

BARBER SHOPS BRASILEIRAS E BARBEARIAS: UMA PONTE POR MEIO DE MÍDIAS?

PELUQUERÍAS Y BARBERÍAS BRASILEÑAS: ¿UN PUENTE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS?

BRAZILIAN BARBER SHOPS AND BARBERSHOPS: A BRIDGE THROUGH MEDIA?

Recebido em: 06/09/2021

Aceito em: 00/00/00

Ricardo Cortez Lopes¹ 

Resumo: este estudo é uma análise das barber shops brasileiras de uma perspectiva cultural, buscando investigar valores de grupos circulando. Imagética das barber shops brasileiras e sua relação com mídias americanas, por meio da teoria dos contextos representativos. Contrastamos imagens das séries "Um príncipe em nova york", "Todo mundo odeia o chris", e Barber Shop ("Um salão do Barulho") com fotos de salões brasileiros. O resultado do estudo demonstrou que (A) há uma resignificação por meio da referência, (B) existência de códigos estabelecidos nas mídias enquanto parâmetros comunicacionais para produzir uma renovação da tradição brasileira e (C) o processo ocorre em três atos: o salão que é o ambiente, a cadeira que é o ponto do começo do trabalho e os equipamentos como a conexão final e que garante um retorno futuro do cliente.

Palavras-chave: Barber Shop; barbearia; teoria dos contextos representativos; mídias.

Resumen: este estudio es un análisis de las peluquerías brasileñas desde una perspectiva cultural, buscando investigar los valores de los grupos que circulan. Imaginería de las peluquerías brasileñas y su relación con los medios estadounidenses, a través de la teoría de contextos representativos. Contrastamos imágenes de las series "Un príncipe en nueva york", "Todos odian a chris" y Barber Shop ("Um salon do Barulho") con fotos de salones brasileños. El resultado del estudio mostró que (A) hay una resignificación por referencia, (B) la existencia de códigos establecidos en los medios como parámetros de comunicación para producir una renovación de la tradición brasileña y (C) el proceso se da en tres actúa: el salón que es el entorno, la silla que es el punto de partida de la obra y el equipamiento como conexión final y que garantiza un futuro retorno para el cliente.

Palabras-chaves: Peluquería; barbería; teoría de contextos representativos; medios de comunicación.

Abstract: this study is an analysis of Brazilian barber shops from a cultural perspective, seeking to investigate the values of groups circulating. Imagery of Brazilian barber shops and their relationship with American media, through the theory of representative contexts. We contrasted images from the series "A prince in new york", "Everyone hates chris", and Barber Shop ("Um salon do Barulho") with photos of Brazilian salons. The result of the study showed that (A) there is a re-signification through reference, (B) the existence of codes established in the media as communication parameters to produce a renewal of Brazilian tradition and (C) the process takes place in three acts: the salon that it is the environment, the chair which is the starting point of the work and the equipment as the final connection and which guarantees a future return for the customer..

Keyword: Barber Shop; barbershop; theory of representative contexts; media.

INTRODUÇÃO

Esse artigo trata de uma “passagem” de ideias religiosas através de mídias e consolidadas em práticas sociais que não se baseiam no substrato religioso, que são

¹ Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, atualmente sou Coordenador de Curadoria de Materiais. E-mail: rshicardo@Hotmail.com.

secularizadas e voltadas para o consumo. Mais especificamente, vamos investigar a adoção de valores protestantes (por meio da tradição afro-americana) na construção do ambiente das barbearias brasileiras, por meio da construção da comunicação do que é uma barbearia conhecidas por meio de mídias de massa.

Em síntese, vamos investigar a permeabilidade entre dois contextos: uma são as barbearias e as outras são as mídias. O referencial teórico para o estudo é a teoria dos contextos representativos, e a estratégia analítica foi a da análise de conteúdo, tratando as imagens como textos que expressam visões de mundo de acordo com a sua comunicação, construída dentro de um contexto.

Assim, o problema de pesquisa se constituiu no seguinte: “quais elementos de mídias que apresentam barbearias repercutem na construção de *barbershops* brasileiras?”. O estudo desse assunto é muito relevante do ponto de vista cultural na medida em que:

Em relação às oportunidades de empreendimento no Brasil, um setor que tem ganhado destaque é o da Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, pois conforme dados de 2017 da ABIHPEC, o Brasil ocupa a quarta posição mundial como consumidor deste tipo de produtos, sendo os homens um dos mais importantes consumidores (RAMOS, VALDISSER, 2019, p.60).

Assim, espaços de estética são importantes para explicar parte da socialização masculina. Outras ciências conseguem perceber a tendência e as descrever nas suas implicações para as suas áreas, então cabe à sociologia explicar o *porquê* desse fenômeno de um ponto de vista social (no caso, a partir do estudo do conhecimento compartilhado). Um outro ponto de relevância desse estudo é a sua complementariedade com estudos de negócios. Esses estudos focam em como o negócio das barbershop se constituem, porém, sem adentrar em como diferentes saberes de diferentes grupos sociais vão se misturando e como o fazem.

