

“Barba, cabelo e bigode”: uma cartografia sobre os sentidos de masculinidade em uma barbearia de Campo Grande (MS)

João Pedro Vilar Nowak de Lima¹
Esmael Alves de Oliveira²
Universidade Federal de Grande Dourados

Resumo: Trata-se de uma pesquisa qualitativa, sob viés etnográfico-cartográfico, que se dedicou à compreensão das masculinidades produzidas em uma barbearia localizada na cidade de Campo Grande (MS). Tomando como base o campo de estudos sobre masculinidades, contemplando os aspectos históricos e culturais locais, buscamos compreender quais modelos de masculinidade são produzidos a partir da lógica de cuidado estético. Como resultado, a constatação de uma masculinidade que se constitui por meio de performances, discursos, valores, códigos e moralidades.

Palavras-chave: masculinidades; homossociabilidade; barbearia; Mato Grosso do Sul.

LIMA, João Pedro Vilar Nowak de; OLIVEIRA, Esmael Alves de. “Barba, cabelo e bigode”: uma cartografia sobre os sentidos de masculinidade em uma barbearia de Campo Grande (MS). *Aceno – Revista de Antropologia do Centro-Oeste*, 9 (21): 241-260, setembro a dezembro de 2022. ISSN: 2358-5587

¹ Mestre em Psicologia pela Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD).

² Doutor em Antropologia Social (PPGAS/UFSC), docente dos programas de Pós-Graduação em Psicologia (PPGPsi) e Antropologia (PPGAnt) da Universidade Federal de Grande Dourados (UFGD).

“Beard, hair and mustache”: a cartography on the senses of masculinity in a barber shop in Campo Grande (MS)

Abstract: This is a qualitative study, conducted under an ethnographic-cartographic approach, dedicated to understanding the masculinities produced in a barber shop located in the city of Campo Grande (MS). The theoretical framework was the studies on masculinities including the local historical and cultural aspects, through which we sought to comprehend what models of masculinity are produced based on the logic of aesthetic care. As a result, it was found that it was a masculinity constituted by means of performances, discourses, values, codes, and moralities.

Keywords: masculinities; homo-sociability; barber shop; Mato Grosso do Sul.

“Barba, pelo y bigote”: una cartografía sobre los sentidos de la masculinidad en una barbería de Campo Grande (MS)

Resumen: Se trata de una investigación cualitativa, bajo un sesgo etnográfico-cartográfico, que se dedicó a la comprensión de las masculinidades producidas en una barbería ubicada en la ciudad de Campo Grande (MS). A partir del campo de estudios sobre las masculinidades, contemplando aspectos históricos y culturales locales, buscamos comprender qué modelos de masculinidad se producen desde la lógica del cuidado estético. En consecuencia, la realización de una masculinidad que se constituye a través de actuaciones, discursos, valores, códigos y morales.

Palabras clave: masculinidades; homosociabilidad; barbearía; Mato Grosso do Sul.

O gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser. (BUTLER, 2003: 59)

Neste artigo (re)visitamos alguns dados de campo que deram origem à dissertação de mestrado “Barba, Cabelo e Bigode”: Uma Cartografia sobre os Sentidos de Masculinidade em uma Barbearia de Campo Grande - MS” (LIMA, 2022), defendida no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal da Grande Dourados (PPGPSI-UFGD), desenvolvida pelo primeiro autor e coorientada pelo segundo, a partir de uma pesquisa realizada junto a uma barbearia localizada na cidade de Campo Grande - MS.

Com o objetivo de compreender os sentidos de masculinidade construídos e reiterados por frequentadores de um espaço voltado para cuidado estético de homens, sustentados na perspectiva etnográfica-cartográfica, em que nos embasamos tanto nos referenciais metodológicos da etnografia (VELHO, 1978; FONSECA, 1999) quanto da cartografia (PASSOS, KASTRUP e ESCOSSIA, 2012), frequentamos o estabelecimento de forma intercalada por um período aproximado de seis meses ao longo de 2021.

É importante mencionar que a complexidade imposta pela crise sanitária criada pela pandemia da COVID-19 no Brasil e no mundo, impôs uma série de desafios e inseguranças ao desenvolvimento da pesquisa. Diante dos constantes fechamentos do estabelecimento onde o campo foi realizado (medida proposta pelos organismos de saúde para a contenção da pandemia), ponderamos a viabilidade do trabalho. De um lado o receio de que não conseguíssemos ter acesso ao espaço em decorrência do fechamento de serviços não essenciais, de outro nosso compromisso ético a fim de que nossa presença em campo não resultasse na vulnerabilização dos interlocutores e dos pesquisadores no que tange aos cuidados sanitários preconizados pelas agências de saúde.

Nesse percurso, considerar o contexto sociopolítico da pesquisa e também nossos pertencimentos de gênero, sexualidade, raça, classe, geração, foi de fundamental importância haja vista que um dos pressupostos tanto do método etnográfico quanto cartográfico é justamente a implicação e análise da implicação, ou seja, o reconhecimento de que nossos pertencimentos e atravessamentos intersubjetivos também constituem o território existencial da pesquisa (VELHO, 1978; PASSOS, KASTRUP e ESCOSSIA, 2012). Assim, buscamos não apenas “entender o que “está sendo dito” por [nossos] interlocutores” (FONSECA, 1999: 59), mas também tornar o que nos era familiar em questão (VELHO, 1978). Assim, nos ocupamos em desnudar os paradigmas de (re)construção dos modelos de masculinidade em cena, ao mesmo tempo que buscamos estar atentos às lógicas de estilização do cuidado masculino e que compõem as estruturas de uma masculinidade hegemônica³ e/ou que a ela se contrapõem.

Para fins de organização do pensamento, o artigo está dividido em duas partes. Na primeira, apresentamos um breve balanço do campo de estudos sobre as

LIMA, João Pedro Vilar Nowak de; OLIVEIRA, Esmael Alves de.
“Barba, cabelo e bigode”

³Aqui masculinidade hegemônica é entendida nos termos de Margareth Arilha: “aquela de homens brancos, heterossexuais, de setores médios da população, que tenderia a se configurar como o conjunto de práticas dominantes” (1998: 52).

masculinidades nas últimas décadas à luz de algumas questões que apareceram durante a pesquisa. Na segunda, apresentamos alguns dados que tanto situam o contexto onde o campo foi realizado quanto nos permitem acessar alguns elementos que compõem as materialidades das masculinidades na capital de Mato Grosso do Sul (MS) a partir da noção de “cuidado” estético.

O campo das masculinidades e suas repercussões na pesquisa

De antemão é preciso afirmar que para o campo de estudos sobre masculinidades, tornar-se homem é algo sustentado nas/e pelas relações sociais por meio de uma complexa rede de instituições, regras e condutas, que balizam tanto trajetórias individuais quanto intersubjetivas (CONNELL⁴, 1995; CONNELL, MESSERSCHMIDT, 2013; KIMMEL, MESSNER 1992). Nos termos de Marcos Nascimento (2001), trata-se de colocarmos em suspeição “a narrativa do senso comum que parte da premissa de que “homem é tudo igual” não dá conta de toda a diversidade da experiência masculina. E ser homem não trata somente da experiência subjetiva e pessoal do sexo masculino” (NASCIMENTO, 2001: 10). Nesse sentido, é importante ressaltar que a masculinidade não é estática, atemporal ou a-histórica (CONNELL, 1995). Ao contrário, ela é construída socialmente, criada pela cultura, engendrando sentidos distintos a depender dos diferentes contextos histórico-culturais. Portanto, as definições de masculinidade estão em constante mudança, e só podem ser devidamente compreendidas no terreno político e social das relações (CONNELL, 1995; WELZER-LANG, 2001; BOURDIEU, 2012).

