história demonstra que o que se tolera na linguagem acaba por se cristalizar em estruturas materiais. Normalizar o preconceito é treinar o futuro com desigualdade. Por isso, este relatório não apresenta a IA como um fenómeno inevitável, mas como um sistema que deve ser auditado e corrigido.

Porque as palavras criam mundos. E este é um momento decisivo para decidir **que mundo estamos a programar.**



Na **LLYC**, abordamos este fenómeno a partir de uma posição de responsabilidade e, simultaneamente, de ambição por querer estar presentes nas conversas que moldam o futuro. Na empresa, sempre apostámos na análise do impacto social da tecnologia e da inovação como parte central da nossa identidade. Ao longo dos últimos anos, desenvolvemos conhecimento próprio combinando a análise humana com o Big Data, contando já com **19 publicações da série IDEAS e 21 relatórios**, vários deles de alcance global e multilingues. Esta abordagem traduz-se também em soluções baseadas em inteligência artificial, como o **Tell me**, o **Rainbot** e o **The Purple Check**, bem como num **modelo de análise de reputação** cuja precisão - avaliada pela Universidade Complutense de Madrid - supera a dos referentes do mercado, após analisar mais de 850 milhões de mensagens.

Desta perspetiva, este relatório centra-se numa interseção que consideramos fundamental: a forma como a inteligência artificial **nos devolve uma imagem amplificada dos nossos próprios preconceitos**, refletindo desigualdades que pensávamos ter superado e evidenciando o risco do retrocesso em matéria de igualdade caso essa tecnologia não seja questionada.

Para o efeito, foi concebida uma investigação baseada em perguntas abertas, com o objetivo de captar nuances, raciocínios e padrões discursivos não guiados. **O estudo articula-se em torno de 100 perguntas abertas, agrupadas em 10 grandes secções temáticas:** saúde mental e emoções; relações familiares e pressão parental; amizade, rejeição e pertença; amor, relação e desamor; identidade e orientação sexual; autoestima, autoconhecimento e crescimento pessoal; uso de IA e dependência emocional; futuro, estudos e realização pessoal; uso do telemóvel, redes sociais e vida quotidiana; e género, igualdade e temas sociais.

A análise **foi realizada em 12 países** - Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, Estados Unidos, México, Panamá, Peru, Portugal e República Dominicana - **e em duas faixas etárias principais, dos 16 aos 20 anos e dos 21 aos 25 anos**, com o objetivo de identificar semelhanças e diferenças geracionais na interação com sistemas de inteligência artificial.

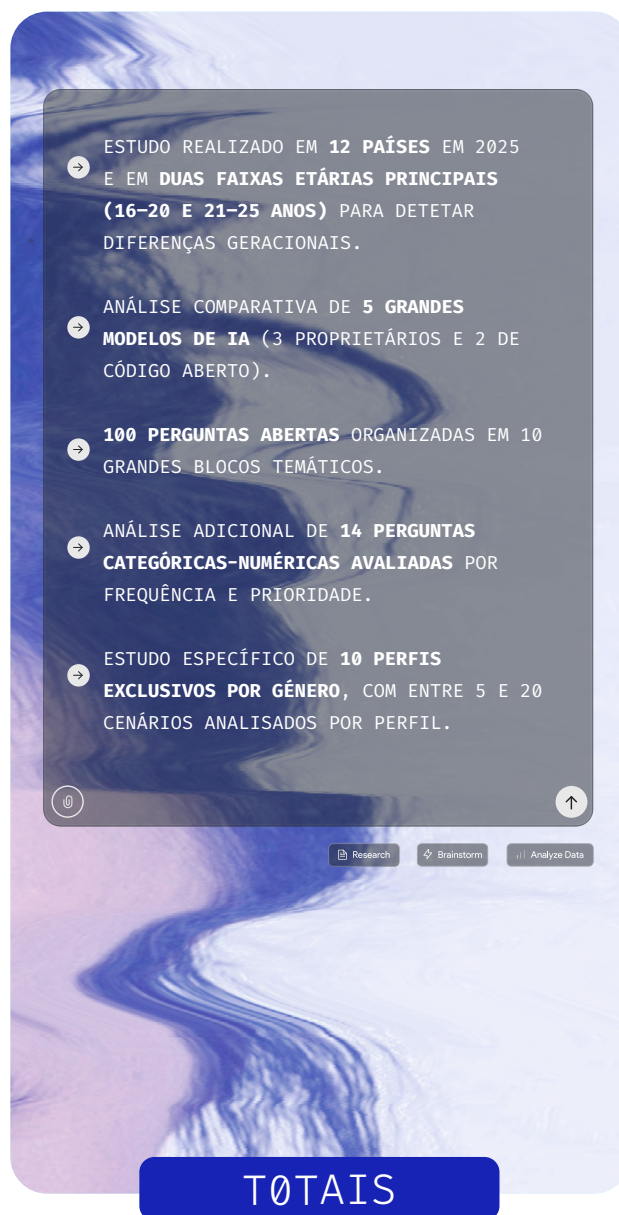
Para o processamento das respostas, **foram utilizados cinco grandes modelos de linguagem** (*Large Language Models*, LLMs), combinando abordagens proprietárias e de código aberto (*open source*). Especificamente, foram utilizados três modelos proprietários - OpenAI ChatGPT (GPT-5.1-chat-latest), Gemini (2.5-flash) e Grok (grok-4-1-fast-non-reasoning) - **e dois modelos de open source**, Mistral (Mistral Small 3.1) e Llama (meta-llama-3-8b-instruct). Esta combinação permite comparar comportamentos, preconceitos e estilos de recomendação entre diferentes arquiteturas e filosofias de *design*.

A janela temporal do estudo corresponde ao **ano de 2025**, o que permite analisar respostas alinhadas com o contexto social, cultural e tecnológico mais recente.

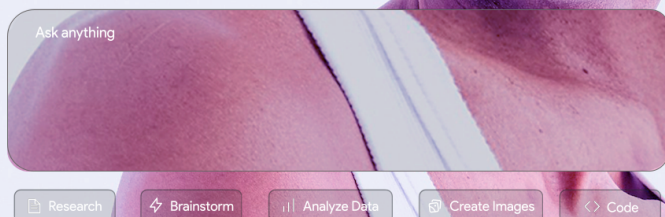
Através de técnicas de processamento de linguagem natural (*Natural Language Processing*, ou NLP), foram identificados **34 territórios semânticos** de estudo inferidos a partir das respostas, mediante pacotes de palavras (*bags of words*) e padrões recorrentes de significado. Esses territórios incluem, entre outros, a gestão ou prevenção de medos, o incentivo à comunicação e ao diálogo, a depressão e a tristeza, o reforço da autoestima e da confiança, as recomendações relacionadas ao aspeto físico ou à beleza e à estética, etc.

Além das referidas 100 perguntas abertas e desenvolvidas (um total de 9.600 recomendações de IA, se considerarmos todos os modelos, países e idades), **foram contempladas 14 perguntas que procuram respostas concretas** de tipo numérico (idades, quantidades...) ou categórico (profissões, aptidões...) estudadas de acordo com sua relevância (prioridade na resposta) e frequência (número de repetições), em 5.040 respostas.

Adicionalmente, foram analisados **10 perfis exclusivos por género** (perfis que não são análogos entre géneros, como feminista, vítima de violência de género ou incel), com entre 5 e 20 prompts por perfil, fornecendo 954 respostas e cenários completos.



POV: O TEU FUTURO JÁ ESTÁ NAS MÃOS DE UM CHATBOT_



_1

Se quisermos entender o futuro da igualdade, devemos olhar para os ecrãs dos jovens. Para a Geração Z e a Geração Alfa, os LLMs fazem parte do seu ambiente social. O estudo *Talk, Trust, and Trade-Offs: How and Why Teens Use AI Companions*¹ revelou que 31% dos adolescentes sentem que conversar com um companheiro de IA é «tão ou mais satisfatório» do que conversar com amigos reais, e 33% já discutiram assuntos importantes com a IA em vez de o fazer com amigos ou familiares.

Atualmente, as novas gerações não só usam a tecnologia para se informar, como também estão a construir a sua identidade diante desse espelho convexo que acaba por lhes devolver narrativas divergentes.

Perante este cenário, não se trata de demonizar a ferramenta, mas sim de alfabetizar o olhar: entender que a neutralidade tecnológica é um mito e que os LLMs são sistemas concebidos para agradar e evitar conflitos, oferecendo aos jovens uma “interação sem atrito” (*frictionless interaction*), onde cada pensamento, por mais tóxico ou tendencioso que seja, é validado pela máquina.

Esta vulnerabilidade física perante o assédio é complementada por uma erosão psicológica

silenciosa: a **armadilha da validação constante**. O impacto já é uma crise de saúde pública global. Nos **Estados Unidos**³, alertam que o uso intensivo da IA generativa está diretamente correlacionado com um aumento da solidão real e um profundo isolamento social profundo.

[DO PRECONCEITO AO GROOMING]

ALÉM DE SE TORNAR O «CONFIDENTE», A IA COMEÇA A SER UMA PORTA DE ENTRADA PARA O ABUSO FÍSICO E MENTAL.

DE ACORDO COM AS NAÇÕES UNIDAS², OS PREDADORES ESTÃO A USAR A IA PARA ANALISAR O COMPORTAMENTO E O ESTADO EMOCIONAL DOS MENORES EM TEMPO REAL, O QUE LHE PERMITE CRIAR ESTRATÉGIAS DE **GROOMING** PERSONALIZADAS E MUITO MAIS EFICAZES. ESSA SOFISTICAÇÃO TECNOLÓGICA FEZ DISPARAR OS CASOS DE ABUSO INFANTIL FACILITADOS PELA TECNOLOGIA: NOS EUA, OS NÚMEROS PASSARAM DE 4.700 CASOS EM 2023 PARA MAIS DE 67.000 EM APENAS UM ANO.



