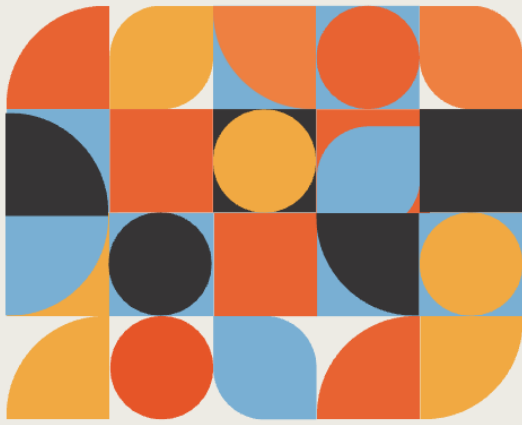




FEED, ESPELHO E ESTÉTICA NORMATIVA: UM ESTUDO DE CASO DE CONSULTORIA DE IMAGEM DO HOMEM GAY NO INSTAGRAM

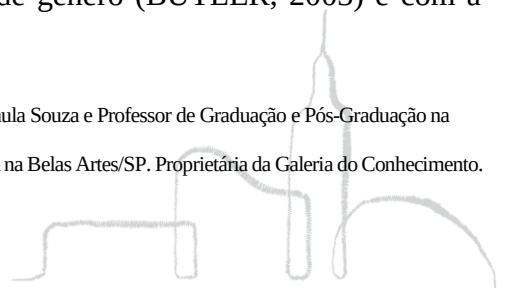
Pinto, Maikol Nascimento; PhD; Centro Universitário Belas Artes
de São Paulo, maikol.pinto@belasartes.br¹
Souza, Jo; PhD; Centro Universitário Belas Artes
de São Paulo, josenilde.souza@belasartes.br²

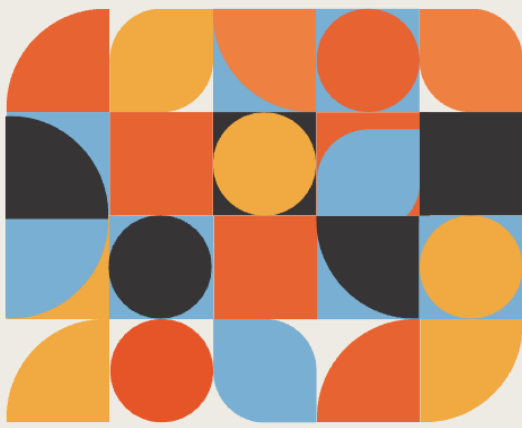
RESUMO

A presente pesquisa tem como **objetivo** investigar de que maneira perfis de *Instagram* especializados em Consultoria de Imagem e Beleza voltados ao público masculino *gay* reforçam ideais estéticos hegemônicos e qual o papel dos Consultores de Imagem diante dessas dinâmicas. Num contexto em que as redes sociais refletem e modelam formas de subjetivação e pertencimento, observa-se a consolidação de um padrão visual normativo nas Práticas de Consultoria e molda a performatividade de gênero (BUTLER, 2003). Tais práticas, mediadas por algoritmos de visibilidade e curadoria estética, tendem a reforçar ideais normativos reconfigurados para o consumo *gay*. A estética promovida nesses espaços privilegia corpos que performam uma masculinidade padronizada – conforme mecanismos de poder simbólico. A **metodologia** adotada baseia-se em um estudo de caso de natureza qualitativa, com observação estruturada de três perfis fictícios no *Instagram*: @estilomascuinoalpha, @imagineidentidade e @consultoriavisualbr. Os nomes são fictícios para preservar a ética da pesquisa, mas os casos analisados refletem casos reais, extraídos entre janeiro e maio de 2025. Foram examinadas 90 postagens, com foco em elementos visuais, códigos de estilo, legendas e engajamento, na busca pela lógica de construção de autoridade simbólica. A **abordagem da pesquisa** é teórico-crítica, articulando conceitos da teoria social da moda com os estudos de performatividade de gênero (BUTLER, 2003) e com a

¹ Doutor em Ciências Sociais (Política) e Mestre em Administração pela PUC-SP, Coordenador de Projetos no Centro Paula Souza e Professor de Graduação e Pós-Graduação na Belas Artes/SP.

² Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, Coordenadora de Negócios da Moda e Produção Cultural na Belas Artes/SP. Proprietária da Galeria do Conhecimento.





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

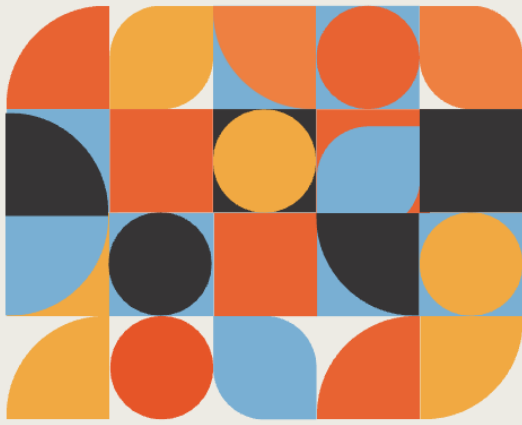
análise do papel do capital visual e simbólico na constituição das identidades estilizadas (CRANE, 2000; ENTWISTLE, 2023). Como aponta Entwistle (2023), o corpo vestido não é um suporte neutro, mas uma superfície sobre a qual se inscrevem significados sociais, normativos e hierarquizantes, nos espaços públicos e digitais. As **descobertas** indicam a repetição de arquétipos específicos: homens brancos, magros ou musculosos, de classe média alta, com estética minimalista e *eurocentrada* — uma configuração recorrente no imaginário visual construído sobre o “homem gay bem-sucedido” nas redes. Há uma clara invisibilização de corpos diversos, como homens gordos, homens pretos, com expressões de gênero fluido, não-binários ou considerados “fora do padrão”, o que revela uma política visual de exclusão por meio da estética (ENTWISTLE, 2023). Essa normatividade reforça a ideia de que há uma maneira “legítima” e “desejável” de se expressar enquanto homem gay: as postagens analisadas estabelecem uma associação entre sucesso, elegância e confiança, modelo hegemônico de aparência e estilo. Os **resultados** indicam uma atuação recorrente dos Consultores de Imagem em direção à manutenção de tais padrões como referência de “bom gosto” e “imagem ideal”, revelando uma aderência simbólica a esses códigos dominantes. Essa reprodução acrítica reforça o que Crane (2000) identifica como mecanismos de distinção social operando através da moda, nos quais o estilo se converte em marcador de *status* e pertencimento. Entretanto, emergem práticas contrárias a essa lógica, como estratégias de Consultoria inclusiva, que tensionam os arquétipos dominantes e propõem novos referenciais estéticos, mais diversos e culturalmente sensíveis. Conclui-se que o *Instagram* opera como dispositivo de regulação simbólica, e que a Consultoria de Imagem, ao atuar nesse ambiente, precisa urgentemente reavaliar suas referências éticas, estéticas e culturais para não se tornar apenas uma extensão do capital simbólico normativo (CRANE, 2000; BUTLER, 2003).

Palavras-chave: Consultoria de Imagem e Beleza; Estética normativa no Instagram; Homem gay.

REFERÊNCIAS

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.





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

CRANE, Diana. *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*. Chicago: University of Chicago Press, 2000.

ENTWISTLE, Joanne. *The fashioned body: fashion, dress and modern social theory*. 3. ed. Cambridge: Polity Press, 2023.