Pelo menos desde a década de 1980, mas principalmente 1990, inúmeros trabalhos estrangeiros têm se voltado para o universo das masculinidades (KIMMEL, MESSNER, 1992; BADINTER, 1993; CONNELL, 1995; CONNELL, MESSERSCHMIDT, 2013; KIMMEL, 1998; ALMEIDA, 1996; BOURDIEU, 2012). No Brasil, uma vasta literatura, pertencente aos mais variados campos disciplinares, também se dedicou ao tema das masculinidades no mesmo período. Vale destacar os trabalhos de Sócrates Nolasco (1993, 2001), Rosane Souza (1994), Jorge Lyra (1997), Denise Jardim (2001[1995]), Dario Caldas (1997), Benedito Medrado (1997), Margareth Arilha, Sandra Unbehaum e Benedito Medrado (1998), Marcos Nascimento (2001) dentre outros. Tal proliferação de pesquisas e reflexões ocorreu ao passo que as feministas avançavam com os estudos de gênero, pois elas evidenciavam que diferenças entre homens e mulheres eram constituídas pela cultura e, por consequência, percebia-se que as desigualdades entre homens e mulheres era produto das relações de poder e que se encontravam naturalizadas no mundo social através do processo de valorização dos homens em detrimento das mulheres bem como da dicotomização do mundo entre público e privado.

Elisabeth Badinter (1993), no clássico “XY: sobre a identidade masculina”, aponta uma masculinidade organizada, sinteticamente, em dois momentos: primeiro no imperativo da virilidade, ratificando o projeto imposto pelo patriarcado, que prediz uma masculinidade baseada na honra; e, em um segundo momento, em um negativo, o qual é construído pela rechaça ao que se entende como pertencente ao universo feminino: docilidade, dependência ou submissão. A autora desenvolve a tese de que o gênero masculino é constituído universalmente pela necessidade de separação dos meninos em relação à mãe, que representa o

⁴ Socióloga australiana, importante referência no campo de estudos sobre masculinidades, que, após passar por um processo de transição de gênero (até então identificava-se no masculino como Robert Connell), passa a assumir sua identidade de gênero no feminino como Raewyn Connell.

mundo feminino. A autora dá vários exemplos da necessidade de separação do menino da mãe, que representaria o mundo das mulheres e, conseqüentemente, o ambiente doméstico (dentro da lógica patriarcal, entendido como de menor valor se comparado ao espaço público – interpretado como espaço exclusivo dos homens).

No contexto das barbearias tal imperativo se faz presente. Nesses espaços os homens se produzem para performar um ideal de hiper masculinidade (ainda que os contornos sejam estéticos). Não distante de outros contextos de homossocialidade, a questão da honra emerge com destaque, sobretudo quanto às expectativas de responsabilidade (JARDIM, 2001; SOUZA, 2003; SILVA Jr. e CAETANO, 2018). Na Don Pablo⁵ a honra, enquanto zelo pelo que se possui, também se manifesta na relação de cuidado dos barbeiros com seus objetos de trabalho, tais como máquinas, tesouras, pentes e produtos para o cabelo. Vale pontuar que a barbearia não disponibiliza materiais para seus funcionários e cada barbeiro precisa ter seu próprio material e zelar por ele, o que gera alguns tensionamentos, pois, por vezes, os barbeiros precisam emprestar materiais uns dos outros, por conta de alguns danos em seus materiais de trabalho ou, no caso da máquina, por falta de bateria.

O fato é que, dado contexto de hierarquização das relações entre os homens na “casa dos homens” (WELZER-LANG, 2001; ZANELLO, 2020), cria-se uma estreita correlação entre eles e “seus” objetos. Tal lógica apropriativa remete a um poder bastante íntimo dos homens com as “suas coisas” (MOTTA, 2008), de modo que ultrapassar esses limites, ou seja, fazer usufruto daquilo que é considerado de um outro barbeiro, representa desrespeitá-lo e desonrá-lo - por mais que o objeto esteja à disposição de todos os funcionários da barbearia.

Robert Connell e James Messerschmidt (2013) apresentam um esquema para a compreensão do universo das masculinidades baseados nas relações entre masculinidade hegemônica, subordinada, cúmplice e/ou marginalizada. Os autores partem do princípio de que as relações de gênero são arenas de tensão que se constituem por meio das relações e, tratando-se das masculinidades hegemônicas, que existem padrões específicos de divisão interna e conflito emocional.

Tais conflagrações geram uma hierarquia entre os homens, que parte da masculinidade hegemônica assumida como uma forma exclusiva de ser homem e que implica aos outros uma forma de se posicionarem de modo subserviente em relação a ela. No caso das masculinidades cúmplices, o que se observa é o interesse de alguns homens em se associarem com outros homens cuja performance é mais valorizada e reconhecida socialmente – uma vez que personificariam os ideais materiais e simbólicos de privilégio – a fim de acessarem, pelo menos em parte, os frutos da posição de privilégio.

Já a categoria de subordinação estaria ligada ao modo como sujeitos gays e outras dissidências sexuais são colocados numa posição de inferioridade em relação aos grupos de homens heterossexuais, tais como aqueles que performam uma masculinidade hegemônica e cúmplice. Nessa relação, os homossexuais são estigmatizados e subordinados pela experiência cotidiana da violência, da discriminação, da chacota e dos boicotes. Por fim, os autores apontam que a marginalização ocorre quando as relações entre masculinidades hegemônicas, cúmplices e subordinadas são interseccionadas com outros marcadores tais como raça, etnia e classe e que fogem do modelo hegemônico. Connell e Messerschmidt (2013) expressam cuidado ao organizar essas categorias: apontam que as relações não

⁵ Nome fictício atribuído à barbearia onde foi realizada a pesquisa.

são fixas, mas sim configurações de práticas sociais que são engendradas e que possuem um recorte geográfico (sejam a partir de configurações globais, regionais ou locais).

No contexto da barbearia onde se realizou a pesquisa, as contribuições dos autores foram inspiradoras: dada a organização hierárquica entre os homens, é visto que eles passam a se associar de modo a agir em prol da manutenção do modelo hegemônico posto, e essa configuração emerge quando eles se unem para afirmação de determinados valores reconhecidos como valorizados e se afastam daqueles considerados desqualificantes. “Neste sentido, o masculino não funciona somente como o polo oposto do feminino, mas também necessita da confirmação e validação de outros homens a cada momento, já que nada garante sua confirmação para todo o sempre” (NASCIMENTO, 2001: 18).

É o que pudemos observar na relação profissional entre Pablo e Giovani⁶ - proprietários da barbearia. Ocorre que Pablo se posiciona como um verdadeiro macho alfa na barbearia, tanto que o estabelecimento carrega seu nome. Independente do motivo, o fato é que seu sócio, Giovani, não se posiciona dessa forma, mas ao mesmo tempo cria uma cumplicidade com Pablo de modo que os barbeiros o reconheçam tal como Pablo, ou seja, enquanto “chefe”/“patrão”, e isso só é possível através do mecanismo de cumplicidade.