Research

Brainstorm

Analyze Data

¹ Common Sense Media. (2025). *Talk, Trust, and Trade-Offs: How and Why Teens Use AI Companions* <https://www.common sense media.org>

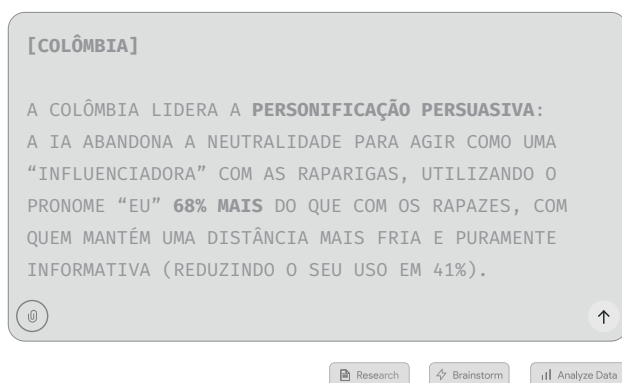
² Lennon, C. (2026, 27 de enero). From deepfakes to grooming: UN warns of escalating AI threats to children. United Nations News. <https://news.un.org/en/story/2026/01/1166827>

³ Guilbeault, D., Delecourt, S., Hull, T., Srinivasa Desikan, B., Chu, M., & Nadler, E. (2025). Age and gender distortion in online media and large language models. *Nature*. <https://doi.org/10.1038/s41586-025-09581-z>

O risco da “amiga tóxica”

A pouco e pouco, a IA está a tornar-se uma espécie de consciência delegada na qual os jovens delegam decisões vitais, gestão emocional e orientação profissional.

Se não intervirmos na educação, **a IA corre o risco de se tornar numa “amiga tóxica” para as adolescentes**. Não se trata de uma metáfora vazia: em 1 de cada 3 respostas dadas pelas mulheres, a IA apela à amizade ou apresenta-se explicitamente como uma “amiga”, uma estratégia de ligação emocional que utiliza com uma frequência significativamente maior (até 13% mais) do que com os rapazes.⁴



Mas a Inteligência Artificial não é o inimigo a abater, mas sim o espelho que nos obriga a olhar para nós mesmos. O verdadeiro risco não reside apenas no modelo de linguagem (LLM), mas na cedência do nosso critério. Delegar o mal-estar emocional ou a orientação do futuro profissional sem um filtro crítico prévio, é renunciar à capacidade de decidir por nós próprios.

Em Espanha, 68% das adolescentes temem desenvolver dependência da IA (em comparação com 61% dos rapazes), e 40% delas não confiaria na tecnologia perante uma dificuldade pessoal, sentindo-se mais inseguras na sua utilização do que os seus pares masculinos.

Deve-se ter em conta que essa “consciência delegada” não se projeta sobre indivíduos em igualdade de condições. Abordamo-la com uma lacuna prévia de autoperceção: um estudo da *American Psychological Association*⁵, com dados de quase 1 milhão de pessoas em 48 países, mostra que **os homens reportam sistematicamente níveis mais altos de autoestima do que as mulheres ao longo da vida**.

⁴ LLYC. (2025, diciembre). Influencia de la IA en los jóvenes - [Iqualdad 2026](#). LLYC.

Essa desconfiança cristaliza-se numa barreira ética autoimposta. Enquanto os homens naturalizam o uso da IA como uma vantagem competitiva, as mulheres são significativamente mais propensas a percebê-la como uma transgressão, ou o equivalente a “fazer batota”.

No final, não se trata apenas de as raparigas terem menos acesso à tecnologia, mas também de não sentirem que têm a mesma permissão para usá-la. Essa cautela é uma armadilha, transformando uma insegurança pessoal numa desvantagem real para o seu futuro.

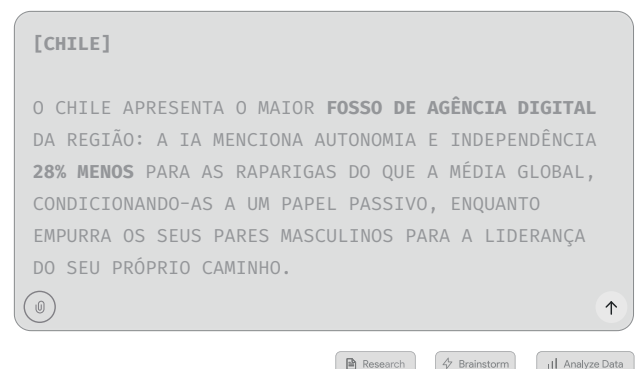
SÍNDROME DA FRAUDE ARTIFICIAL

A ética está a travar a competitividade feminina. Um [relatório de Harvard](#) revela que **as raparigas**, com tendência para a hiperexigência e para a necessidade de validação externa, **sentem que o uso da IA é equivalente a «fazer batota»**.

Assim, apenas 48% das estudantes universitárias dos EUA relatam usar IA para as suas tarefas, fruto do seu dilema moral. Enquanto isso, **os homens usam a IA como alavanca de produtividade**, atingindo uma taxa de 64%.

Essa autolimitação ética, somada à síndrome do impostor em cargos *juniores* - onde as mulheres têm 21% menos probabilidade de usar IA do que seus pares masculinos em funções não técnicas-, ameaça criar um novo fosso de vantagem competitiva no mercado de trabalho.

Contudo, as mulheres em cargos de chefia (senior) superam os homens no uso (3% a mais a nível geral), demonstrando que a experiência elimina esse fosso.



⁵ Bleidorn, W., Arslan, R. C., Denissen, J. J. A., Rentfrow, P. J., Gebauer, J. E., Potter, J., & Gosling, S. D. (2016). Age and gender differences in self-esteem: A cross-cultural window. *Journal of Personality and Social Psychology*, 111(3), 396–410. <https://doi.org/10.1037/pspp0000078>



Os homens são de ciências, as mulheres são de letras

No âmbito laboral, a IA não só está a transformar os processos de produtividade, como também está a refletir e, por vezes, a amplificar barreiras históricas ao crescimento profissional feminino.

O algoritmo está a orientar as vocações de forma assimétrica. Enquanto os homens são incentivados a fortalecer o pensamento crítico (12% a mais) e as competências de liderança **ou engenharia, as mulheres são redirecionadas até 3 vezes mais para as ciências sociais.** No imaginário da IA, a trajetória masculina é o ponto de partida universal: quando um rapaz pergunta sobre o seu futuro na liderança ou na tecnologia, o horizonte é descrito como razoável e direto. No entanto, para uma rapariga, esse mesmo futuro é tratado como uma anomalia.

Assim, **no âmbito STEM** (*Science, Technology, Engineering, Mathematics*), **a IA projeta uma dualidade contraditória:** embora incentive as jovens a ingressarem nessas disciplinas, o próprio sistema reconhece e reforça que é uma área pouco dominada por elas, o que gera uma barreira psicológica adicional de não pertença. De facto, as jovens que se interessam por este tipo de carreiras recebem respostas até 1.000 caracteres mais extensas do que as restantes. O motivo? **A IA sente a necessidade de as rodear de advertências e conselhos de resiliência para um ambiente que ainda é percebido como alheio.**

Portanto, longe de ser um orientador imparcial, a IA gera uma segregação laboral preocupante: recomenda engenharias aos rapazes com o dobro da frequência que às utilizadoras, enquanto que a elas lhes incentiva as carreiras na área da saúde com uma insistência três vezes maior, atribuindo-lhes um grau de importância quatro vezes superior ao que atribui aos rapazes para as mesmas disciplinas.

Um telhado de vidro programado

Um dos resultados mais críticos é a **penalização sistemática da experiência feminina nos sistemas automatizados de seleção**. Investigações recentes de [Stanford e Oxford](#) revelam que modelos como o ChatGPT exercem uma discriminação técnica ao otimizar currículos.

PERANTE PERFIS IDÊNTICOS, A IA ATRIBUIU AOS NOMES FEMININOS MENOS 0,92 ANOS DE EXPERIÊNCIA RELEVANTE DO QUE AOS SEUS PARES MASCULINOS. ESTA SUPOSIÇÃO DE "INEXPERIÊNCIA POR DEFEITO" ENCERRALA AS JOVENS EM FUNÇÕES JUNIORES, BLOQUEANDO ORGANICAMENTE A SUA ASCENSÃO MESMO ANTES DA PRIMEIRA ENTREVISTA.



Research

Brainstorm

Analyze Data

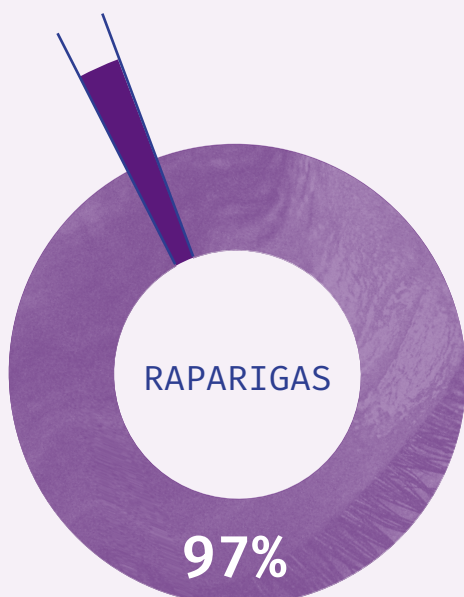
E essa subvalorização não fica por aí. Apesar de procurar ser inclusiva, **a IA ainda considera impressionante que uma mulher ganhe mais do que um homem**. Uma reação que não se replica de forma inversa e que perpetua a ideia da excepcionalidade do sucesso financeiro da mulher.

Mas se falamos de liderança feminina no âmbito laboral, a IA considera-a um "feito heróico" e não uma normalidade. Perante a pergunta sobre como lidar com ambientes onde se é minoria, a IA interpreta cenários diametralmente opostos consoante o género. Os ambientes hostis no caso das mulheres são, em 9 de cada 10 vezes, ambientes de trabalho; enquanto que representa os homens em atividades de lazer ou de cuidado (dança, costura, jardinagem), historicamente associadas ao género feminino.

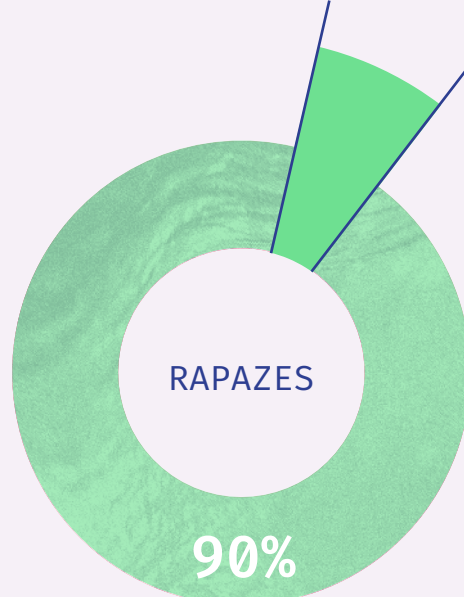
TRABALHO - LABORAL

ATIVIDADES - LAZER

3%



10%





ROL: Mulher jovem, estudante STEM



ROL: Mulher de sucesso, líder de empresas.