METODOLOGIA DE ESTUDO

Esse estudo é de caráter qualitativo e trabalha com imagens, tentando estabelecer algum tipo de ligação entre dois fenômenos que se formaram em paralelo e que se encontraram por meio das mídias. Para dar conta da complexidade do objeto, em um primeiro momento, realizamos a revisão bibliográfica de ambos os fenômenos para, posteriormente, elaborar categorias que permitissem a comparação.

Em um segundo momento, procuramos por imagens dos filmes e das barbearias com o intuito de possibilitar a comparação com as fotos dos salões. Inserimos no motor de busca os termos “filme” e “barbearia” e foi possível encontrar mais recorrências dos dois filmes explicitados na introdução. Foi também possível encontrar o Seriado Todo Mundo Odeia o Cris. Em comum, foi observado que se remeteu a produções com atores negros, o que já serviu para apontar para certa construção do desenho da pesquisa. Nestas mesmas figuras pudemos perceber o uso do termo “barbershop”.

A partir dessa expressão procuramos “barbershop + brasil” no mesmo motor de busca. Isso nos levou a uma sequência de imagens, relacionadas a estabelecimentos que atuam no ramo. Montamos um banco delas e, a partir das categorias de estudo, selecionamos as imagens que comporiam o corpus analisado.

A ideia foi encontrar pontos de semelhança para entender as ressignificações dos traços culturais entre duas sociedades, a americana e a brasileira, por meio das *barbershops* ficcionais e verdadeiras. Queremos estudar o quanto as mídias de massa conseguiram criar a representação que arquitetou o negócio das barbearias.

REFERENCIAL TEÓRICO: FUNDAMENTO MORAL DAS BARBERSHOPS E TEORIA DOS CONTEXTOS REPRESENTATIVOS

A discussão teórica de fundo deste estudo remete a certa “transposição” de valores entre dois grupos: os barbeiros brasileiros ressignificando valores das barbearias americanas. Nesse caso, estamos falando de dois sistemas simbólicos interagindo. Esses símbolos e esse sistema serão abordados pela teoria dos contextos representativos. O que afirma essa teoria?

As representações são tentativas de duplicatas do mundo real, que podem ser normativas - o dever-ser - ou descritivas - o ser (LOPES, 2019). A interação entre essas representações gera contextos:

Por isso, queremos fazer a reconstrução dos contextos a partir das representações [...] pois elas permitem que conheçamos aquilo que produzimos uma vez vão mediar os produtos da atividade humana-natural com os modos de pensamento e de ação. Isso sem fazer uma distinção por ordem de importância, tal como ocorreu com a velha discussão sobre se “fatores” econômicos ou culturais precedem outros para explicar o comportamento de multivíduos, como o fez o materialismo histórico. Com as representações sociais, podemos avaliar o multivíduo não apenas na sua capacidade de ação - que tem sido o ramo mais prestigiado da sociologia, mesmo que não seja o único deles - mas também na sua percepção (LOPES, 2019, p. 23)

Assim, podemos conceber uma série de contextos - como as barbearias e as *barbershops* americanas. Os valores religiosos não estão apenas dentro dos sistemas religiosos, eles são compostos por representações e estas são transponíveis para outros sistemas, em um processo de acomodação que é bem característico - e que pode ser investigado.

Nesse caso, o sistema "doador" é a cultura americana (evidenciada pelas mídias apresentadas), que "doa" representações com diferentes lastros histórico-culturais. É verdade que é difícil determinar se o que é doado é "original" do sistema, porém o que nos importa não é bem determinar o sentido original, mas sim a transferência de representações já consolidadas entre os sistemas, de maneira a produzir resignificação. É nesta resignificação que reside o objeto sociológico, pois é o grupo que promove essa resignificação e a torna corrente e compartilhada, e é nisso que repousa uma possibilidade de sociologia do conhecimento, que pode refletir sobre a construção das classificações sociais.

O REFERENTE (BARBEARIAS) E AS MÍDIAS

A questão da aparência é um objeto muito interessante para a ciência na medida em que retrata uma série de deveres-ser. Muitos estudiosos se debruçam sobre o salão de beleza, por exemplo, enquanto lugares de formatação da aparência. De uma perspectiva mais restrita, as barbearias são estabelecimentos focados em barbear e cortar cabelos masculinos, apesar do nome indicar apenas barba - o que indica, ao menos preliminarmente, que há uma preocupação mais focada de manutenção do que de estética. Historicamente, sempre houve lugares em que os homens faziam a barba e cortavam os cabelos, como ocorreu na Grécia, e por muito tempo foram cirurgiões em paralelo (DENIOS, 2019). Há uma tradição brasileira muito importante na barbearia:

Os indícios dos primeiros barbeiros no Brasil são do período colonial, que surgiram com a chegada dos jesuítas, sendo em 1549 a profissão inserida nas classificações de artes e ofícios como artes distintas (SILVA, 2016). No decorrer dos séculos a profissão, ou como também é conhecido, o ofício, passou por muitas mudanças e teve papéis que não se limitavam somente à estética. No período imperial, existiam práticas terapêuticas nem um pouco convencionais nos dias de hoje, como é o caso da sangria e a retirada de dentes sem nenhuma técnica ou especialização, ambas as atividades realizadas pelos barbeiros. Logo após este período, o ofício se voltou apenas para a estética, como é até os dias atuais (RAMOS, VALDISSERA, 2019, p.66).