Esses interlocutores, que se posicionam como representantes do modelo de masculinidade hegemônica na barbearia criam algumas tensões que permitem, por exemplo, elencar um grupo de homens que, ao não possuírem determinados atributos considerados legítimos pelo grupo, passam a ocupar um espaço de marginalidade. É o caso da expressão acusatória “manês”⁷ utilizada por Giovani em determinado momento. Tal expressão deixava evidente a existência de um grupo de homens (que por apresentarem determinado vestuário e comportamento) não eram bem-vindos à barbearia e muito menos cogitados como possíveis candidatos a trabalhar no estabelecimento. Em vários momentos, Pablo se utilizava de gírias e modos de comportamento para identificar os sujeitos que pertenceriam a esse grupo e, com isso, explicitar seu desejo de mantê-los à distância. Isso nos remeteu à pesquisa de Denise Jardim com homens de camadas populares da cidade de Porto Alegre. De acordo com a pesquisadora,

a relação entre homens é sobretudo uma experiência performática. É necessário saber se impor, controlar o malandro só no olho, saber reconhecer o caloteiro [...] e para isto é necessário controlar uma série de indícios sobre “os outros” que [...] somente a experiência de vida confere. (JARDIM, 2001: 192)

Curiosamente a categoria de subordinação, aquela ligada às identidades homossexuais, também se apresentava em alguns momentos. Durante a pesquisa não identificamos nenhum cliente que se sentisse à vontade para se assumir ou demonstrar ser homossexual, o que não quer dizer que não acessassem a barbearia. Ocorre que, dada a dinâmica heteronormativa das interações no ambiente, o local poderia mostrar-se bastante aversivo para um LGBTQIA+. De todo modo, nas dinâmicas interacionais da barbearia, ou seja, na conversa entre os barbeiros, é comum usar o termo “gay”, “veado” e “bicha” de forma jocosa, de modo que eles são lançados na intenção de rechaçar determinada conduta a fim de afirmarem a própria masculinidade. Ainda com relação a isso, em alguns momentos, notamos que o uso de frases e/ou expressões que, no imaginário dos barbeiros, aludem ao

⁶ Por preocupações de ordem ética, optamos por atribuir nomes fictícios aos interlocutores.

⁷ Giovani utiliza este termo para dizer que os barbeiros não poderiam se comportar e nem possuir um linguajar de “mano”. Para ele, existem determinadas gírias que não poderiam ser empregadas no espaço da barbearia, visto que ali, do ponto de vista dos sócios, não seria o ambiente adequado para maloqueiros.

universo feminino eram usadas para demarcar condutas “autorizadas” e “desautorizadas”. Por exemplo durante o atendimento de crianças. Nesses momentos, eles faziam comentários como “isto é coisa de homem”, ou, até “se ficar com este cabelo grande vai ficar parecendo menininha”, entre outros. Contudo com clientes adultos, não percebemos a mesma pedagogia (WEEKS, 1999).

Dentre as contribuições mais recentes no campo da psicologia voltadas ao campo das masculinidades encontra-se o trabalho de Valeska Zanello (2020). De acordo com a pesquisadora, as masculinidades são alicerçadas sobre o “dispositivo de eficácia” quanto no “dispositivo de cumplicidade”. Com relação ao primeiro, Zanello nos diz que se fundamenta na virilidade sexual e laborativa, ou seja, na ideia do “homem provedor”. No que tange ao segundo, a reiteração de um acordo simbólico entre homens e que não permite a “denúncia” de seus parceiros/brothers. De acordo com a autora, a virilidade sexual compulsória é constituída em dois pontos opostos: o positivo, relacionado à produção e exibição de performances de sexualidade ativa; e o negativo, que abrange as interdições aos signos que coloquem em xeque essa virilidade. Tanto Zanello (2020) quanto Welzer-Lang (2001) sustentam suas análises na categoria analítica de “casa dos homens” – tomada de empréstimo do antropólogo francês Maurice Godelier.

O conceito da “casa dos homens” nos permite compreender que o processo de subjetivação das masculinidades é organizado de forma que se deve “aprender a sofrer para ser homem, aceitar a lei dos maiores” (WELZER-LANG, 2001: 463). Tanto para Daniel Welzer-Lang (2001) quanto para Valeska Zanello (2020), os meninos aprendem, desde a escola, a aprendizagem austera dos códigos e ritos masculinos, que implicam em competições de virilidade e que perpassam o esporte, brigas físicas e competições. E, nisso, a máxima envolve aprender desde cedo a não ser como as meninas.

Para Welzer-Lang, tornar-se homem ocorre através de uma dupla violência mimética: inicialmente contra si mesmo, através do endurecimento do corpo e dos afetos e, em segundo momento, contra os outros, através do questionamento das masculinidades que fogem à norma. Assim, a aprendizagem viril é construída em um paradigma homofóbico, que garante aos “grandes homens” privilégios à custa das mulheres e à custa dos próprios homens, estruturando hierarquias masculinas a partir de um duplo poder (WELZER-LANG, 2001).

Em aporte similar, Michael Kimmel (2016), utilizando-se de um arcabouço Freudiano, explica que a masculinidade se organiza como fuga do feminino, pois, primeiramente, o menino se afasta da figura materna (feminina) a fim de se associar à figura paterna (masculino) e com isso deixa de incorporar traços que remetem à feminilidade e à figura materna, que seriam característicos do ato de nutrir, tais como compaixão, amparo e carinho.

Na Barbearia Don Pablo, este processo, de desvalorizar formas de conduta entendidas como pertencentes ao feminino, emerge de modo ambivalente. Ao analisarmos as narrativas e performances dos interlocutores, foi possível percebermos que suas interações reafirmam a renúncia de comportamentos interpretados como femininos, tais como docilidade, mansidão e submissão. Contudo, no exercício dessa hegemonia, contraditoriamente também nos deparamos com a valorização da função de cuidado a partir da noção de “homem responsável” (ARILHA, 1998). Nesse sentido, a paternidade e o exercício de cuidado que ela implica para a dupla Pablo e Giovani, emergem como sinônimo de responsabilidade pelos que estão sob sua guarda (mulheres, filhos e funcionários) e zelo pelo espaço que trabalham.

Não por acaso Kimmel (2016) afirma que os homens se constituem como tal a partir de outros homens, sob um olhar minucioso e cuidadoso, que assiste, classifica e outorga o domínio da masculinidade, pois que “os homens provem a sua masculinidade aos olhos de outros homens é tanto uma consequência do sexismo e um dos seus pilares principais” (KIMMEL, 2016: 110). Neste sentido, “a masculinidade é uma aprovação homossocial, seu sentimento dominante é medo”, pois “a homofobia [e o sexismo] é um princípio organizador central de nossas definições culturais de masculinidade”, visto que ela expressa “o medo de que possamos ser percebidos como gay” (KIMMEL, 2016: 110-1).

Fazendo barba, criando masculinidades em Mato Grosso do Sul

Abarcar os estudos da/na fronteira do urbano, contemplando a cidade a partir de suas tensões e negociações, permite-nos compreender as diferenças a partir das zonas de contato. Trata-se de enredar a experiência da vida cotidiana, com aspectos da memória e das políticas de desejo, a partir das dinâmicas no interior da cidade – essa entendida como um espaço geográfica e socialmente localizado que permite configurações particulares (PERLONGHER, 1987).

Assim, torna-se necessário desvelar particularidades da cidade de Campo Grande, a partir de sua história, de sua população, de seus arranjos sócio-políticos e que se fazem presentes no cotidiano da urbe. Tal cotidiano é fortemente marcado por um *ethos* agro (ATTIANESI e PASSAMANI, 2018; LUCCA, 2019). Isso nos permite compreender a dinâmica da vida social, sem perder de vista as produções subjetivas. Isso se revela na disposição dos modos de trabalho na região, que, em sua maioria, vão ao encontro da agropecuária e da agricultura e, também, na influência da cultura sertaneja na vida da população. Seria justamente esta inter-relação entre características rurais e urbanas que ajudam a compor as condutas dos habitantes de Campo Grande (ATTIANESI e PASSAMANI, 2018).

A capital de Mato Grosso do Sul tem sua dinâmica marcada pela inter-relação entre o rural e urbano, tão exposto na rotina das pessoas que habitam a cidade – não por acaso é apelidada de Cidade Morena, devido a cor avermelhada de sua terra. Quando comparada às capitais metropolitanas do eixo sudeste-sul, a capital sul-mato-grossense apresenta características socioculturais que a aproximam de cidades ditas interioranas - é uma das capitais brasileiras com um menor número de habitantes e, além disso, com uma conformação cultural bastante singular quando comparada aos grandes centros urbanos. Em estimativa de 2021, divulgada pelo IBGE, a capital, conta com o número de 916.001 habitantes.