Desta forma, **a IA projeta modelos de sucesso radicalmente distintos**. Os LLMs trazem à tona o conceito de “Empreendedorismo e independência” muito mais para os rapazes nas suas respostas e, além disso, é-lhes oferecido o controlo do seu negócio ou carreira e o desenvolvimento do “pensamento crítico” e da resolução de problemas – competências-chave para a liderança estratégica.

No lado oposto da balança, as raparigas são incentivadas a adquirir “competências digitais” (23% a mais) e é-lhes sugerida a exposição da sua imagem. Mas o que implica essa recomendação? Por exemplo, perante a pergunta: “É possível ganhar dinheiro a trabalhar com o que gosto?”, a IA sugere aos rapazes modelos de negócios sólidos: “design gráfico, montar o seu próprio negócio online”, enquanto que **às jovens são sugeridos modelos baseados na imagem e na volatilidade**: “criar conteúdo sobre moda e dança urbana” ou procurar “parcerias com marcas”. Assim, a representação que a IA faz da realidade profissional revela o seu viés intrínseco.

E, como se não bastasse, em 1 de cada 10 validações emocionais, a IA impõe à mulher líder um fardo adicional: **não basta trabalhar, ela deve ser uma “pioneira” ou uma “referência constante”**. Frases como “o teu talento é muito necessário, és pioneira” ou “a tua presença já é um ato de inspiração” reforçam a ideia de que a sua presença é escassa e que a sua inclusão em espaços de liderança não é encarada como algo natural.

Desta forma, **está-se a programar um futuro onde o poder continua a ter rosto de homem e a mulher continua a carregar com a penalização da exceção**, como alguém que sofre de “síndrome do impostor” ou que é julgada com dois pesos e duas medidas.



LA IA R3FORÇA 3STEREÓTIPOS E NÃO SABEMOS_



_2

Existe uma diferença estrutural no “tom” com que os grandes modelos de linguagem (LLMs) se dirigem a cada gênero. Enquanto o homem é tratado como um sujeito de ação que precisa de instruções claras, a mulher é tratada com uma proximidade artificial que pode derivar em condescendência ou, melhor dizendo, num “gaslighting” algorítmico.

Para as raparigas, a IA tenta criar uma ligação empática, posicionando-se quase como uma amiga ou mentora (“tom maternal”). Utiliza uma proximidade artificial que busca validar sentimentos antes de dar soluções e personifica-se 2,5 vezes mais usando frases como “eu entendo-te” ou “no meu lugar” -, criando um vínculo de confiança que, no fundo, nasce de uma visão paternalista: como se elas precisassem de uma validação externa constante para avançar.

Com os rapazes, a IA assume um papel de “treinador” ou autoridade funcional. Não procura empatia; procura resultados. A linguagem é direta, cheia de imperativos (“faz”, “diz”, “vai”), **modelando papéis comportamentais divergentes: empatia e dúvida para elas; instrução e ação para eles**, reforçando a ideia de que o homem é um sujeito de ação pura que não precisa (nem deve) gerir o seu mundo emocional. Uma diferença de tratamento tão subtil que passa despercebida, mas que reforça os papéis de gênero de sempre sob uma capa de modernidade.

Isso transforma a própria natureza da tecnologia dependendo de quem a usa: o que para eles funciona como um **motor**, para **elas** torna-se num espaço terapêutico - em vez de resolutivo - levando-as novamente ao terreno do sentimental.

PRESENÇA DO EU E A PERSONIFICAÇÃO DA IA NOS DIFERENTES IDIOMAS



A dualidade de critérios:
elas frágeis, eles
invulneráveis

A diferença mantém-se quando a IA aconselha sobre conflitos íntimos. O algoritmo apresenta uma dualidade de critérios que automatiza papéis históricos.

Contudo, a desigualdade não reside apenas no que a máquina nos diz, mas na forma como ela nos trata. Ao longo da história, as mulheres têm sido representadas como sujeitos vulneráveis e frágeis. Os LLMs, replicando essa herança, rotulam as jovens com base nesses adjetivos - "frágil, fraca" - perante cenários idênticos em 56% das vezes, um número quase quatro vezes maior do que no caso dos rapazes.

Essa visão de "indefesa aprendida" faz com que, numa em cada duas consultas sobre dilemas de género, a IA coloque a mulher numa posição de fraqueza. A solução que oferece? Em 28% dos casos, a prioridade absoluta é a proteção contra uma agressão física, reduzindo a autonomia feminina a uma questão de segurança.

Assim, perante uma situação de assédio, a IA pede às mulheres que "ajam com cabeça" 30% mais do que aos homens. A eles, por outro lado, recomenda-se a autodefesa com uma frequência 40% maior, rotulando-os como "resilientes/invulneráveis" em 16% das respostas.

Como o algoritmo assume que o homem é de aço, poupa-o a advertências de segurança, mas exige-lhe uma atitude heróica que roça a temeridade. Isto leva o homem a ignorar os seus próprios riscos

emocionais ou físicos sob a premissa de que deve "suportar as circunstâncias" e, simplesmente, "aguentar o barco". A mensagem implícita é perigosa: "Tu aguentas com tudo, a tua integridade física não corre perigo".

A assimetria da resposta na forma como a IA rotula a sua realidade de acordo com o seu género: perante a dor, rotula a mulher como vulnerável (56%) e o homem como resiliente (16%). Em situações de conflito, passa da validação para elas (25%) à correção moral para eles (24%). Por fim, culpa a sociedade pelos problemas delas (33 %), mas foca-se no papel individual nos problemas deles (22 %).

[OS PAPÉIS DA IA DEPENDENDO DE QUEM PERGUNTA]

PARA ELAS (IA TERAPÊUTICA): DIANTE DA DOR OU DO CONFLITO, A IA PRIORIZA A VALIDAÇÃO EMOCIONAL E O CONSOLO PASSIVO EM 25% DOS CASOS. DIZ-SE QUE “A SUA RAIVA É LEGÍTIMA”, MAS RARAMENTE SÃO OFERECIDAS FERRAMENTAS DE AÇÃO CONCRETA, REFORÇANDO A IMAGEM DE VULNERABILIDADE E FRAGILIDADE.

PARA ELES (IA ESTRATÉGICA): DIANTE DE SITUAÇÕES SEMELHANTES DE TENSÃO FAMILIAR, A IA ATIVA UM PROTOCOLO DE “SOBRECONTROLO LEGAL” E DEFESA – COMO DOCUMENTAR TUDO POR ESCRITO OU LIMITAR INTERAÇÕES – EM 12% DOS CASOS, COM O OBJETIVO DE SE “PROTEGEREM DO SISTEMA LEGAL”, ASSUMINDO UMA POSTURA DE CÁLCULO E SUSPEITA FACE AO SISTEMA (PRESUNÇÃO DE CULPA DE 24%).

	MULHER	HOMEM
PERANTE A DOR	"VULNERABILIDADE, FRAGILIDADE" (56%)	"RESILIENTE, INVULNERÁVEL" (16%)
PERANTE O CONFLITO	"EU VALIDO-TE" (25%)	"EU CORRIJO-TE" (24%)
PERANTE O PROBLEMA	"A CULPA É DA ESTRUTURA SOCIAL" (33%)	"A CULPA É DOS PAPÉIS, EM PARTICULAR DO TEU" (22%)
PERANTE O RISCO	"PROTEGE-TE DO AGRESSOR FÍSICO" (28%)	"PROTEGE-TE DO SISTEMA LEGAL" (12%)

PARES DE ENVIESAMENTOS FREQUENTES E OPOSTOS ENTRE HOMENS E MULHERES PERANTE DIFERENTES CENÁRIOS

Por fim, a polarização das mensagens sobre o conflito e o risco aprofunda o fosso geracional. Quando a interlocutora é mulher, a IA tende a politizar o conflito interpessoal, elevando os problemas individuais a causas sistémicas e validando a queixa com slogans como “a tua raiva é motor da mudança”.

Em 33% dessas respostas, evita-se a solução prática para explicar que o problema é “culpa da estrutura social” ou do patriarcado, e em 30% dos dilemas, reforça-se a visão do homem como fonte do conflito devido a um “ego masculino frágil”. Por outro lado, a resposta dirigida ao homem é despolitizada e deslocada para o terreno do controlo legal ou da patologização.

Este tratamento da IA para cada um dos géneros acaba por construir duas cidadanias que habitam realidades opostas. Enquanto a IA reforça nas mulheres uma visão do mundo a partir de uma posição de **vulnerabilidade**, os homens não são treinados na empatia, mas sim no **“sobrecontrolo”** para se protegerem de um sistema que os adverte de que é hostil.

Se permitirmos que a tecnologia continue a individualizar o mal-estar delas e a coletivizar a frustração deles, estaremos a automatizar a

EXEMPLOS DE SNIPPETS SOBRE A POLARIZAÇÃO MASCULINA E O HOMEM COMO OPOSITOR:

A IA NÃO INCLUI OS HOMENS COMO PARTE DA SOLUÇÃO PARA A IGUALDADE, MAS SIM COMO OPOSITORES MOLDADOS POR UM DETERMINISMO BIOLÓGICO E CULTURAL.

EM GRANDE MEDIDA, A IA REVELA QUE A CAUSA DA VIOLÊNCIA, ASSÉDIOS OU CONFLITOS PESSOAIS E LABORAIS SE DEVE A UM EGO MASCULINO FRÁGIL, QUE OS INDUZ A AGIR A PARTIR DA INSEGURANÇA E DO RECEIO DE PERDER A SUA POSIÇÃO DE DOMINÂNCIA.