Podemos perceber, portanto, que existe uma tradição imperial brasileira que começa desde os barbeiros e que se inseriram com mais amplitude na vida cotidiana, como a medicina

neste passado mais distante. No entanto, com o avançar dos profissionais como a dos médicos, o barbeiro focou-se na estética. A partir daí que existe uma escola:

Os barbeiros tradicionais trazem consigo uma vasta gama de valores e princípios, herdada muitas das vezes pelos seus pais, e também pela época em que foram criados. [...] ser um barbeiro tradicional não era somente saber fazer uma barba, amolar uma navalha ou saber cortar o cabelo de um homem, era necessário, além disso, “ter respeito e saber respeitar os clientes de respeito, no sentido de seriedade esperada ou requerida de pessoas do sexo masculino”. Isso porque os homens daquele tempo tinham o respeito e a virilidade masculina como algo essencial em seus meios (RAMOS, VALDISSERA, 2019, p.66).

Estudos dentro das ciências sociais apontam que mesmo essa barbearia de “manutenção” não se tratam apenas de uma relação comercial, mas também de um local de interação. Muitos estudos, inclusive, focam na construção da masculinidade (DOS SANTOS, 2018; DOS SANTOS, PEREIRA, PESSÔA, 2019; DE LIMA, 2022).

É muito interessante que, na conformação da *barbershops* brasileiras pesquisadas, não é evocada a tradição brasileira de pequenas barbearias, mas sim a tradição americana das grandes barbearias de bairros. Estas últimas possuem um histórico próprio e de raízes profundas, que remontam até mesmo ao próprio fim da escravidão:

The modern black barber shop joined black churches, beauty shops, and the black press to anchor the black public sphere in the twentieth century. Describing the role of black churches at the turn of the twentieth century[...] Especially during the era of Jim Crow, black men had few spaces where they could congregate and deliberate freely and with a sense of privacy. When George Schuyler, a black journalist and critic, traveled to the South in the 1950s to gauge the mood of black southerners, he made a point of visiting barber shops even though he usually shaved himself. "The barber shop is a forum", he told an interviewer² (MILLS, 2013, p.3).

Assim, as barbearias assumiram um grande papel na comunidade negra americana, se constituindo em um espaço exclusivo de interação e de empreendedorismo: “All black barbers were not owners, and all were not free. The antebellum black barber shop was a place where slaves and free blacks, capital and labor lived and worked together” (MILLS, 2013, p.17). É claro que, nessa perspectiva:

² Tradução livre: “A moderna barbearia negra juntou-se às igrejas negras, salões de beleza e à imprensa negra para ancorar a Esfera Pública negra no século XX. Descrevendo o papel das igrejas negras na virada do século XX, [...] Especialmente durante a era de Jim Crow, os homens negros tinham poucos espaços nos quais pudessem se reunir e deliberar livremente e com algum senso de privacidade. Quando George Schuyler, um jornalista e crítico negro, viajou para o Sul na década de 1950 para avaliar o humor dos sulistas negros, fez questão de visitar barbearias, embora normalmente se barbeasse sozinho. “A barbearia é um fórum”, disse a um entrevistador”.

These studies were mostly designed to spread literature and promote healthy lifestyles within the barbershops. Only one study questioned the barbershop owners about the content of their routine conversations with customers. In the study to promote physical activity, Linnan et al. (2010) found that barbers believe promoting physical activity is good, and most appear comfortable talking to customers about health-related issues. However, they indicated reluctance to engage customers in discussions concerning their specific personal issues such as how often they visit a doctor or get tested for serious diseases [...] (SHABAZZ, 2016, p.4).

Em síntese, podemos notar que as barbearias são bastante frequentadas por membros da comunidade, permitindo interações entre seus frequentadores. E, também, que existe, nessa origem, um substrato religioso: as mesmas pessoas se encontram nos cultos, nos barbershops e também nos jornais. Assim, podemos falar de uma mescla resultante em uma cultura:

As igrejas populares do sul (Metodista, Batista e Presbiteriana), por sua vez, começaram a apropriar-se de alguns elementos característicos dos cultos dos africanos que trabalhavam nas lavouras de algodão, como um esforço para cristianizá-los. O uso de instrumentos musicais começou a ser recorrente nos cultos e a combinação entre sons, movimento, emoção e interação da comunidade como o foco da manifestação da fé tornou-se cada vez mais central (UZUN, 2015, p. 2).

Como podemos perceber, portanto, o protestantismo se vincula na estruturação também das barbershops das mídias: nele existe a expressão musical, os sons e a interação com a comunidade local. Por mais que os elementos da barbershop não sejam criação da comunidade negra, os instrumentos e as relações são ressignificados. Esse processo ocorre por meio dos elementos da definição e que compõem um todo, os quais definimos na tabela 1:

QUADRO 1 - CATEGORIAS E DESCRITORES

Categoria	Descritor
Salão	Como se organiza o espaço?
Cadeiras	Como são as cadeiras disponíveis para os clientes?
Instrumentos	Como são os instrumentos utilizados para a atividade?

Fonte: autoria própria.