No que diz respeito à cultura sertaneja, que é constituída tanto por sua conformação populacional (indígenas, negros e sulistas) quanto pelas especificidades de seu clima, flora e fauna (com destaque para a região do Pantanal), somado ao capital econômico-político do agronegócio, observa-se a sustentação de elementos que viabilizam uma estética de homem como pertencente às fazendas, ao campo e, por consequência, à agropecuária e à agricultura: uso de botas, calças jeans, camisas quadriculadas associadas aos peões de rodeio, cintos de couro com grandes fivelas, boné, etc (LUCCA, 2019). Tal configuração torna-se visível não apenas no estilo musical predominante (sertanejo), e no uso de determinadas vestimentas (com o predomínio do jeans, camisas quadriculadas e bonés), mas, sobretudo, em um imaginário social que valoriza as relações patriarcais e a naturalização da violência. Não por acaso valores como o bruto, rústico e sistemático,

que ecoam da influência da cultura gaúcha na região, naturalizam as atitudes ríspidas, rude, e pouco flexível associada aos homens da região (LUCCA, 2019).

Com relação à diversidade étnico-racial e cultural da região, conta-se com a presença de indígenas, população negra e imigrantes de diferentes nacionalidades (haitianos, japoneses, sírios, paraguaios, dentre outros) e que tornam a capital um caldeirão cultural. Nesses termos alguns símbolos atrelados ao “jeito de ser sul-mato-grossense” como o consumo da erva de tereré e o gosto pela sopa paraguaia (bolo de influência paraguaia) e a chipa (espécie de pão de queijo de origem paraguaia à base de mandioca e milho), são reveladores de uma região multicultural, e que ao mesmo tempo o imaginário social tenta apagar a qualquer custo renegando suas heranças indígena e paraguaia.

É nesse contexto sociocultural mais amplo que se localiza a barbearia Don Pablo. Ela está localizada no bairro Avaré⁸, próximo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Região afastada do centro da cidade e dispendo de uma dinâmica comercial própria, o bairro possui uma série de estabelecimentos comerciais que atendem tanto às demandas dos segmentos que compõem a Universidade Federal como também do Hospital Regional - que estão próximos da região.

O bairro tem proximidade com o Córrego Segredo, que corta a cidade, de um extremo a outro. Por ele passam duas avenidas principais: Ernesto Geisel, que margeia o Avaré na parte inferior e próximo ao Córrego, e a Manoel da Costa Lima, que liga o bairro da região da UFMS ao trevo Imbirussu. Sua localização é peculiar em relação às demais regiões, pois ali o fluxo de moradores é alto, devido às grandes avenidas, criando um fluxo intenso entre a periferia e o centro da cidade.

No que diz respeito às dinâmicas locais, percebemos que, em grande parte, os moradores são atendidos pelo comércio local, tanto nos produtos do mercado, quanto na construção civil, nas utilidades domésticas, nas práticas esportivas e nos serviços de estética e saúde. Essa especificidade faz com que os comércios e varejos locais tenham uma estrutura física que comporte muitos clientes. E, para além disso, percebe-se uma aproximação afetivo-regional⁹, que se distancia da lógica vendedor-consumidor próprios de lugares mais centrais, permitindo aos sujeitos que passam por ali a criação de um tecido afetivo que transcende o mecanismo frio e distante que os grandes comércios praticam, criando nas pessoas uma sensação de pertencimento.

O bairro Avaré sintetiza muito bem a realidade campo-grandense, visto que ele se organiza em torno do comércio, que é predominantemente agropecuário na região, ao passo que conserva costumes e hábitos de proximidade entre seus habitantes. A exemplo disso, vê-se pessoas fazendo uso da bebida típica do Mato Grosso do Sul, o tereré¹⁰, em frente às suas residências, além de ser comum ver crianças e adolescentes brincando nas ruas. Então, em um sentido microrregional, o Avaré alavanca seus potenciais econômicos-ideológicos, à medida que utiliza das afinidades para manutenção do vínculo cliente-amigo.

⁸ Nome fictício.

⁹ Este termo foi elaborado de forma a contemplar o delineamento etnográfico-cartográfico em relação aos afetos e às emoções e diz respeito a como estas são tecidas em acordo a uma dada especificidade de narrativas regionalizadas. O estabelecimento, a rua, o bairro, a cidade, bem como demais fatores regionais da coletividade tensionam e engendram um modo específico de afeto e este, por sua vez, cria sentimentos que são coletivos, mas tecidos na história singular daqueles que vivenciam a experiência que o local oferta.

¹⁰ Tereré é uma bebida típica do estado de Mato Grosso do Sul feita com infusão de erva-mate em água fria com ervas medicinais, sua origem é dos povos guaranis, tanto Nhandêvas quanto Kaiowás. Em 2020, o tereré foi declarado pela UNESCO como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade.

A especificidade afetivo-regional possibilita desdobramentos únicos nas relações comerciais e na vinculação dos interlocutores. Enquanto frequentamos o bairro, pudemos notar que os comerciantes locais não apenas se ajudavam quando precisavam de algo, mas se conheciam, o que motivava, por exemplo, que eles saíssem de suas lojas, em meio ao expediente, para perguntar de familiares ou de outras atividades que não eram, necessariamente, sobre trabalho ou consumo.

Em horários de pico, carros e motos fazem fila em frente à barbearia, que fica na principal avenida do bairro. Assim, ao final da tarde, o espaço costuma se destacar, atraindo mais público. Devido ao posicionamento da Barbearia Don Pablo, nossa experiência permitiu um aprofundamento das relações que estão postas no centro do comércio local, criando maior sensação de familiaridade com os frequentadores. Observando a avenida em horários de fluxo é comum o contraste de moradores e comerciantes locais sentados em frente as suas residências e/ou comércios. Muitos dos comerciantes residem no próprio local de trabalho, morando aos fundos. Cria-se uma intimidade desses com o espaço de trabalho, o que aproxima os sujeitos que se deslocam até a região para consumir ou adquirir algum produto.

Os comerciantes que não moram na região do Avaré, situam-se em bairros vizinhos, o que aumenta o vínculo afetivo e concebe um ambiente acolhedor aqueles que são novos. Nossa entrada em campo veio permeada por esses afetos e, assim, pudemos perceber e sentir as tensões dos laços que são criados nesse bairro. Como dissemos, é comum a troca de serviços e produtos entre os comerciantes, o que permite que suas relações ultrapassem a lógica dos grandes centros e se aproximem intimamente.

Desde a primeira vez que fomos à barbearia, notamos que houve alterações significativas no espaço, ou seja, foi possível constatar que a barbearia se desenvolveu, adaptando-se às dinâmicas dos relacionamentos tecidos em seu entorno e também ajustando-se aos atravessamentos decorrentes da pandemia do coronavírus. Com relação a esta questão, pudemos verificar que, com a pandemia, os funcionários e donos do estabelecimento uniram-se mais na intenção de cuidar uns dos outros. Não fugindo às medidas de biossegurança, eles trocavam informações sobre os sintomas e testagens uns dos outros, a fim de acompanhar a dinâmica do contágio e decidir coletivamente sobre a abertura (ou não) dos comércios.

Para compreendermos a dinâmica relacional da barbearia é necessário apresentar duas figuras centrais: Pablo e Giovani, seus proprietários. A dupla tem uma história que precede à barbearia, o que a torna um espaço que não se restringe aos serviços estéticos, mas sintetiza uma parceria estabelecida entre os dois, o que, para eles, justifica o emprego do termo “parceiros”. Ocorre que Pablo e Giovani são amigos desde a infância. De acordo com seus relatos, tiveram oportunidade de experienciar as fases da adolescência juntos e, no percurso da vida adulta, distanciaram-se pelos afazeres, até que se reencontram novamente.

Considerando esse vínculo de amizade, é preciso dizer que ambos são formados por múltiplas trajetórias, que são expressas tanto na prática profissional e no seu modo de ser homem na barbearia, quanto no compartilhamento das experiências pessoais de cada um. Em termos das relações de trabalho, são eles que admitem ou demitem novos barbeiros, bem como constroem para a barbearia um determinado modelo de masculinidade através do estabelecimento de um tipo ideal de clientela.