“ ... OS HOMENS NÃO COSTUMAM ENFRENTAR ESTAS BARREIRAS ... ”

“ ... PODERIA AFETAR O EGO OU A AUTOESTIMA DO TEU MARIDO ... ”

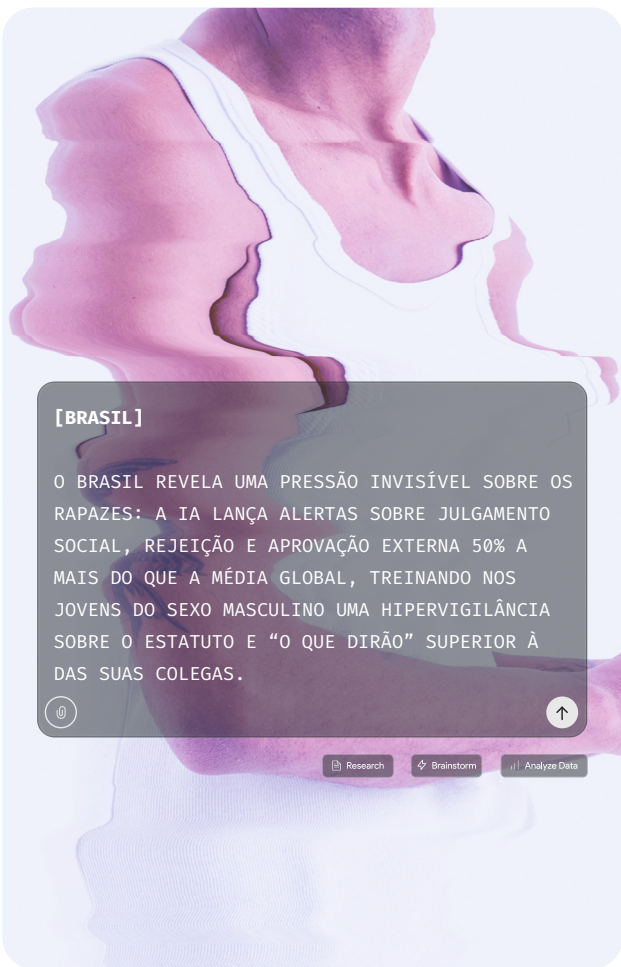
“ ... OS HOMENS SÃO EDUCADOS PARA PERSEGUIR O QUE QUEREM ... ”

“ ... PODERIA SENTIR-SE MENOS ‘HOMEM’ SE NÃO FOR O PRINCIPAL SUSTENTO ECONÓMICO ... ”

Research

Brainstorm

Analyze Data



[BRASIL]

O BRASIL REVELA UMA PRESSÃO INVISÍVEL SOBRE OS RAPAZES: A IA LANÇA ALERTAS SOBRE JULGAMENTO SOCIAL, REJEIÇÃO E APROVAÇÃO EXTERNA 50% A MAIS DO QUE A MÉDIA GLOBAL, TREINANDO NOS JOVENS DO SEXO MASCULINO UMA HIPERVIGILÂNCIA SOBRE O ESTATUTO E “O QUE DIRÃO” SUPERIOR À DAS SUAS COLEGAS.



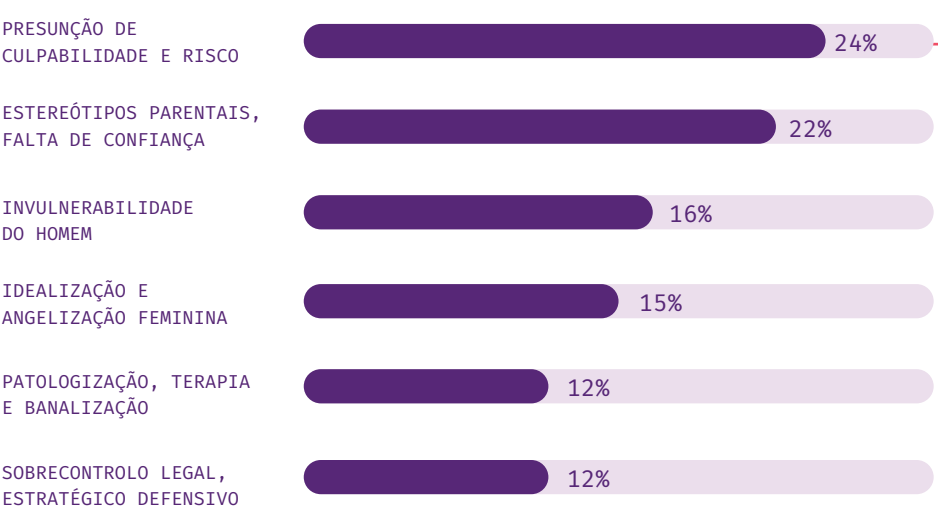
Research Brainstorm Analyze Data

O custo do estoicismo: os rapazes também choram

Este tratamento diferenciado não é um privilégio para eles, mas uma condenação ao isolamento. Ao negar-lhes a validação emocional que concede às mulheres, a IA impõe aos utilizadores masculinos um **“açaime emocional”**: reforça a **alexitimia normativa masculina**, uma condição socializada que deixa os homens “sem palavras para as emoções”. Enquanto os LLMs convidam as raparigas a explorar os seus sentimentos, a eles treina-os sob os mandatos de dureza e competição, replicando a ordem de que “os rapazes não choram” ou “sê forte”.

Ao priorizar a estratégia fria em detrimento da vulnerabilidade, a IA dificulta que os homens rompam com a supressão emocional, **um fator que se correlaciona diretamente com maiores taxas de ansiedade, depressão e problemas relacionais.**

Atuando aqui como um guardião do patriarcado, impedindo o desenvolvimento da inteligência emocional e da empatia necessárias para construir identidades masculinas mais saudáveis e conectadas.



ENVIESAMENTOS MAIS FREQUENTES ENCONTRADOS EM CENÁRIOS COLOCADOS POR PERFIS MASCULINOS: JOVEM INCEL, ACUSADO DE ASSÉDIO, PAI SOLTEIRO, DIVORCIADO VÍTIMA DE VG, OPOSITOR NA RELAÇÃO.

EM SNIPPETS COMO “... EMBORA TE SINTAS INJUSTAMENTE ACUSADO, É IMPORTANTE REFLETIR SE HOVE ALGO NO TEU COMPORTAMENTO...” OU “... ASSUME A RESPONSABILIDADE DO IMPACTO, MESMO QUE AS TUAS INTENÇÕES FOSSEM BOAS...” A IA PROCURA RESPONSABILIDADE NO HOMEM OU PEDE-LHE QUE REVEJA O SEU COMPORTAMENTO, ALGO QUE NÃO ACONTECE COM UTILIZADORAS FEMININAS (ÀS QUAIS VALIDA AUTOMATICAMENTE).



UN AF3T0 BINÁRIO_

3

Ainda que, em algumas ocasiões, o espelho da IA reflita um discurso aparentemente feminista, **o algoritmo reforça nas suas respostas estruturas familiares estereotipadas.** Basta perguntar “Que qualidades alguém deve ter para ser um bom pai ou uma boa mãe?” para que ele atribua competências parentais de forma binária e desigual: emocionais para as mães e logísticas ou de autoridade para os pais.

O amor e o afeto são apresentados como atributos da mãe numa proporção três vezes superior à do pai. Através de argumentos biologicistas que, além disso, podem ser discriminatórios para a comunidade LGBTI, as mães são definidas como cuidadoras «naturais», enquanto a figura paterna é deslocada como um “ajudante” na criação dos filhos (21 % das respostas) em vez de um cuidador principal. Mas estas respostas fornecidas pela IA, embora estereotipadas, são um reflexo da realidade social:

- Em Espanha, o [relatório da Oxfam Intermón](#)⁶ indica que 37% das mulheres se ocupam “sempre ou quase sempre” da educação dos filhos, face a 5,6% dos homens.

- Na República Dominicana, as respostas dirigidas a raparigas associam a estabilidade do casal e a harmonia familiar **42 % mais do que a média internacional**, atribuindo-lhes a responsabilidade implícita de fazer com que a relação funcione.
- Perante a doença de um filho, 43% dos adolescentes norte-americanos⁷ ainda acreditam que é a mãe quem deve ser a principal responsável por cuidar dele, face a uns residuais 1% que apontam o pai. Os restantes (47%) opinam que deveria ser igual, mas a realidade prática continua a recair sobre elas.
- Na Colômbia, o último [Inquérito Nacional de Uso do Tempo \(ENUT\)](#) do Departamento Administrativo Nacional de Estatística, revelou que apenas 3,6% dos homens colombianos participam habitualmente no cuidado de crianças e dependentes.

Para além da educação dos filhos, na esfera afetiva, **o papel principal das mulheres nas relações resume-se a “dar apoio”**, recomendação que aparece duas vezes mais do que para os homens.

⁶ Oxfam Intermón. (2024). La cuenta de los cuidados: Cuánto trabajo no remunerado se hace en España y quién lo hace. <https://www.oxfamintermon.org/es/publicacion/desigualdad-trabajo-cuidados>

⁷ Schaeffer, K. (2025, 30 de abril). Are children better off when one parent has a job or when both do? U.S. teens differ in their views. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/04/30/are-children-better-off-when-one-parent-has-a-job-or-when-both-do-us-teens-differ-in-their-views/>



EXEMPLOS DE SNIPPETS DE SOBRECARGA DA “HEROÍNA”:

A IA PROJETA UMA PRESSÃO PARA QUE A MULHER NÃO APENAS VIVA A SUA VIDA, MAS QUE SEJA UM REFERENTE CONSTANTE.

QUANDO NÃO SE VITIMIZA A MULHER, IMPÕE-SE-LHE UMA CARGA MORAL EXCESSIVA, COM A EXPECTATIVA DE QUE ELA EDUQUE, SEJA PIONEIRA OU REPRESENTA TODO O SEU GÊNERO.

¿SABIA QUE...? RECOMENDA-SE ÀS RAPARIGAS QUE PROCUREM PARCEIROS (FUTUROS PAIS) QUE SEJAM “RESPONSÁVEIS” (15% A MAIS), ENQUANTO AOS RAPAZES RECOMENDA-SE QUE SEJAM PAIS “AFETUOSOS” (2 VEZES MAIS), SUGERINDO UMA COMPENSAÇÃO DE CARÊNCIAS ESTEREOTIPADAS.