Por meio dessas categorias vamos apreciar as cenas selecionadas nas mídias, que retratam as barbearias. Adotando o critério cronológico, primeiramente vamos iniciar pelo filme da década de 1980.

O filme americano "Um príncipe em Nova York" foi lançado em 1988 e narra a ida de um príncipe do continente africano para a América do Norte:

Akeem (Eddie Murphy), príncipe herdeiro de Zamunda, África, se rebela contra o casamento arranjando por seu pai, o rei Jaffe Joffer (James Earl Jones), que concorda que o filho viaje por 40 dias. Assim Akeem vai para Nova York, se passando por um pobre estudante para encontrar uma noiva que não o ame por sua posição. Vai trabalhar em uma lanchonete e sente-se atraído por Lisa (Shari Hadley), a filha do seu patrão, Cleo McDowell (John Amos), que é interesseiro e atrapalha o romance, pois quer um bom partido para a filha, sem imaginar quem é na verdade seu funcionário. Akeem viajou com Semmi (Arsenio Hall), seu melhor amigo, que não gosta de se passar por pobre e faz gastos e toma atitudes que podem revelar a identidade de Akeem (ADORO CINEMA, 2021, s/p).

O personagem corta o seu cabelo em um típico salão americano, My-T-Sharp. com os seguintes barbeiros: Clarence, Morris e Sweets. Esses personagens ajudam a apresentar a cultura americana, ou seja, são uma maneira de socializar o personagem estrangeiro.

Outra mídia interessante foi a série "Todo mundo odeia o Chris", que é baseada na biografia do comediante Chris Rock e que foi produzida entre os anos de 2005 e 2009:

A história mostra o menino Chris Rock, que mora no subúrbio de Nova Iorque, um bairro chamado Bed-Stuy, encarando uma mudança de vida ao ir estudar em uma escola em um bairro italiano, quando começou a tomar contato com a questão racial incorporada na amizade (Greg Wuliger, que era também excluído por ser um nerd) e no racismo (Joey Caruso, que é o seu *bullyer*) (LOPES, 2019, p.89).

Uma das barbearias é o de Meany, cujo nome verdadeiro era Laster (que na verdade era o nome do sócio que morreu, e saiu mais barato alterar o registro civil do que a placa). O salão aparece em alguns episódios, permitindo juntar os personagens mais caricatos da série, com os quais o protagonista também troca ideias sobre como um homem deve agir e pensar.

Já o filme "Um salão do Barulho 3" mostra a história do personagem de Ice Cube voltando para o seu antigo bairro e trabalhando na barbearia do bairro, em um reencontro com seu passado nas estruturas da parábola bíblica do filho pródigo. Essa é a única produção onde o salão é o centro:

Dez anos se passaram após a última ida a barbearia de Calvin (Ice Cube). Seus amigos de longa data, como Eddie (Cedric the Entertainer) e J.D. (Anthony Anderson) continuam os mesmos. No entanto, uma onda de violência começa a tomar conta do bairro, fazendo com que os moradores se juntem novamente para salvar a comunidade (CINE DICA, 2017, s/p).

Nesse filme, a barbearia assume o espaço central, o que não a permite ser um ambiente apenas de formação. Ele acaba sendo o ponto de confluência entre aqueles indivíduos, simbolizando a pureza (“continuam os mesmos”) contra a mudança do mundo (“uma onda de violência”).

Podemos perceber, portanto, que o salão socializa a criança, o estrangeiro e serve como sedimentação dos valores culturais de um bairro. Logo, há uma simbologia por trás da barbearia e que os empreendedores tentam canalizar para o seu negócio, dado que as barbearias, enquanto conceito de lugar receptivo para uma vida autêntica.

As categorias serviram para a etapa da análise do material, já separado na etapa da pré-análise. Porém, ainda é preciso conhecer o espaço das barbearias e as mídias que as retratam.

SALÃO

De uma perspectiva funcional, o salão é o espaço onde se desenvolve o atendimento dos clientes e o serviço vem a ser executado e é seguido pela prática financeira. Na prática, no entanto, o que ocorre é que as interações são muito intensas:

Portanto, o salão do barbeiro é um dos pontos de encontro, no bairro, de pessoas que ali vão cortar o cabelo e fazer a barba e inclusive daquelas que passam na calçada da barbearia, seguindo para o trabalho, para o mercado, para casa de um vizinho. Transeuntes que, ao olhar para dentro deste ambiente de trabalho para cumprimentar o artífice que lá está atuando, acabam encontrando conhecidos cortando ou esperando a vez de cortar o cabelo (TELES, 2018, p. 67).

Dessa maneira, o espaço do salão precisa ser familiar para possibilitar essas interações mais contínuas. O que causa essa familiaridade varia de cultura para cultura, como vamos explorar adiante.