À medida que fomos dialogando com os personagens da barbearia, principalmente os barbeiros, percebemos que eles tinham uma admiração significativa pela dupla. Esse encanto se dava por diversos motivos. A partir de nossa interação com os barbeiros e da observação da dinâmica cotidiana do estabelecimento foi possível construir um mapa dos principais elementos que fazem com que a dupla seja admirada por seus funcionários: 1) o fato da dupla formar uma parceria que culminou na barbearia, logo, eles ocupam a posição de dono do espaço; 2) ambos têm atributos que remetem a um poder-econômico-ideológico hegemônico, tais como motocicletas do modelo custom (fetichizadas entre os barbeiros) e vestimentas que remetiam ao estilo *Rock And Roll*, como botas, óculos, calças, brincos, piercings e tatuagens; e 3) ambos costumam vangloriar comportamentos de riscos, tais como pilotar bêbados, cair de motocicleta e “seguir viagem”, realizar manobras e/ou alcançar velocidades que coloquem a vida em risco. É importante destacar que tais comportamentos, no mundo dos homens, possuem não apenas o caráter pedagógico (aquele que é admirado constitui-se como um modelo a ser seguido), mas são reveladores das “formas de pensar e de agir que constituem o masculino em nossa cultura” (ALBUQUERQUE JR, 2010: 28). Nesse enquadre representacional:

A masculinidade se vê associada, normalmente, a práticas onde a tônica é a violência, a falta de cuidado com o outro e consigo mesmo. Ao masculino são associados a aventura e o risco, que levam os homens a se colocarem em situações e a promoverem práticas que os expõem à morte, aos acidentes e ao dano físico e psicológico, em maior número do que aquelas situações em que se envolvem as mulheres. Da mesma forma que parecem não estar atentos a situações em que possam se machucar, muito menos estão atentos para situações onde possam vir a machucar o outro, seja física ou psicologicamente falando.

Especificamente com relação ao consumo de bebidas, nossos dados de campo apontam algo parecido ao encontrado na pesquisa realizada por Paulo Melgaço Junior e Marcio Caetano (2018) junto a homens negros da baixada fluminense. No trabalho desenvolvido pelos autores, o uso de bebida alcoólica é um “artefato” de “fundamental importância nas rodas de homens” (SILVA JR e CAETANO, 2018: 196). Num contexto de sociabilidade, é ela que permite que o homem se sinta mais homem ao mesmo tempo que o insere numa condição de ambiguidade: “se o sujeito é capaz de beber e não ficar bêbado, isso é uma prova de masculinidade adulta, controle e maturidade. Se passa no consumo de álcool e desordena a descontração, o sujeito pode não se manter no grupo. A perda de controle pode significar a perda da masculinidade.” (id., ibid.). No caso das dinâmicas relacionais presentes na barbearia Don Pablo, o fato da bebida ser consumida no ambiente de trabalho por um dos proprietários (em momentos de menor fluxo, ou seja, em momentos específicos) também nos permite afirmar a existência de determinados “cálculos” (espécie de avaliação de risco) para que seu uso não implicasse em excessos e, portanto, na perda de controle.

A partir desses da produção e reiteração desses códigos, percebemos que tanto Pablo quanto Giovani ocupavam a “antecâmara da casa dos homens” (WELZER-LANG, 2001: 463), pois serviam de modelo masculino, sendo encarregados de transmitir valores e condutas que um barbeiro de sucesso deveria ter. Na “casa dos homens” há uma complexa pedagogia de regulação dos corpos e da sexualidade (WEEKS, 1999) e que passa constantemente pela reiteração de atributos que se acredita pertencerem a “um homem de verdade”: “ser viril e conquistador, ter sucesso, poder e prestígio social” (NOLASCO, 1997: 17).

Nesse roteiro, Giovani é uma figura bastante emblemática, pois fornecia à barbearia um ar bastante particular, permeado de certa rispidez. Em momentos que precisava instruir os barbeiros a fazer algo na barbearia não dispunha de muitas palavras. Era direto, ou como diziam, “curto e grosso”. Ao invés de explicar, Giovani preferia apontar para o objeto que deveria ser manipulado e ficar em silêncio, aguardando que a decisão mais sensata, do seu ponto de vista, fosse tomada. Quando isso não acontecia vinha o silêncio e uma expressão de rosto que passava uma ideia de desdém. Afinal, “o modelo de masculinidade a ser seguido pelos meninos é o deste homem de verdade. Ele é solitário e reservado quanto a suas experiências pessoais, ou então superficial e prático, orientado para agir e realizar atividades” (NOLASCO, 1997: 20-1).

Certa vez Giovani contou que passou sua infância indo com frequência na chácara de seus avós e agora, na vida adulta, passava alguns finais de semana no “interior” da cidade, na chácara de sua mãe. Ele narra que gosta de ir até o local para “ficar em paz” e em silêncio, pois ali conseguia se distanciar da “grande movimentação” da cidade. À medida que o interlocutor trazia esses aspectos da chácara e do “interior” da cidade, percebemos que este comportamento de não falar ou até não lidar com a instrução dos outros também advinha de um estilo de vida “interiorano”, visto que Giovani narrou sobre o trabalho braçal que desempenha na barbearia e como esse é permeado por pouca instrução, pois é constituído de algo prático, dispensando, de certa forma, algum tipo de orientação.

Esse comportamento, em conjunto à história de relação do Giovani com o interior, nos permite inferir que as formas de produzir a cidade estão a todo momento vinculadas às formas de se viver em comunidade e de se construir nossas identidades, o que ocorre através do jogo dialético entre interior/urbano/etnicidade que forma a cidade e a experiência urbana, constituindo as relações (DOMINGUES e GONTIJO, 2021).

Essa forma de silenciamento e tratativa das orientações pode estar ligada ao que Domingues e Gontijo (2021: 78) denominam “discursos e imagens cristalizadas” que estão “atreladas a aspectos da dominação mais ampla, seja do centro em relação à periferia, seja da metrópole em relação ao interior”. Isso porque, através desse silenciamento e da expressão de desdém, Giovani conseguia se impor aos barbeiros e compor um lugar na hierarquização viril do espaço, confirmando sua ocupação na antecâmara.

De todo modo, para os barbeiros, esse comportamento do Giovani era lido como razoável e, inclusive, quando ele não surtia efeito, os próprios colegas retaliavam-se, pois não haviam prestado a atenção direito em alguma questão na barbearia, o que evidencia o efeito do silenciamento como forma de dominação expresso por Giovani e ao mesmo tempo um certo nível de cumplicidade entre os funcionários e o patrão. Isso demonstra que em meio aos silenciamentos os homens se estabelecem e ditam regras hegemônicas de comportamento, similar ao exposto nas contribuições da Zannello (2018) ao explicar que a cumplicidade entre os homens também pode ocorrer através de um silenciamento.

É curioso o fato de que “apenas” o apontar de Giovani tivesse como efeito imediato a resposta dos barbeiros. Logo eles tentavam sanar, dirimir ou alcançar aquilo que o patrão indicava. O deslocamento entre eles era repentino e, depois de algumas investidas nessa forma de “linguagem”, os demais personagens não perguntavam mais sobre o que era, apenas exerciam a sua capacidade de decifrar. Nos termos de Sócrates Nolasco (1997: 21),

Um menino aprende, em seu processo de socialização, que deve silenciar seus sentimentos e frustrações, bem como evitar situações de vergonha e medo. Cresce criando

defesas e proteções contra sentimentos desagradáveis, já que podem servir como indicadores de sua limitação para atender às exigências de seu papel social.