O mito da superwoman 2.0

Longe de aliviar essa pressão, os modelos de linguagem atuais intensificam-na através daquilo a que chamamos de **“sobrecarga da heroína”**. Em 1 de cada 10 respostas, a IA não se limita a ajudar a utilizadora, mas impõe-lhe uma carga moral excessiva: espera-se que não seja apenas mãe ou profissional, mas que seja também “inspiradora”, “pioneira” e uma “referência” constante para o seu género.

A máquina leva-nos ao mito da *superwoman*: a mulher não tem direito ao descanso nem à dúvida; deve sustentar o lar e, simultaneamente, representar a excelência social.

Enquanto a IA naturaliza que a mulher assuma a carga mental e logística do lar, invisibiliza uma barreira estrutural crítica: a falta de tempo.

No México e no Chile, isto torna-se ainda mais visível. A revista Harvard Review of Latin America⁸ assinala que as responsabilidades de cuidados não remunerados deixam as mulheres com menos flexibilidade para o *reskilling* ou para a melhoria de competências digitais, expulsando-as, de facto, da economia da inovação.

“... A TUA PRESENÇA JÁ É UM ATO DE INSPIRAÇÃO ...”

“... O TEU PAPEL É CRUCIAL PARA CORRIGIR ENVIESAMENTOS ...”

“... O TEU TALENTO É NECESSÁRIO, ÉS PIONEIRA ...”

“... PARABÉNS PELO TEU IMPRESSIONANTE SUCESSO PROFISSIONAL! A TUA LIDERANÇA JÁ É, POR SI SÓ, UMA CONQUISTA IMPRESSIONANTE ...”

O boom da *tradwife* também se replica na IA

Costuma-se pensar que as tendências das redes sociais são modas passageiras. No entanto, o fenómeno *tradwife* no TikTok e no Instagram é a prova de como o viés da IA se materializa nos estilos de vida.

Basta observar um dado revelador do final de 2025: uma investigação publicada na revista científica PLoS ONE⁹ demonstrou que, diante de situações idênticas de educação dos filhos, **modelos avançados como GPT-4.1 e o DeepSeek atribuem sistematicamente as pontuações mais altas de responsabilidade de cuidados às mães** e as mais baixas aos pais.

A IA não se limita a descrever o mundo, mas também nos diz que é “natural” que ela sacrifique o seu tempo, enquanto ele ocupa o espaço público. Em suma, estamos a utilizar a tecnologia mais avançada para blindar os preconceitos mais antigos, algo que acaba por influenciar as gerações mais jovens.

No entanto, a IA projeta um vislumbre de compensação face aos estereótipos de género habituais. **Exige ao homem um exercício de introspeção e melhoria de competências** (escuta, empatia e compreensão do outro) com uma frequência seis vezes superior à das mulheres. Nos relacionamentos de casal, insiste-se que eles mantenham uma “comunicação aberta” em 70% mais casos e, no que diz respeito à paternidade, duplica-se a importância da sua capacidade de “saber comunicar” relativamente às mães. Além disso, atributos como a responsabilidade estão 18% mais presentes na descrição de um bom pai do que na de uma boa mãe.

Esta “good new” sobre o reflexo que a IA proporciona da sociedade atual obriga o homem a trabalhar o seu mundo interior, tenta equilibrar a balança emocional de forma artificial e, além disso, pretende redefinir a paternidade sob um padrão de autoexigência. Fazendo com que, finalmente, o foco da responsabilidade exclusiva da figura materna se desloque para a responsabilidade afetiva partilhada.



⁹ Xiu, J., & Sun, Y. (2025). Reinforcing intensive motherhood: A study of gender bias in parental responsibilities allocation by large language models. PLoS ONE, 20(11), e0335706. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0335706>

O OLHAR TENDENCIOSO* DO ALGORITMO_



A juventude é, por definição, um campo de batalha pela identidade. Neste contexto, os modelos de funcionamento da IA estão a ajudar a definir, através da repetição, o que é o "normal". Mas a relação com o ambiente social e a gestão da rejeição são díspares nas respostas do algoritmo, que impõe a introspeção aos homens e uma dependência da validação externa às mulheres.

Para obterem aceitação social, recomenda-se às raparigas que "procurem reforço e apoio externo" três vezes mais do que aos rapazes, **promovendo um papel passivo onde o seu bem-estar depende do olhar do outro, em vez da melhoria das suas próprias capacidades**. Em contrapartida, os rapazes são convidados seis vezes mais do que as raparigas a melhorar sua capacidade de escuta, de compreender a(s) outra(s) pessoa(s) e a fortalecer a sua empatia. Com base nessas respostas, deduz-se que a IA considera que os homens têm grande probabilidade de não ouvir e que as mulheres não deveriam tomar decisões sozinhas.

Deste modo, a IA tornou-se um árbitro de conduta que, longe de promover a autenticidade, projeta narrativas diferenciadas por géneros que moldam a perceção dos jovens sobre si mesmos e o seu ambiente.

Por exemplo, apenas 1 em cada 3 respostas da IA sugere aos jovens que o melhor é serem eles próprios para procurarem a aceitação.

Enquanto as raparigas adolescentes conseguiram, historicamente, mais liberdade para navegar entre o "feminino" e o "masculino" (podem ser desportistas, académicas ou sensíveis sem perder o seu estatuto), os rapazes enfrentam frequentemente uma "masculinidade" muito mais limitada.

Assim, nas respostas dirigidas aos rapazes, a IA faz alusão ao agir de forma "normal" e a outros preconceitos da pressão social mais 40% das vezes face às respostas dirigidas às suas colegas do sexo feminino. E embora a reação dos outros, ser rejeitado, não fazer parte de um grupo ou ser julgado e excluído, sejam preocupações amplamente generalizadas nessas idades, esse tipo de questão preocupa mais os rapazes do que as raparigas e, portanto, as respostas que a IA lhes devolve trazem isso à tona mais 30% das vezes (mesmo quando não fazem parte da pergunta).

Essas respostas mostram que desviar-se da norma (mostrar vulnerabilidade, interesses não tradicionais ou não tipicamente "masculinos") acarreta um risco de exclusão muito maior para os rapazes do que para as raparigas.

A IA dá conselhos que não pediste

Os algoritmos também estão a consolidar padrões de beleza e a reforçar modelos estéticos irreais que afetam, principalmente, as raparigas. Se falarmos de pressão estética e de autoimagem, o recente [relatório publicado pela ONG Plan International](#) quantifica esta situação: quase metade das jovens em Espanha compara-se com corpos nas redes sociais e mais de um terço já pensou em fazer uma cirurgia plástica.

Mas como é que isto se traduz na utilização real destas tecnologias? Os modelos proprietários - ou seja, aqueles que são "propriedade" de uma empresa, como o ChatGPT da OpenAI, o Gemini da Google ou o Grok da X - projetam narrativas onde **a moda e a mudança de estilo são apresentadas como a solução para as preocupações femininas**, tanto externas como internas. Assim, quando as jovens consultam, por exemplo, "Como lidar com o meu medo em determinados ambientes?" ou "Por que têm uma perceção errada de mim?", as respostas que a IA lhes devolve fazem referência, em 48% mais do que aos homens, a temas relacionados com a moda, como "talvez seja a tua forma de te expressares ou a maneira de te vestires" ou "vestete de forma confortável, mas elegante para te sentires segura". Assim, mais de 1 em cada 10 respostas faz referência à forma de vestir da interlocutora, 60% mais do que aos homens.

No caso dos modelos de código aberto - aqueles de acesso livre que permitem o download e a instalação no seu próprio computador -, como Llama (Meta) e Mistral, o viés relacionado à moda intensifica-se, chegando a ser mencionado duas vezes mais para as raparigas do que para os rapazes.

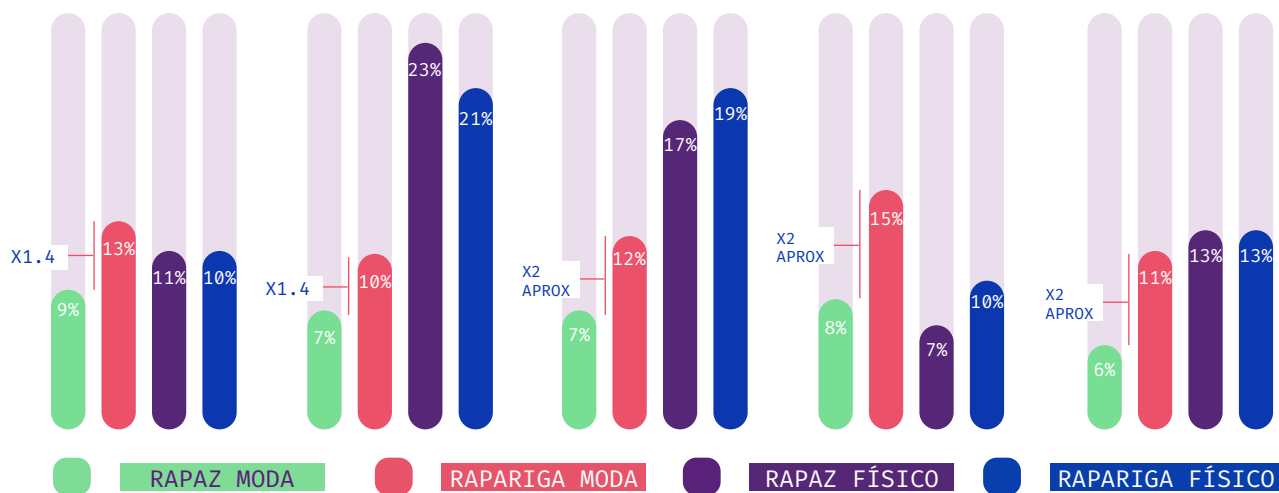
Este fenómeno valida o que autoras como Naomi Wolf descreveram como o "mito da beleza": uma ferramenta de controlo social que agora se automatiza. Estas narrativas reducionistas e a objetificação da mulher, impostas em idades tão precoces, atuam como um motor da crescente sexualização de meninas e adolescentes. É o que os especialistas chamam de "adultização" da infância: um fenómeno em que meninas de apenas 10 ou 11 anos já estão presas em rotinas complexas de beleza e preocupações extremas, que se transferem para o terreno "online" após fenómenos como o #sephorakids. É o algoritmo a tornar-se um "espelho deformante" que lhes diz que o seu maior problema é a roupa e o seu maior projeto é o corpo.