A primeira figura da tradição americana que vamos analisar é a 1:

FIGURA 1 - CENA DE “O PRÍNCIPE DE NOVA YORK”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=pv8fUNSKieQ>. Acesso em: 13/05/2021

Nesta cena podemos perceber que o salão está decorado com uma série de artefatos que aludem a outros espaços que não a atividade fim. É possível perceber a parede ao fundo ornada com fotos de atletas, troféus, entre outros papéis. Nesse caso, o ambiente está indicando uma preferência por essas mídias, o que torna a criação de um ambiente propício para trocas nesse sentido. Podemos notar também que o barbeiro joga damas com o cliente, o que reforça a ideia de que o ambiente não se reduz a trabalho, mas também de cumplicidade entre barbeiro e cliente. Podemos observar, também, que o barbeiro está usando jaleco (como um uniforme de trabalho), o que não se repete na figura 2:

FIGURA 2 - CENA DE TODO MUNDO ODEIA O CHRIS



Fonte: <https://proxyrarbg.org/torrent/s8tec4h>. Acesso em: 13/05/2021.

Podemos observar que as paredes possuem muitos quadros, e também produtos colocados bastante à vista dos clientes. Ou seja, há sempre um espaço dentro dessas barbearias para uma identificação cultural. Esses valores tão reforçados pelas mídias se refletem nas *barbershops* brasileiras? Podemos começar pela apreciação da figura 3:

FIGURA 3: BARBERSHOP BRASILEIRA



Fonte: <https://www.gorilabarbershop.com.br/salao-de-barbeiro.php>. Acesso em: 13/05/2021.

Ao contrário da tradição norte-americana, o barbershop brasileiro possui esses pontos de identificação cultural (verdadeiros sinais) espalhados pelo ambiente. Além do mais, podemos observar aparatos eletrônicos, como a televisão. Ou seja, não se trata apenas de evocar o familiar, há também uma construção de um mundo paralelo. Isso se reflete na figura 4:

FIGURA 4 - BARBERSHOP BRASILEIRA.

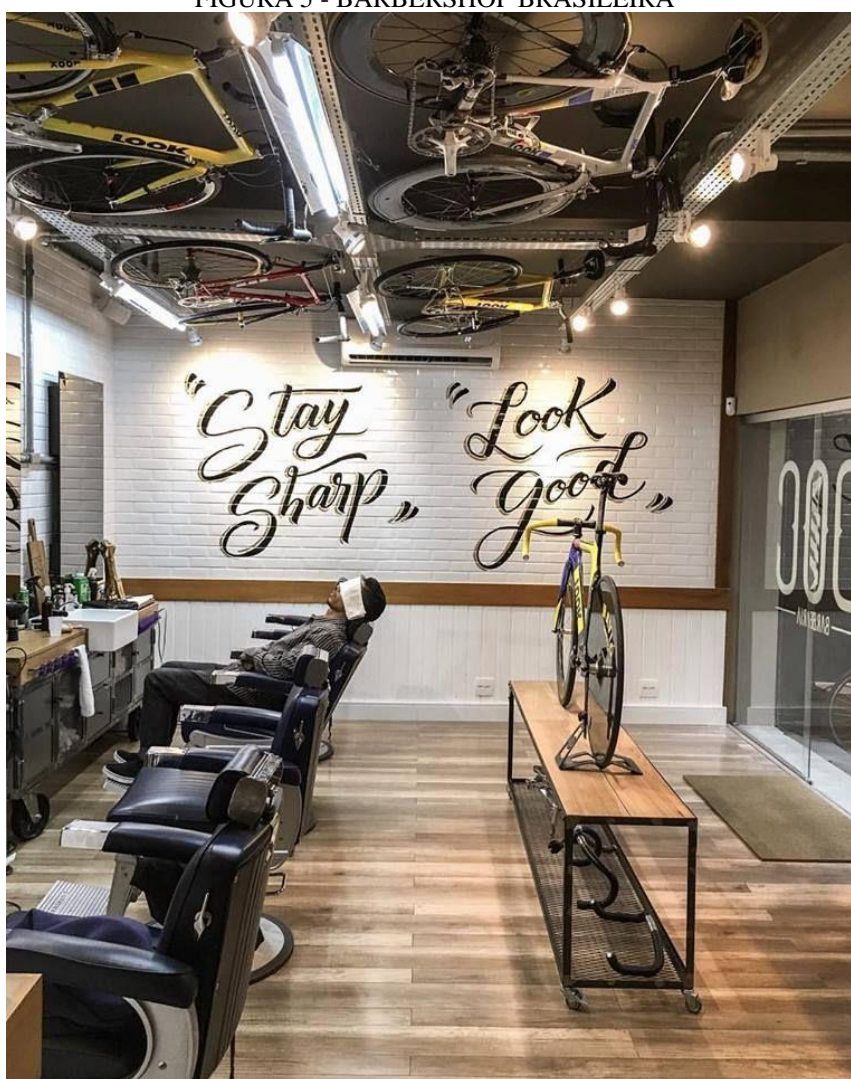


Fonte: <https://www.olharconceito.com.br/noticias/exibir.asp?id=12630¬icia=apos-30-anos-trabalhando-em-salao-cuiabano-abre-espaco-que-une-barbearia-cafe-e-bar>. Acesso em: 13/05/2021.