Esse modo de conduta entre os barbeiros demonstra que a ideia do silêncio como linguagem era algo do repertório dos barbeiros, o que implicava em uma dinâmica que resguarda o constructo de uma masculinidade em relação de contínua afirmação e aprendizagem pela imitação. De acordo com Jardim (2001: 192),

Essas performances masculinas são rotinizadas e portanto são mais do que o espaço de interação social e sim de estruturação de uma experiência que estabelece o nexo entre o físico e o social. Essas performances esperadas eram melhor percebidas em situações tais como: o domínio sobre a ingestão de bebidas alcóolicas, a capacidade de controlar o espaço físico do bar e os seus interlocutores e produzir sua própria imagem pública ou de seu ofício, colocando-se recorrentemente como trabalhador ou provedor de uma família em contraposição ao malandro e ao vagabundo.

Houve dois momentos que os barbeiros puderam antecipar o que Giovani apontava: 1) quando um dos barbeiros não sabia onde acendia uma das luzes próxima ao balcão do caixa; e 2) quando um dos barbeiros não sabia onde estava sua toalha, que é seu material de trabalho quando vão fazer a barba. Em um desses momentos Giovani exclamou: “Finalmente! Vocês trabalham aqui há tanto tempo e não sabem onde ficam as coisas? Eu preciso dizer?”. O incômodo do barbeiro emergia através de um aparente ressentimento, que pressupunha que os materiais de serviço e a execução dos serviços da barbearia estavam sob sua responsabilidade, quando deveriam ser assumidos em pé de igualdade pelos outros “homens da casa”.

Ao explorar mais esses comportamentos de silenciamento motivados por Giovani, a linguagem implícita que se evidenciava entre os barbeiros era: “você são homens e barbeiros como eu, logo, antes de me perguntar como executar as funções ou onde estão os materiais, você precisam analisar o ambiente e buscar por si mesmos, pois é esperado que você saibam.” Ou seja, era como se tivesse uma obviedade por trás da organização da barbearia e da disposição dos materiais e ferramentas que aqueles que adentravam ao espaço precisavam saber ou, então, não eram tidos como profissionais o suficiente (ou poderíamos pensar, homens o suficiente?) e poderiam ser motivo de chacota.

Nos atributos físicos e estilísticos, Giovani é um homem de altura média-baixa, magro, mantém seu cabelo raspado na máquina, no estilo militar e o comprimento de sua barba varia entre médio e longo. É um homem branco, com características que remetem à miscigenação indígena/negra. Ele usa óculos, geralmente está calçando um tênis *All Star* e uma calça que costuma ficar caída, beijando metade das suas nádegas. Apesar de, aparentemente, ser algo desconfortável, uma vez que a função de barbeiro exige a manipulação com as mãos, Giovani não se importa de ter que parar seu serviço para subir suas calças. Acrescente-se isso a um cigarro eletrônico nas mãos no intervalo dos cortes.

Giovani largou os cigarros de papel assim que sua filha nasceu, conforme me relatou em uma de nossas conversas. Ele é pai de uma garota de 14 anos, que estuda em uma escola municipal, em um bairro distante do local de trabalho. Em meio aos intervalos da Barbearia, Giovani conta que a notícia de sua filha veio em um momento conturbado de sua vida: à época ele estava longe de sua mãe, que morava em outra cidade e fazia uso constante de cocaína, álcool e maconha.

Ele revela que foi com a notícia de que iria ter uma filha que conseguiu diminuir o uso das substâncias e procurar outras atividades, alterando a dinâmica de sua vida. Para ele esse momento da sua vida foi de rupturas e, em meio dessas

quebras, Pablo, seu amigo de infância, também ficou no passado. Com relação a esse aspecto, Jardim (2001: 193) nos chama a atenção:

Apesar de ser difícil precisar [...] as fases da vida de um homem, um indício interessante é a irreversibilidade da posição social de um homem a partir da condição de pai, mesmo com a constante definição destes homens como sozinhos.

Giovani, apesar de ser uma figura central na barbearia, era impelido a fazer longos distanciamentos do seu local de trabalho. Ocorre que, segundo ele, sofre com a hérnia de disco e já teve episódios de, praticamente, ficar paralisado por conta da dor. Em meio aos distanciamentos, ele frequentava a barbearia a fim de supervisionar os demais barbeiros. Nesses momentos, Giovani demonstrava-se mais livre para conversar e, em uma das vezes, relatou-me que era viúvo de um outro casamento e que nesse não constituiu filhos.

Ao falar dos últimos momentos de vida da sua ex-esposa informou que ela tinha hipertensão pulmonar e que próximo do final a doença já havia atacado órgãos como o coração, o fígado e o rim. Revelou ainda como era difícil para ele exercer o cuidado nos últimos anos de vida, pois tinha de dar banho em sua falecida esposa e a levar de cadeira de rodas até os lugares. Em momentos que o assunto vinha à tona, o barbeiro se atinha sobre o exercício do seu cuidado para com sua ex-esposa, mas falava pouco sobre o sofrimento dela nos últimos dias ou de características que o levou a constituir o relacionamento ou a se manter nesse. Nas palavras do barbeiro, era difícil captar o que fazia pela manutenção dessa relação.

Ao que parece, Giovani não conseguia exprimir como o exercício do cuidado alterou sua vida. E, para além disso, também não exprimia quais as motivações que o levaram a assumir o papel de cuidador. Ao mesmo tempo, em uma outra oportunidade, Giovani revelou que só foi possível ser parceiro de negócios na barbearia e ter sua casa própria porque dedicou parte da sua vida a cuidar da ex-esposa, que proporcionou retornos financeiros a ele, possibilitando, inclusive, que comprasse sua motocicleta custom. Ele explicou ainda que essa relação lhe permitiu sair da casa da mãe, a qual retornará depois do último casamento. Também comprou um carro e elevou seu padrão de sua vida. Quando narra esses fatos, bem como a morte de sua ex-esposa, ele não expressava comportamento lastimoso ou enlutado. Observa-se aqui, que “mesmo nas “queixas” masculinas entre homens, há a afirmação positiva de seu papel” (JARDIM, 2001: 195).

Seu modo de exercer cuidado, pode ser interpretado por muitos homens campo-grandenses como algo desprestigiante e distante dos ideais de masculinidade que o modelo político-ideológico do agronegócio imputa: “bruto, rústico e sistemático”. Ao contrário, seu papel de cuidador, de cuidador de uma esposa em situação de grave adoecimento, o fez assumir uma espécie de “masculinidade de transição”. Em pesquisa realizada por Margareth Arilha (1998), junto a homens de camadas médias da cidade de São Paulo e com idades entre 20 e 44 anos em torno das questões da vida reprodutiva masculina, constatou-se a presença de uma noção de transição entre uma etapa da vida considerada de “zoeira” e outra marcada pela ideia de responsabilidade. Nesse processo a compreensão de que, para os homens, a passagem da “adolescência” (como sinônimo de imaturidade) para a “idade adulta” (como sinônimo de maturidade) estava atrelada à noção de “responsabilidade” e passava pelo “cuidado” com a família.

É visto que Giovani utilizava do cuidado exercido para com a esposa para constituir um traço de identidade que dialoga com o ideal de homem zeloso e preocupado. Esse traço de personalidade reverbera em outras funções e constitui

característica tanto da sua identidade quanto da barbearia, visto que ele lança mão desse conteúdo para escolher quem adentra o espaço de serviço. Nos termos de Arilha (1998: 62),

o que parece configurar a passagem da fase adolescente para a vida adulta é a incorporação de responsabilidades [...]. O nascimento do filho e todas as implicações desse fato é que parecem determinar para o jovem do sexo masculino essa passagem.

Outra figura que ocupa a antecâmara da Barbearia Don Pablo é o próprio Pablo. Ele é um homem alto, magro, de barbas longas e um cabelo raspado, que expõe as entradas que ganhou com a idade. É branco e utiliza uma barba de comprimento longo. Aparenta estar na faixa dos 50 anos de idade e costuma estar trajado de jeans, botas e uma camiseta, geralmente escura. É do seu costume usar no bolso da calça jeans uma corrente, que fica pendurada na calça. Possui tatuagens, brincos e pulseiras, que remetem ao estilo do Rock.