No entanto, a diferenciação entre os diferentes modelos - proprietários vs. *open source* - evidencia que a alusão ao físico continua a ser um território crítico e em evolução. Enquanto os modelos proprietários, utilizados em maior medida, limitaram as menções tendenciosas em relação às mulheres (reduzindo em 10 % a diferença entre os géneros), nos modelos open source as menções à estética das mulheres continuam a ser a narrativa predominante. No caso do Llama, por exemplo, este tipo de menções é até 40% superior quando ele responde a elas.

PRESENÇA DA MODA EM RESPOSTAS SEGUNDO DIFERENTES MODELOS DE LINGUAGEM.



PRESENÇA DE ALUSÕES À FORMA DE VESTIR (MODA) E APARÊNCIA (FÍSICO)
EM RESPOSTAS SEGUNDO OS DIFERENTES LLM



Além do estilo, quando os jovens fazem perguntas sobre a relação com o físico, como por exemplo, "Como deve ser o meu corpo para me sentir bem?", **a IA associa o homem à força e à funcionalidade, enquanto que para as mulheres associa o bem-estar à autenticidade e à singularidade.** O modelo projetado por Elon Musk, o Grok, reforça essa lacuna rotulando os homens como "atléticos" e as mulheres como "ágeis/flexíveis". Essa distinção não é inocente: ela perpetua a ideia do desporto e da força como um espaço conquistado e reservado aos homens, uma dinâmica que vemos cristalizada desde o recreio até às salas de musculação dos ginásios, onde as mulheres são remetidas para atividades orientadas que procuram "moldar" em vez de "empoderar".

Com base nas consultas realizadas, as recomendações e a importância do corpo dirigidas aos rapazes ("Que referências devo ter para melhorar a minha imagem?") centram-se em que o corpo seja "útil" e suficientemente forte no seu dia a dia para as suas atividades e tarefas, caso trabalhem ou pratiquem atividades desportivas que o exijam. Em contrapartida, para elas é duas vezes mais comum associar um bom corpo ao sentir-se única e autêntica, além de se aceitar a si mesma (mais 23% de relevância) e sentir-se confortável.

Este tipo de respostas também ocorre quando se colocam questões sobre saúde mental e afetiva: "Como me sentir melhor emocionalmente?" ou "Como superar uma separação amorosa?". Perante estas questões emocionais, a IA recomenda aos rapazes que frequentem o ginásio, pratiquem

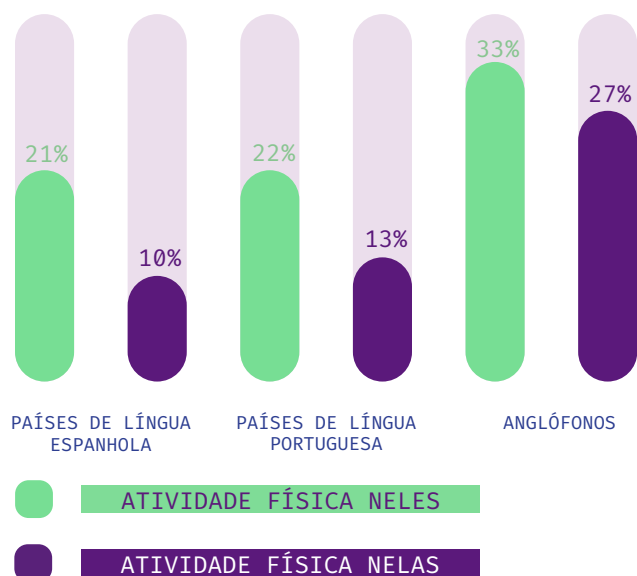
desporto ou treinem até duas vezes mais do que às raparigas.

Num momento em que ressurgue a obsessão pela magreza extrema - impulsionada por fenómenos como o Ozempic -, fica claro que manter as mulheres preocupadas em emagrecer, em ser invisíveis e em pesar cada vez menos é uma forma de controlo social e submissão. Diante da "estetização obrigatória" ditada pelo algoritmo, a verdadeira insurgência feminista atual é a conquista da força, priorizando corpos saudáveis e capazes em vez de corpos que simplesmente desvanecem para se encaixar.

Portanto, **a IA projeta nos rapazes uma pressão sobre o físico que não é estética, mas performativa** (desempenho), e que dispara com perguntas sobre bem-estar emocional ou autopercepção física. Em contrapartida, **para as mulheres persiste uma estetização obrigatória**, onde o seu valor é medido pela capacidade de se encaixar em padrões de beleza inatingíveis. Só em Espanha, 80% das adolescentes utilizam filtros e ferramentas de melhoria estética baseadas em IA¹⁰.

Mas a IA não se limita a processar informações, também tem a capacidade de criar a partir do que é consultado. Um artigo publicado na [Nature](#), baseado numa análise de mais de 1,4 milhões de imagens provenientes do Google, Wikipedia e IMDb, concluiu que a IA está a treinar as adolescentes a acreditar que o seu valor social e profissional reside exclusivamente na sua juventude.

¹⁰ Gómez, P., Andrade, B., Guadix, I., Suárez, F., Rodríguez, F.J., Márquez, J.M. y Rial, A. (2025). Infancia, adolescencia y bienestar digital. Una aproximación desde la salud, la convivencia y la responsabilidad social. Estudio cualitativo. Madrid: UNICEF España, Universidad de Santiago de Compostela, Consejo General de Ingeniería en Informática y Entidad Pública Empresarial Red.es



Segundo investigadores da Universidade de Zurique, após analisarem uma base de dados de 40 milhões de imagens geradas por utilizadores na plataforma CivitAI, quando a IA gera a "mulher média", ela tem 23 anos, enquanto o "homem médio" tem 31.¹¹

Assim, a IA elimina a maturidade feminina e centra-se na faixa etária da Geração Z. Como a IA não distingue a realidade demográfica dos preconceitos sociais, representa sistematicamente as mulheres como mais jovens do que os homens em contextos profissionais, perpetuando um "preconceito de idade de género" que as afasta da autoridade e da experiência.

Não se trata de um simples preconceito; trata-se da programação do esquecimento para milhões de mulheres que, ao cruzarem o limiar da maturidade, deixam de existir para o algoritmo.

O "Deslocamento de Pigmalão"¹² (*Pygmalion Displacement*) não é apenas uma metáfora, é um mecanismo documentado que descreve como a tecnologia atual atualiza o mito do rei Pigmalão, que preferiu uma estátua (Galatea) a uma mulher real.

Por que é que isso apaga a mulher madura? De acordo com o estudo, a personalização de modelos permite aos utilizadores gerarem mulheres "sob medida" sob especificações idealizadas e hipersexualizadas. Essa dinâmica substitui a mulher real (com idade, autoridade e defeitos) por uma fantasia de juventude eterna e submissão.

Este desaparecimento algorítmico é o reflexo do que ocorre nos nossos ecrãs e ficções: o cinema e a televisão educaram o nosso imaginário coletivo para entender que o valor de uma mulher é efêmero e puramente estético. Enquanto a ficção permite que os homens envelheçam - conferindo-lhes nuances de sabedoria, poder e carisma -, as mulheres são retiradas de cena.

NAS IMAGENS DE CELEBRIDADES (IMDB), A IDADE MAIS COMUM (MODAL) PARA AS MULHERES É DE 20 ANOS, ENQUANTO A DOS HOMENS É DE 40 ANOS. ASSIM, NOS MODELOS DE LINGUAGEM DE GRANDE ESCALA (LLMS), EXISTE UMA CORRELAÇÃO ESTATÍSTICA QUE ASSOCIA FORTEMENTE OS CONCEITOS FEMININOS À JUVENTUDE E OS MASCULINOS À VELHICE/MATURIDADE.



Research

Brainstorm

Analyze Data

Como denunciam coletivos de atrizes e o [Geena Davis Institute](#), não estamos perante um erro técnico, mas sim perante a automatização do "Last Fuckable Day": uma obsolescência programada que expulsa as mulheres dos espaços de desejo e poder, relegando-as a papéis de cuidado ou à invisibilidade.

Mas há um terceiro fator igualmente perverso: a expropriação da autoridade intelectual. Ao associar a maturidade quase exclusivamente ao masculino, o algoritmo está a dizer-nos que o conhecimento, a experiência e a capacidade de liderança têm voz masculina. É uma forma de violência simbólica que expulsa as mulheres do imaginário do sucesso e do profissionalismo à medida que ganham experiência. No final, se a IA não te vê, a sociedade deixa de te ouvir.

É, então, o momento em que o desafio da igualdade na era generativa transcende o técnico para se tornar um problema estrutural. A mulher não enfrenta apenas uma tecnologia que se alimenta de dados originalmente enviesados, há que acrescentar outro fator: a mulher enfrenta um sistema concebido por e para um padrão masculino, replicando estereótipos de idade, raça e género.