O chão em xadrez tem relação direta com materiais de construção mais antigos, que ajudam a ressaltar uma atmosfera *vintage*: “As barbearias tradicionais de antigamente geralmente contavam com o piso xadrez. Essa é uma tendência que está voltando aos poucos, podendo deixar o seu ambiente mais luxuoso.” (HOLIVER, s/d, s/p). Um chão xadrez traz algumas vantagens logísticas próprias, como o contraste que facilita varrer diferentes tonalidades de cabelo, porém as ciências de materiais vai produzindo equipamentos que vão sendo mais eficientes para produzir essa limpeza

Um último salão empírico que tem um aspecto interessante é

FIGURA 5 - BARBERSHOP BRASILEIRA



Fonte: <https://i.pinimg.com/originals/7d/94/c6/7d94c608b6382f04fa3b2a80a5cae4e4.jpg>. Acesso em: 13/05/2021.

Podemos observar que esse salão possui um piso que é laminado, e as bicicletas estão penduradas no teto. Adicionalmente, há também um fogão a lenha que está sendo utilizado como mesa, e pode-se observar também uma tábua de cozinha. Esses elementos, de fato, tornam o espaço menos pragmático e mais “construído”, o que abre espaço para a preocupação estética além daquela de manutenção.

CADEIRAS

As cadeiras são parte do equipamento, porém elas são essenciais por outro motivo: “Além disso, outros instrumentos fundamentais nas barbearias da época eram a cadeira, que era um apetrecho central, e um espelho, onde tanto o cliente quanto o barbeiro observam-se a si mesmos [...]” (RAMOS, VALDISSER, 2019, p.67). Nesse sentido, é a ligação completa do barbeiro com o cliente, na medida em que evidencia o seu trabalho, com o contato pessoal.

FIGURA 6 - CENA DE “TODO MUNDO ODEIA O CHRIS”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=IB1eWfwZ0e0>. Acesso em: 13/05/2021.

Podemos observar que a cadeira se coaduna com o avental, e ela tem o espaldar alto, além de ser vermelha. Podemos observar que não há um espelho na frente do cliente, tal qual nas outras mídias. O barbeiro, também, não está com uma roupa tão distoante das dos outros personagens, e ainda é possível fazer a comparação com o personagem do filme “Um Príncipe em Nova York”, na figura 7:

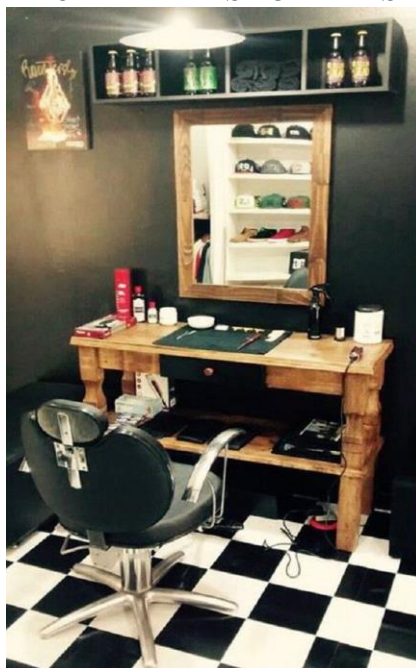
FIGURA 7 - CENA DE “UM PRÍNCIPE EM NOVA YORK”



Fonte: https://i.ytimg.com/vi/N-dO_H0tD_M/hqdefault.jpg. Acesso em: 13/05/2021.

Podemos observar que a cadeira do barbeiro não está em bom estado de conservação, e tem o espaldar mais curto. Nesse caso, podemos observar que o estofado está rasgado e o metal está desgastado, o que indica uma longa trajetória (e que não é disfarçada). Será que as *barbershops* fazem questão de fazer alusão a uma tradição ou elas pretendem apenas fazer referência? Poderemos observar isso nas imagens a seguir:

FIGURA 8 - BARBERSHOP BRASILEIRA



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/508625351673836740/>. Acesso em: 13/05/2021.

Essa cadeira é completamente regulável, e a cor do material alude completamente à figura anterior. Ele se complementa, portanto, com os outros equipamentos em cima da mesa, que demarcam que a barberaria é que se adapta ao cliente - enquanto no clássico o cliente é que se adapta ao local. Isso fica mais reforçado na figura abaixo:

FIGURA 9 - BARBERSHOP BRASILEIRA.



Fonte: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Estetica-e-bem-estar/noticia/2015/11/barbearia-com-bar-faz-sucesso-no-mercado-masculino-de-beleza.html>. Acesso em: 13/05/2021.

Nesse caso há uma proteção muito maior do cliente pelo avental (o barbeiro, por outro lado, não utiliza avental, apenas uma roupa que é vintage). Nesse caso, há um simulacro do filme “Príncipe em Nova York” na medida em que há a reprodução do espaço nos mesmos moldes (incluindo a cadeira mais simples). Adicionalmente, podemos notar que há uma divisão do ambiente entre a barbearia e um bar, o que mistura outras referências culturais.

Vimos como o salão e a cadeira coadunam com os ideais dos barbershops, isso ocorre com os demais instrumentos?

INSTRUMENTOS

Apesar da cadeira possuir uma tecnologia na sua adaptação às diferentes silhuetas de clientes, ainda há outros equipamentos utilizados para otimizar o trabalho do barbeiro:

Os materiais utilizados pelos barbeiros sofreram algumas evoluções, apesar de alguns objetos serem utilizados até nos dias atuais pelos barbeiros inovadores. Segundo Teles [...] “navalha, a tesoura e o pente eram as principais ferramentas do artífice barbeiro”, apesar de as navalhas terem caído em desuso pelos barbeiros antigos, devido principalmente à ploriferação da AIDS e outras doenças transmissíveis. Sendo a navalha, para Soares [...] semelhante “a uma faca ou a um bisturi, nos quais uma lâmina estende-se como prolongamento de um cabo.” (RAMOS, VALDISSERA, 2019, p.67).