Pablo é um homem que se destaca entre os outros da barbearia pela sua altura. Suas características físicas destoam dos traços dos homens da região, observada a cor da sua pele, sua altura e os traços de seu rosto. Seu olhar é intimidador e remete a uma ideia de homem sisudo, rígido. Em suas interações com os barbeiros mostrava-se sempre focado. Pode ser lido como um homem frio ou, pelo menos, alguém que se esforça para externalizar essa aparência.

Ele não costumava falar muito, apesar de que sua chegada na barbearia costumava vir recheada de barulho. Pablo utiliza uma motocicleta que tem um som acoplado, o que garante a ele uma chegada estrondosa à barbearia, que é performada sem muita pressa. Em vários momentos que estivemos na barbearia, Pablo chegou com sua moto pela calçada, percorrendo cerca de uma quadra, enquanto deixava que o som do motor e de sua música preenchessem o ambiente. Ao chegar na barbearia, ele desce da moto com ela ainda ligada e abre uma faixa de segurança que está no entorno da área externa da barbearia. Entra no local com seu veículo e olha para os lados, procurando sujeitos que notariam sua chegada. Essa performance é exercida de forma lenta e rotineira.

A evidência do seu ruído e sua performance garante a atenção daqueles que estão ao seu redor, e Pablo aparenta sentir-se confortável à medida que chega e guarda sua moto. Ele expressa isso com um sorriso de canto de boca. Nesses momentos de chegada cumprimentava os que estavam do lado externo da barbearia a partir de um aceno com a cabeça. Algo similar ao movimento de assentir. Nos diz Almeida (1996: 34),

uma boa moto, suscita inveja, respeito e desprezo ao mesmo tempo. Inveja, porque obtém os bens de consumo que são vistos como valorizadores da imagem masculina; respeito, por o seu capital simbólico de masculinidade ser maior e por se reconhecer que de algum modo triunfou porque estrategizou melhor, denotando (na teoria local) qualidades inatas; desprezo, porque ao aceder mais perto do mundo dos ricos, participa da imoralidade que se julga estar na essência da riqueza.

Além de performar atributos de uma masculinidade hegemônica com sua moto, Pablo costuma observar a barbearia, caminhando a passos lentos, olhando de perto os barbeiros. Posiciona-se de forma fria e distante quando o salão está cheio. Contudo, em dias vazios, sentava-se do lado externo do salão para conversar e até se permitia dar algumas risadas. Por vezes, os diálogos entre os barbeiros revelavam dramas da vida cotidiana, tais como a experienciada por Giovani com relação à hérnia de disco ou mesmo as inseguranças do cotidiano, que, geralmente, emergiam através de temas como a paternidade ou os preços do mercado. Nesses momentos, Pablo tinha o hábito de fazer chacota das tensões trazidas e, a

partir disso, distanciava-se, não dando cariz às suas vulnerabilidades. Afinal, “a ideia de homem de verdade carrega em si a negação de qualquer possibilidade de fracasso ou limitação” (NOLASCO, 1997: 25).

Pablo não aparentava ser um sujeito extrovertido. Mostrava-se imerso em sua rigidez e isso ficava evidente pelo seu modo de gesticular e caminhar, que são expressos de forma intransigente. Apesar de sua aparência pouco carismática com os barbeiros, Pablo mostra-se simpático na presença de seus clientes - que iam à barbearia para cortar apenas com ele. Geralmente são homens que vão com seus filhos. No cotidiano, Pablo demonstrava ser alguém pouco dado a arroubos sentimentais, o que se expressava em ações muito comedidas e que chegam a parecer indiferença. Ele parecia obter certo deleite na sua rigidez, tal como um escudo protetor. Em um dos momentos de descontração, um dos barbeiros dizia como se sentia ao saber que seu filho iria nascer, contando com entusiasmo sua experiência ao assistir o parto. Pablo desdenhou da vivência e exclamou: “isso é cuspir no prato que se come!”, referindo-se a assistir ao parto. Em seguida, levantou-se, pegou seus cigarros e foi para dentro da barbearia. Afinal, “a demonstração de fragilidade emocional equivale, no imaginário masculino, à fraqueza, à falha em seu “papel de homem de verdade” (NASCIMENTO, 2001: 41).

Não demorou muito para que Pablo voltasse à conversa. Em seu retorno escutou a experiência do Giovani em relação à paternidade, que partilhou de seu sentimento com o outro barbeiro em relação a assistir o parto. Naquela oportunidade, ele revelou como ser pai era importante para ele. A partir disso, nos alongamos em uma conversa sobre filhos e cuidado. Esses afetos compartilhados, em conjunto com as observações de funcionamento da barbearia, fizeram com que percebêssemos a importância da produção de homens pela lógica do cuidado como sinônimo de responsabilidade (JARDIM, 2001; ARILHA, 1998) ao mesmo tempo em que buscam a todo custo afastar-se de um repertório considerado, por eles, emotivo, frágil, “feminino”.

Além disso, percebemos que a figura de Pablo e seu comportamento em relação aos funcionários, reitera a ideia de que “homens de verdade” não são dados à intimidade e que precisam se sentir seguros para a manifestação de afetos. Apesar de ser pai, Pablo não se permitiu a partilhar sua experiência sobre o parto e sobre sua mulher durante a gravidez. Para ele, homens não se ocupam dessas questões, que, ao seu entender, seria restrita às mulheres. Portanto, é possível afirmar que aqui o cuidado ganha o sentido de um valor moral e que é manifesto nas situações que exigem “responsabilidade”. Ser cuidadoso é se responsável, é agir quando se faz necessário, é não se furtar às responsabilidades, é “cumprir com suas obrigações”.

Nesse sentido, Giovani e Pablo utilizam da paternidade e do exercício do cuidado para organizar sua função social trabalhista, pois eles têm preferência de contratar barbeiros que são pais, além de que aprenderam o exercício de barbeiro observando outros homens. Na pesquisa desenvolvida por Jardim (2001), ela também constata que:

Nas versões coletadas direta ou indiretamente (relatos de relatos) sobre as famílias, a paternidade é um marco na vida dos homens, diferenciador de seu status perante os mais moços. Através da posição de pai ou de chefe de família, este diferencial consolida um valor irreversível na trajetória de vida de um homem. Além de um divisor de águas entre os homens (especialmente na dinâmica das conversas nos bares), significava um outro leque de valores esperados e incorporados pelo sujeito referidos a uma posição de respeito que somente o valor família parece concretizar para o sujeito. (JARDIM, 2001: 194)

Essa reconfiguração do cuidado, que se afasta de uma noção de cuidado feminino (sustentáculo da noção gendrada de “amor materno”), é atravessada por várias ambiguidades. Trata-se de um papel que deve ser assumido (portanto não é da ordem de uma pretensa “natureza” dos homens), e que remete ao de “chefe” ou “provedor”, mas que ao mesmo tempo precisa ser exercido de acordo com protocolos estabelecidos. Não por acaso o barbeiro que compartilhou sua experiência de assistir ao parto de sua esposa foi rispidamente “rechaçado” por Pablo. Estaria este exercício de cuidado aproximando-se do que se entende como “cuidado feminino”? De acordo com Nolasco (1997: 18),

As relações interpessoais masculinas se restringem a encontros sociais em que pouco se fala ou se compartilha de experiências vividas; elas são marcadas por atitudes em que o que está em questão são demonstrações de atitudes de “macho”, os ditos homens de verdade.

Não por acaso, com relação a esta mesma cena, com a chegada de Giovani e Pablo na conversa e, principalmente, com o posicionamento de Pablo em relação ao parto e a assistir o nascimento do filho, o barbeiro reexamina e altera seu posicionamento quando é tolhido por um dos homens que ocupam a antecâmara da barbearia. Giovani, apesar de não compartilhar do incômodo de Pablo diante da possibilidade de assistir um parto, não se indispôs em relação a ele, o que revelou, num certo sentido, sua indisposição em abalar a cumplicidade entre os “parceiros”. Ao longo da pesquisa notamos que, no contexto da barbearia, tanto a cumplicidade quanto os atributos que sedimentam o repertório de uma masculinidade se dá de modo ambíguo.