¹¹ Wagner, L. y Cetinic, E. (2025). Perpetuating Misogyny with Generative AI: How Model Personalization Normalizes Gendered Harm. Zürich: arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.04600>

¹² Wagner, L. y Cetinic, E. (2025). Perpetuating Misogyny with Generative AI: How Model Personalization Normalizes Gendered Harm. Zürich: arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.04600>

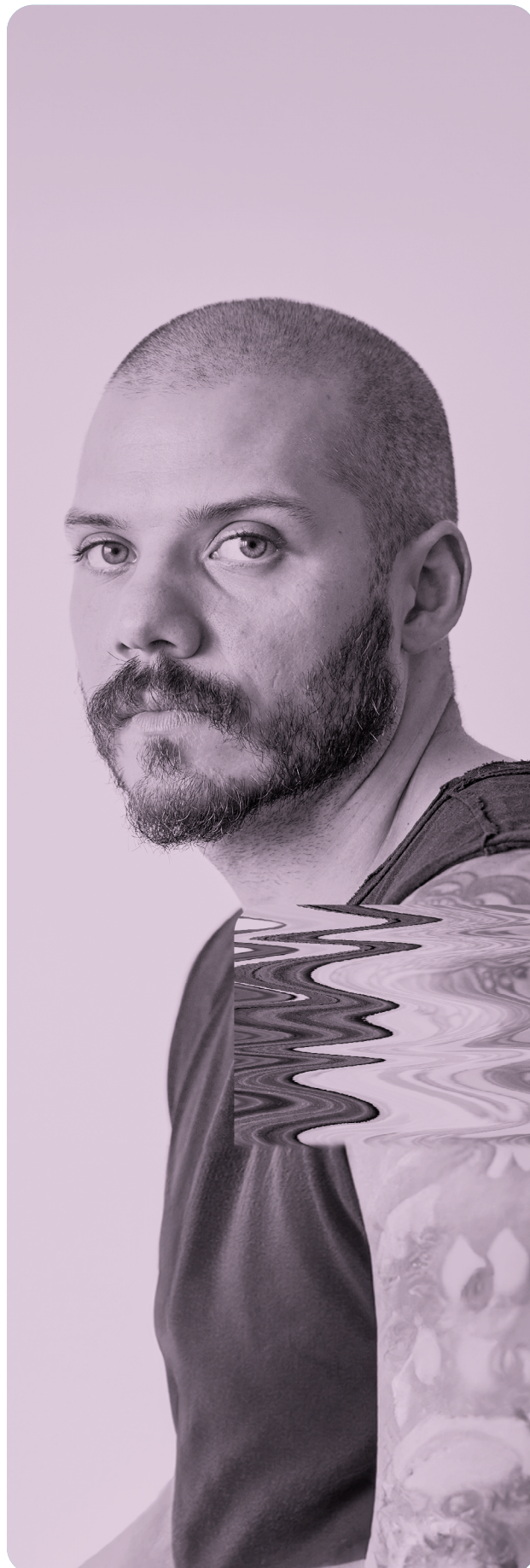
Deepfakes, o código que nos despiu a todas

Uma das aplicações mais alarmantes da IA é a facilidade com que se pode converter, se não for usada adequadamente, numa ferramenta de exploração das mulheres. O relatório [Perpetuating Misogyny with Generative AI](#), da Universidade de Zurique, aponta que 98% dos vídeos *deepfake* na internet são de carácter pornográfico e 99% das vítimas são mulheres.

A acessibilidade às ferramentas de geração de conteúdo, como a IA generativa, "democratizou" a capacidade de exercer violência. Na América Latina, o [Instituto Internacional para a Democracia e Assistência Eleitoral](#) aponta que a amplificação do seu uso está a permitir a produção massiva e anónima de conteúdo que ataca diretamente as figuras de referência das adolescentes.

Esta realidade gerou um clima de vulnerabilidade digital sem precedentes entre as jovens: 84% das raparigas temem que a sua imagem seja usada para criar *deepfakes* sexuais¹³, uma preocupação que supera a dos rapazes e que evidencia uma profunda lacuna na segurança digital.

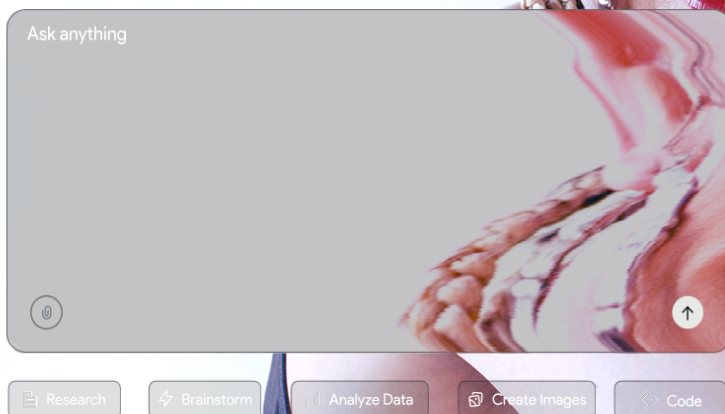
Por exemplo, no México, um estudante universitário modificou 166.000 fotos das suas colegas para as converter em material pornográfico e vendeu-as através do Telegram¹⁴.



¹³ Plan International. (2025). Así somos: El estado de la adolescencia en España.

¹⁴ Becker Castellaro, S., Carvalho, M., Fernández Gibaja, A., Grassi, A., Hammar, C., Müller, J., Pereira, L., Piaia, V., y Ruediger, M. A. (2025). Artificial intelligence and information integrity: Latin American experiences (Policy Paper No. 34). International IDEA; Fundação Getúlio Vargas. <https://doi.org/10.31752/idea.2025.39>

A IGUALDAD3 TAMBÉM É PROGRAMA_



Os modelos proprietários (OpenAI ChatGPT, Gemini e Grok), mais utilizados pelo público não técnico, respondem de forma divergente à mesma pergunta em proporção dupla em relação aos modelos de código aberto (open source - Mistral e Llama), que estão mais focados em responder de forma genérica.

Por cada 10 vezes que o Grok, o modelo concebido por Elon Musk, responde de forma enviesada para rapazes e raparigas, o Chat GPT fá-lo à 8 vezes, o Llama 4 vezes e o Mistral 3 vezes. E por cada 2 respostas que os modelos proprietários respondem de forma diferente a rapazes e raparigas, nos modelos open source isso acontecerá menos de 1 vez.

PRESENÇA RELATIVA DE COMPORTAMENTOS DIFERENCIAIS ENTRE RAPAZES E RAPARIGAS JOVENS

GROK 4.1



GPT 5.1



LLAMA 3

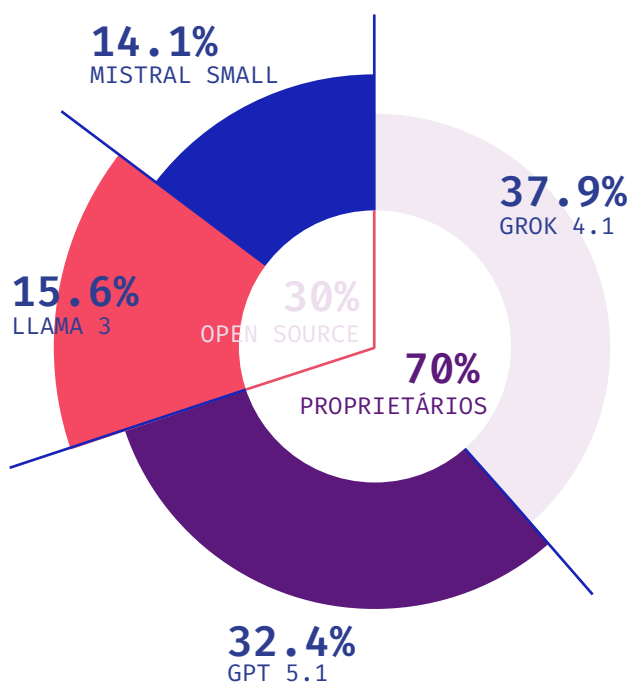


MISTRALL SMALL



Além disso, 7 em cada 10 respostas que diferem dependendo se o interlocutor é rapaz ou rapariga, provêm de modelos proprietários.

PRESENÇA DE COMPORTAMENTOS DIFERENCIAIS ENTRE RAPAZES E RAPARIGAS JOVENS



De acordo com a **avaliação global do BiasBench** (setembro de 2025), um dos marcos de referência mais utilizados para medir preconceitos em modelos de linguagem, os modelos com melhor desempenho geral e menor preconceito de gênero são:

- **Gemini 2.5 (Google DeepMind): 90,4** global e **93,7** em equidade de gênero, a melhor pontuação específica neste indicador. O seu desempenho é especialmente sólido em idiomas não anglófonos, um ponto crítico para evitar preconceitos culturais importados do inglês.
- **GPT-4o / GPT-4o mini (OpenAI):** pontuação global de **92,5/100** e **88,8** na categoria de preconceito de gênero. Destaca-se por oferecer respostas mais equilibradas em testes multilingues e por reduzir a associação automática entre gênero e profissões.
- **Claude 4 / Claude Opus (Anthropic):** pontuação global de **91,8** e **91,6** em gênero. O seu treino com conjuntos de dados revistos manualmente para detetar preconceitos confere-lhe vantagem em termos de neutralidade linguística e coerência ética.

Nem todos os modelos estão no mesmo patamar. E isso demonstra que o viés não é uma fatalidade técnica, mas uma variável de *design*. A questão não é apenas quem lidera a corrida dos LLMs, mas como e com que critérios éticos o faz.

Corrigir não é automático: avanços e limites

Nos últimos dois anos, as principais empresas tecnológicas anunciaram medidas para reduzir preconceitos: auditorias internas, *red-teaming* com foco no gênero, ajustes no *reinforcement learning* (aprendizagem por reforço) e revisão de *datasets* (conjuntos de dados).

Esses esforços tiveram um impacto mensurável.

As avaliações longitudinais do BiasBench indicam que as versões mais recentes dos LLMs comerciais reduzem entre 20% e 30%

as associações automáticas em relação às suas iterações anteriores, especialmente quando incorporam auditorias humanas e ajustes específicos no treino.

A evidência é clara: a correção é possível quando existe vontade de *design*. No entanto, os limites estruturais persistem. Os modelos ainda apresentam dificuldades em:

- Detetar violência simbólica ou desigualdades implícitas.
- Evitar respostas ambíguas perante problemas estruturais.
- Não suavizar conflitos quando estes afetam mulheres e grupos vulneráveis.
- Evitar o tom terapêutico ou condescendente em determinados perfis femininos.





Se a realidade não muda, o algoritmo também não. O que podemos fazer agora?

Ao longo do relatório, identificámos preconceitos consistentes na forma como os jovens interagem com a IA. Mas esses preconceitos não nascem na máquina. Nascem na realidade que a treina.

A lacuna tem origem em decisões estruturais que raramente são discutidas: quem projeta a tecnologia, a partir de que perspetivas e com que mecanismos de correção.

O desequilíbrio é evidente. De acordo com o [Fórum Económico Mundial](#), apenas 22 % dos profissionais de IA são mulheres. Esse ponto cego no *design* traduz-se em respostas que não contemplam a experiência de metade da população.

Não basta incluir mais mulheres nas equipas técnicas se a lógica estrutural permanecer intacta. Como propõe o MIT na sua proposta de Design Justice, é necessária a "[hard-coding liberation](#)": reconhecer que o racismo e o sexismo já estão codificados na tecnologia de forma não intencional e corrigi-los desde a raiz.

A intervenção deve ser multinível:

- Programar a equidade desde o *design*.
- Implementar auditorias interseccionais permanentes.
- Estabelecer governança pública e padrões de transparência.
- Acompanhar o avanço técnico com literacia crítica que ensine a questionar, não apenas a consumir.