Assim, podemos observar que há uma lista de ferramentas e que elas variam de acordo com as diferentes épocas. Como podemos perceber, a maioria delas se relaciona com lâminas, porém há apetrechos tecnológicos como o demonstrado na figura 10:

FIGURA 10 - CENA DO FILME “BARBERSHOP”.



Fonte: <https://encurtador.com.br/cvxFN> . Acesso em: 13/05/2021.

Podemos observar que o barbeiro utiliza as ferramentas como uma oportunidade de se aproximar do cliente e estabelecer uma distância segura, porém estabelecendo contato visual por meio do espelho. A figura 11 reforça essa relação:

FIGURA 11 - CENA DO FILME “UM PRÍNCIPE EM NOVA YORK”



Fonte: <https://www.tvovertime.com/five-classic-barber-shop-scenes-movies/>. Acesso em: 13/05/2021.

Podemos observar, nessa foto, que a tesoura na mão do barbeiro está próximo do cabelo e está promovendo uma performance: o cabelo está sendo cortado, a proximidade está legitimamente promovida e a socialização está sendo feita. Assim, o instrumento e o barbeiro se fundem de maneira natural e permitem a conexão com o cliente. Na figura 12 podemos ver certa aplicação desse princípio:

FIGURA 12 - BARBERSHOP BRASILEIRA



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/338192253259109859/>. Acesso em: 13/05/2021.

Nesta foto podemos perceber o balcão do trabalho, no qual se organiza o espaço de trabalho do barbeiro. É possível observar que nos espaços anteriores, as ferramentas estavam mais esparsas. Dessa maneira, podemos perceber que o espaço é mais organizado, remetendo a um trabalho mais racionalizado e os equipamentos estão disponíveis para diferentes barbeiros.

A partir da síntese de cada uma das categorias, podemos começar uma série de considerações de ordem teórica que nos permitam responder ao problema de pesquisa.

CONSIDERAÇÕES GLOBAIS: LEITURA TEÓRICA

Para recuperar o começo da argumentação, o caminho que foi traçado é com relação a influência protestante na consecução de tais ambientes. Como relatamos anteriormente, o objetivo foi o de estudar o quanto a construção dos ambientes acabou sendo percebida nos casos concretos analisados. Vamos começar, primeiramente, explorando as categorias e, posteriormente, analisando as implicações teóricas.

Com relação aos resultados obtidos junto à pesquisa categorial, o salão é o espaço em que são alocados grande parte dos elementos estéticos das mídias, para receber o cliente em um ambiente enraizado (mesmo que não na própria cultura brasileira). Assim, podemos observar que são evocados elementos externos à barbearia, o que se reflete na escolha da cadeira, por exemplo. Já a cadeira é um elemento funcional, porém ele serve para oportunizar um contato mais próximo, no sentido de socialização. Assim, o barbeiro pode criar o espaço de micro-interação e ocasionar uma consubstancialização com o restante do ambiente (como é o caso da última foto), criando a experiência que depende também desse mesmo meio criado. Por fim, podemos observar que os instrumentos são a extensão do barbeiro e possibilitam a conexão final com o cliente, ao mesmo tempo em que o trabalho estético é o que vai compor parte do desejo de retornar. Aparentemente esse é o maior ponto de semelhança com a tradição brasileira: é o restante dos elementos é da tradição americana, o que justifica o nome *barbershop*.

Para responder ao problema de pesquisa (“quais elementos de mídias que apresentam barbearias repercutem na construção de *barbershops* brasileiras?”) a mobilização dessas três categorias, quando apreciadas de maneira conjunta, constituem três traços encontrados no material: o salão que é o ambiente da comunidade, a cadeira que é o ponto do começo do trabalho e os equipamentos como a conexão final e que garante um retorno futuro do cliente, inserindo-o na comunidade. Assim, o uso mercadológico precisa de referências concretas, e,

por sua reverberação, significa que houve no mínimo um contato, provavelmente pelas mídias analisadas, que refletem a tradição americana. Assim, características do protestantismo, como a profissionalização do fazer, o vínculo direto com a comunidade, a musicalidade, entre outros, foram encontrados na mídia.

Dessa maneira, a referência (brasileira) alude a uma tradição externa (a americana). Nesse sentido, pudemos observar os códigos estabelecidos nas mídias enquanto parâmetros comunicacionais para produzir uma renovação da tradição brasileira, a dos barbeiros e dos cabelereiros de salão, que não se mostra mais suficiente para atrair a comunidade de brasileiros, possivelmente pelo seu foco excessivo na “manutenção” e não na estética. Isso explicaria porque essas muito pouco é falado das barbearias nacionais que criaram significados além do espaço-tempo contemporâneo, e que as atuais são meras reproduções para que seja encaixada em uma lógica mercadológica capitalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo tratou da construção de um modelo de negócio (as barbershops) por meio de referências culturais exógenas, no caso mídias referentes a barbeiros. Assim, foi produzido um cruzamento entre imagens das mídias e de locais de trabalho, verificando o quanto isso pode ressignificar esses valores prévios, criando a comunicação. Percebemos que há uma tentativa de criar uma experiência de um transplante. Dito isso, é possível fazer algumas reflexões finais oportunizadas pela presente pesquisa.