Considerações finais

Nosso exercício durante a presente investigação foi dar ênfase ao processo de construção das masculinidades a partir dos processos de interação em uma barbearia localizada na cidade de Campo Grande-MS. Se não é possível falar numa masculinidade no singular (como se fosse algo universal e trans-histórico), a pluralização só faz sentido quando localizada e contextualizada. Nesse sentido, buscamos compreender como num ambiente de homossociabilidade voltado para o cuidado estético, masculinidades eram performadas, construídas e/ou reiteradas. Nesse percurso, diálogos, narrativas, comentários, expressão corporal, brincadeiras, foram interpretados como “artefatos” importantes na construção desse edifício chamado masculinidade.

Nesse sentido, as dinâmicas de homossociabilidade no interior da barbearia Don Pablo nos permitem pensar os modos como a produção das masculinidades operam em um contexto marcado por tensionamentos, negociações e disputas. Os dados de nossa pesquisa, embora localizados, reafirmam outros achados de pesquisadoras e pesquisadores (JARDIM, 2001; ALMEIDA, 1996; ARILHA, 1998; SOUZA, 2003) de que as masculinidades estão longe de se constituírem enquanto um empreendimento “acima de qualquer suspeita”. Ao contrário, a constante tensão entre homens, resolvida (nunca em definitivo) por um senso de cumplicidade, e partir de determinados repertórios, dão conta de sua contínua instabilidade. Nesta fábrica de produção de homens, com suas disparatadas parafernalias e rituais, não basta ser um “igual”, nem mesmo ter pau, barba, cabelo e bigode. Na barbearia da “casa dos homens”, a “macheza” “sentada” na “cadeira do barbeiro” é posta à prova. Ali, produzida por outros homens, dá-se conta de que “homem **não é** Homem e pronto”.

Recebido em 25 de março de 2022.

Aprovado em 17 de junho de 2022.

Referências

- ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. “Máquina de fazer machos: gênero e práticas culturais, desafio para o encontro das diferenças”. In: MACHADO, Charliton José dos Santos; SANTIAGO, Idalina Maria Freitas Lima; NUNES, Maria Lúcia da Silva (orgs.). *Gêneros e práticas culturais: desafios históricos e saberes interdisciplinares* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2010. pp. 23-34.
- ALMEIDA, Miguel. Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do sul de Portugal. *Anuário Antropológico*, 95: 161-189, 1996.
- ARILHA, Margareth; UNBEHAUM, Sandra; MEDRADO. Benedito (Orgs.). *Homens e Masculinidades: Outras palavras*. São Paulo: ECOS/Ed. 34, 1998.
- ARILHA, Margareth. “Homens: entre a ‘zoeira’ e a ‘responsabilidade’”. In: ARILHA, Margareth; UNBEHAUM, Sandra; MEDRADO. Benedito (Orgs.). *Homens e Masculinidades: Outras palavras*. São Paulo: ECOS; Ed. 34, 1998. pp. 51-77.
- ATTIANESI, Daniel; PASSAMANI, Guilherme Rodrigues. Um urbano pra lá de rural: as particularidades políticas, históricas e culturais que transformaram Campo Grande de arraial a capital. *Cadernos do LEPAARQ*, 15 (30): 56-68, 2018.
- BADINTER, Elisabeth. *XY: sobre a identidade masculina*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil Ltda, 2012.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CALDAS, Dario (org.). *Homens: comportamento, sexualidade, mudança*. São Paulo: SENAC, 1997.
- CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Estudos Feministas*, 21 (1): 241-282, 2013.
- CONNELL, Robert W. Políticas da masculinidade. *Educação e Realidade*, 20 (2): 185-206, 1995.
- DOMINGUES, Bruno Rodrigo Carvalho; GONTIJO, Fabiano. Como assim, cidade do interior? Antropologia, urbanidade e interioridade no Brasil. *Ilha - Revista de Antropologia*, 23 (3): 61-83, 2021.

FONSECA, Claudia. Quando cada caso NÃO é um caso: Pesquisa etnográfica e educação. *Revista Brasileira de Educação*, 10: 58-78, 1999.

JARDIM, Denise. “Performances, reprodução e produção dos corpos masculinos”. In: LEAL, Ondina Fachel (org.). *Corpo e significado: ensaios de Antropologia Social*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2001. pp. 189-201.

KIMMEL, Michael S. Masculinidade como homofobia: Medo, vergonha e silêncio na construção de identidade de gênero. *Equatorial – Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social*, 3 (4): 97-124, 2016.

KIMMEL, Michael S. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. *Horizontes antropológicos*, 4 (9): 103-117, 1998.

KIMMEL, Michael S.; MESSNER, Michael A. *Men's lives*. Thailand: Macmillan Publishing Co, 1992.

LIMA, João Pedro Vilar Nowak de. *Barba, cabelo e bigode: uma cartografia sobre os sentidos de masculinidade em uma barbearia de Campo Grande - MS*. Dissertação de Mestrado, Psicologia, UFGD, 2022.

LYRA, Jorge. *Paternidade adolescente: uma proposta de intervenção*. Dissertação de Mestrado, Psicologia Social, PUC-SP, 1997.

LUCCA, Paulo Roberto. *Cerca adentro, cerca afora: Gênero, Memória e gestão entre fazendeiras de Mato Grosso do Sul*. Dissertação de Mestrado. Antropologia Social, UFMS, 2019.

MEDRADO, Benedito. *O masculino na mídia: repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira*. Dissertação de Mestrado, Psicologia, PUC-SP, 1997.

NASCIMENTO, Marcos Antonio Ferreira do. *Desaprendendo o silêncio: uma experiência de trabalho com grupos de homens autores de violência contra a mulher*. Dissertação de mestrado, Saúde Coletiva, UERJ, 2001.

NOLASCO, Sócrates. *De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

NOLASCO, Sócrates. “Um ‘homem de verdade’”. In: CALDAS, Dario (Org.). *Homens: comportamento, sexualidade, mudança*. São Paulo: SENAC, 1997. pp. 14-29.

NOLASCO, Sócrates. *O Mito da Masculinidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCOSSIA, Liliana da. *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

PERLONGHER, Néstor. *O negócio do michê: prostituição viril em São Paulo*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SILVA Jr., Paulo Melgaço da; CAETANO, Marcio. “Roda de homens negros: masculinidades, mulheres e religião”. In: CAETANO, Marcio; SILVA JR, Paulo Melgaço da. *De guri a cabra-macho: Masculinidades no Brasil*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2018. pp. 190-211.

SOUZA, Rolf Ribeiro de. *A confraria da esquina. O que os homens de verdade falam em torno de uma carne queimando: etnografia de um churrasco de esquina no subúrbio carioca*. Rio de Janeiro: Bruxedo, 2003.

SOUZA, Rosane Mantilla de. *Paternidade em transformação: o pai singular e sua família*. Tese de Doutorado, Psicologia, PUC-SP, 1994.

VELHO, Gilberto. "Observando o Familiar". In: NUNES, Edson de Oliveira (org.). *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. pp. 36-46.

WEEKS, Jeffrey. "O corpo e a sexualidade". In: LOURO, Guacira Lopes (org.). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. Belo horizonte: Autêntica, 1999. pp. 35-82.

WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. *Estudos Feministas*, 9 (2): 460-482, 2001.

ZANELLO, Valeska. "Masculinidades, Cumplicidade e Misoginia na "Casa dos Homens": um estudo sobre os grupos de whatsapp masculinos no Brasil". In: FERREIRA, Larissa (Org.). *Gênero em perspectiva*. Curitiba: CRV, 2020. pp. 79-102.