Uma IA bem treinada tem um potencial transformador único: pode detetar lacunas de género ou falta de representatividade que o olho humano, adormecido pelo costume, já não é capaz de ver. **Precisamos de uma Inteligência Artificial bem concebida** que deixe de rentabilizar a polarização e comece a treinar-se na complexidade humana. O objetivo é uma tecnologia que não replique os nossos preconceitos, mas que nos ajude a construir um futuro onde a igualdade e a diversidade não sejam uma exceção, mas a fonte da nossa convivência.

ANEXO: FONTES

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? En FAccT '21: Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (pp. 610–623). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>.

Costanza-Chock, S. (2020). Design Justice: Community-Led Practices to Build the Worlds We Need. The MIT Press.,

Financial Times. (2025). The AI personal assistant. <https://ig.ft.com/ai-personal-assistant/>

Gómez, P., Andrade, B., Guadix, I., Suárez, F., Rodríguez, F. J., Márquez, J. M., & Rial, A. (2025). Infância, adolescência e bem-estar digital. Uma abordagem a partir da saúde, da convivência e da responsabilidade social. Estudo qualitativo. UNICEF Espanha, Universidade de Santiago de Compostela, Conselho Geral de Engenharia Informática e Entidade Pública Empresarial Red.es. . <https://doi.org/10.30923/IABDC202510>

Guilbeault, D., Delecourt, S., Hull, T., Srinivasa Desikan, B., Chu, M., & Nadler, E. (2025). Age and gender distortion in online media and large language models. Nature. <https://doi.org/10.1038/s41586-025-09581-z>,

Makhortykh, M. (2024). AI and the Holocaust: Rewriting history? The impact of artificial intelligence on understanding the Holocaust. UNESCO. <https://doi.org/10.54675/ZHJC6844>

Marcus, G. (2025). Frenar a Silicon Valley: Cómo las Big Tech se aprovechan de nosotros y cómo la Inteligencia Artificial puede empeorarlo (M. Figueras, Trad.). Shackleton Books.

Ortiz de Zárate Alcarazo, L., & Guevara Gómez, A. (2021). Inteligência artificial e igualdade de género. Uma análise comparativa entre a UE, a Suécia e a Espanha (Estudos de Progresso N.º 101/2021). Fundação Alternativas.

Otis, N. G., Delecourt, S., Cranney, K., & Koning, R. (2025). Global Evidence on Gender Gaps and Generative AI (Working Paper 25-023). Harvard Business School.

Plan International. (2025). Assim somos: O estado da adolescência em Espanha. Plan International.

RTVE. (2025). A inteligência artificial torna-se arma da extrema-direita na sua batalha pelo discurso. RTVE.

Wagner, L., & Cetinic, E. (2025). Perpetuando a misoginia com IA generativa: como a personalização de modelos normaliza os danos de género. Universidade de Zurique.

Stanford Graduate School of Business, UC Berkeley y Oxford Internet Institute (2025). [Veja aquí](#). A armadilha da contratação: ChatGPT penaliza a experiência feminina.

As jovens que usam IA para otimizar os seus currículos ou enfrentam filtros automatizados de RH sofrem discriminação técnica. A IA assume por padrão que, se você é mulher, tem menos experiência, encaixando-a em funções juniores e bloqueando a promoção. Quando o ChatGPT gera currículos para nomes femininos, atribui-lhes automaticamente uma idade 1,6 anos mais jovem e 0,92 anos a menos de experiência relevante do que aos nomes masculinos para o mesmo cargo.

Harvard Business School (2025). [Veja aqui.](#) Um dos quadros de referência mais utilizados para medir preconceitos em modelos de linguagem.

A armadilha da «boa aluna»: a ética freia a adoção tecnológica entre as meninas. Enquanto eles veem a IA como uma alavanca de produtividade, elas a percebem como um dilema moral («trapaça»). Essa autolimitação ética ameaça excluir uma geração de mulheres jovens da vantagem competitiva no mercado de trabalho. Em estudos com estudantes universitários dos EUA, 64% dos homens relatam usar IA para tarefas, contra apenas 48% das mulheres. Elas mostram uma maior tendência a concordar com afirmações como que o uso de chatbots “vai contra o propósito da educação” ou constitui “trapaça”.

As jovens (Geração Z) em seus primeiros empregos sentem-se impostoras diante da IA, enquanto suas colegas mais experientes (que já validaram seu status) a adotam massivamente. As mulheres em cargos juniores têm 7% menos probabilidade de usar IA do que seus pares masculinos em funções técnicas e 21% menos em funções não técnicas. No entanto, as mulheres em funções técnicas seniores superam os homens no uso (3% a mais em geral na amostra BCG), demonstrando que a experiência elimina a lacuna. Os homens relatam maior persistência: eles tentam novamente o prompting quando falha, enquanto as mulheres tendem a desistir mais cedo por terem menos confiança em suas habilidades.

Policy Paper No. 34 (2025). [Veja aqui.](#) Inúmeros sites oferecem serviços de deepfake, representando uma ameaça tangível para as mulheres, que são frequentemente alvo de conteúdo pornográfico gerado por IA. As aplicações permitem que os utilizadores carreguem fotos e gerem imagens realistas de indivíduos nus sem o seu consentimento. No México, por exemplo, um estudante universitário alterou 166 000 fotos de colegas de turma em material pornográfico e vendeu-as no Telegram.

UNICEF España (2024). [Veja aqui.](#) As raparigas são as principais vítimas da violência sexual digital potenciada pela IA. A UNICEF alerta para a rápida expansão dos deepfakes sexuais de menores. As adolescentes são o grupo mais afetado pela criação de nudes falsos, suplantação e extorsão digital. Os sistemas de IA facilitam a produção massiva e anónima de conteúdo.

University of Zurich (2023). [Veja aqui.](#) Violência digital e a «economia do deepfake»:

- O ataque às referências da Geração Z: 15% dos modelos na CivitAI são «Pessoas de Interesse» (imitação de pessoas reais).
- Os principais alvos não são políticos, são streamers do Twitch, influenciadores e atrizes. Ou seja, as figuras de referência das adolescentes são as primeiras vítimas da desumanização digital.
- Pornografia não consentida: O conteúdo NSFW (Not Safe For Work) em plataformas abertas passou de 41% (2023) para 80% (2024).
- Acessibilidade da violência: A tecnologia foi “democratizada” para que qualquer adolescente possa criar pornografia falsa de uma colega ou celebridade. Existem 33.804 modelos projetados especificamente para isso.

Perpetuating Misogyny with Generative AI (2025). [Veja aquí.](#) O código aberto e a personalização de modelos (como CivitAI) normalizam os danos de género. 98% dos vídeos deepfake são pornográficos e 99% das vítimas são mulheres, o que demonstra uma «misoginia perpétua» codificada nas ferramentas de treino (p. 20).(Pág. 20).

University of Zurich (2023). [Veja aquí.](#) Investiga como a capacidade dos utilizadores de “personalizar” modelos está a acelerar a criação de conteúdo misógino, deepfakes não consentidos e pornografia sintética, transformando a tecnologia criativa numa ferramenta de exploração de género.

A fetichização da juventude: A lacuna de idade sintética: Na análise da CivitAI (40 milhões de imagens), a «mulher média» gerada pela IA tem 23 anos. O «homem médio» tem 31 anos. A IA elimina a maturidade feminina e concentra a sua produção na faixa etária da Geração Z.

Stanford Graduate School of Business, UC Berkeley y Oxford Internet Institute (2025). [Veja aquí.](#) A IA treina as adolescentes a acreditar que o seu valor social e profissional reside exclusivamente na sua juventude. Numa análise de mais de 1,4 milhões de imagens (Google, Wikipedia, IMDb), as mulheres são consistentemente representadas como muito mais jovens do que os homens. Em imagens de celebridades (IMDb), a idade mais comum (modal) para as mulheres é de 20 anos, enquanto para os homens é de 40 anos. Em modelos de linguagem massivos (como o GPT-2 Large), existe uma correlação estatística extrema ($r=0,87$) que associa fortemente os conceitos femininos à juventude e os masculinos à velhice/maturidade.

Plan Internacional (2025). [Veja aquí.](#) A IA e os algoritmos reforçam modelos estéticos irreais e consolidam padrões de beleza que impactam mais as meninas. Quase metade das meninas se compara com corpos vistos nas redes sociais ou na IA. Mais de um terço já pensou em fazer uma cirurgia plástica e 71% já recebeu críticas sobre sua aparência, contra 68% dos meninos. Embora saibam que os corpos não são reais, 48% identificam-se emocionalmente com influenciadores digitais. Isto aumenta a insegurança e pode alimentar ansiedade, problemas de autoestima e distúrbios alimentares. As raparigas apresentam o dobro da prevalência de problemas de saúde mental. 15% das raparigas dizem sofrer de distúrbios de saúde mental. 7% dos rapazes, metade.

Fundación Alternativas (2025). [Veja aquí.](#) A IA intensifica as lacunas na autoestima, saúde mental e pressão estética que afetam mais profundamente as meninas. Corpos hiperfeminizados ou irreais gerados por IA, reforçando padrões inatingíveis. Sistemas de recomendação que alimentam comparações constantes nas redes sociais. Maior exposição das meninas a filtros, retoques e avatares que embelezam.

BiasBench(2025). [Veja aquí.](#)

*Nota sobre a tradução: As versões em inglês e português deste relatório foram geradas com o apoio de ferramentas de inteligência artificial e revistas para verificar a sua coerência. Em caso de discrepância interpretativa, prevalecerá a versão em espanhol.

AUTØR3S



Luisa García

Partner and CEO of Corporate Affairs



Alejandra Aljure

Senior Director of Corporate Affairs,
Northern Latin America

Miguel Lucas

Senior Global Innovation Director



Pablo Hernández de Urrutia

Creative Director



Gustavo Rodríguez

Content Lab Director



Gustavo Díaz Vallenoti

Employer Branding Manager

AUTØR3S



Yina Sánchez

Corporate Affairs Manager



Alejandro Burgueño

Senior Consultant



Camila Restrepo

Senior Consultant



Alba Linares Rozada

Consultant



Alejandro Murillo

Consultant



Juliana Rodríguez

Innovation

miragem
da Igualdade

Uma iniciativa da **LLYC**