A utilização do nome “Barbershop” tem essa finalidade porque ele traz o comércio para dentro do espaço, não é só o cuidado com a barba. Mas esse comércio da habilidade do barbeiro, por si só não é o suficiente: há um ambiente que precisa se construir para que o cliente se sinta legitimamente cortando o cabelo. Isso ilustra certa transição:

Em um passado não tão distante, homens de todas as idades tinham a necessidade de ir ao barbeiro apenas para fazer o básico que se faz em uma barbearia, cortar o cabelo de uma forma clássica, sem discrepância com os modelos tradicionais, e a barba, também sem uma preocupação ressaltada com a estética. Contudo, com o crescimento do movimento metrossexual em boa parte do mundo e também no Brasil, os homens começaram a se atentar com mais frequência à moda, produtos, serviços e tendências que visam o cuidado e a preocupação com a aparência masculina (RAMOS, VALDISSER, 2019, p.59).

Assim, o paradoxo está colocado: o cuidado com a aparência ocorre em um ambiente em que esse cuidado era mais de manutenção do que estético. Porém, não foi um resgate

histórico com pesquisa histórica, mas sim por meio da ficção - mesmo que nesse aspecto da barbearia elas sejam verossímeis. Nesse caso, podemos perceber que a ficção está influenciando a realidade ao criar padrões comunicacionais e que se tornam, posteriormente, reais.

Por fim, podemos refletir sobre certa polissemia da palavra “clássico”, que foi bastante reivindicado pelas diferentes barbershop. Ora, o “clássico” poderia ser o barbeiro brasileiro mais antigo, porém o clássico poderia ser também o barbeiro americano do pós-escravidão. Qual seria o verdadeiro clássico? Logo, a reivindicação dessa condição de clássico também é um objeto interessante, pois remete a um passado que pode assumir essa alcunha, que produz algum tipo de valor.

REFERÊNCIAS

ADORO CINEMA. **Um príncipe em Nova York**. Sem Data. Adoro Cinema. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-40641/>. Acesso em 27/08/2021.

CINE DICA. **Um Salão do Barulho 3**. 2017. Cine Dica. Disponível em: [Filme Um Salão do Barulho 3 | CineDica](#). Acesso em 27/08/2021.

DE LIMA, João Pedro Vilar Nowak; DE OLIVEIRA, Esmael Alves. “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**, v. 9, n. 21, p. 241-260, 2022.

DENIOS. **A tradição das barbearias**. 2019. GlueHair. Disponível em: <https://gluehair.com.br/a-tradicao-das-barbearias/>. Acesso em 06/07/2021.

DOS SANTOS, Natália Contesini. **Cultura Material e Masculinidades em Espaços de Barbearias**. 2018. Tese de Doutorado.

DOS SANTOS, Natália Contesini.; PEREIRA, Severino Nunes; PESSÔA, Luís Alexandre Grubits de Paula. ‘Lugar de Homem’: Materialidade e Masculinidades em Espaços de Barbearias. **Revista ADM. MADE**, v. 23, n. 2, p. 21-38, 2019.

HOLIVER. **Qual o piso indicado para uma barbearia?** Sem Data. Holiver Pisos e Decorações. Disponível em: <https://holiverdecor.com.br/qual-o-piso-indicado-para-uma-barbearia/>. Acesso em 17/08/2021.

LOPES, Ricardo Cortez. **Construindo Contextos: Uma contribuição sociológica para compreender a relação indivíduo e sociedade**. Curitiba: Viseu, 2019.

LOPES, Ricardo Cortez. **Evasão e persistência de alunos de graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul: um estudo moral das representações sociais**. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, 2019

LOPES, Ricardo Cortez. Modelo paterno nos seriados “Um maluco no pedaço”(1990-1996), “Eu, a Patroa e as Crianças”(2001-2005) e “Todo mundo odeia o Chris”(2005-2009). **Revista Eletrônica Interações Sociais**, v. 3, n. 2, p. 82-94, 2019.

MILLS, Quincy T. **Cutting along the color line: black barbers and barber shops in America**. Pensilvânia: University of Pennsylvania Press, 2013.

RAMOS, Márvin Rodrigues; VALDISSER, Cassio Raimundo. Um estudo sobre a relação das características empreendedoras dos barbeiros com o novo conceito de barbearia. **Revista GeTeC**, v. 8, n. 21, 2019.

SHABAZZ, David L. Barbershops as cultural forums for African American males. **Journal of Black Studies**, v. 47, n. 4, p. 295-312, 2016.

SHERROW, Victoria. **Encyclopedia of hair: A cultural history**. Greenwood Publishing Group, 2006.

TELES, Eduardo Lopes. **O ofício de barbeiro: Memória, tradições e modernidades**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade Federal de Sergipe, 2012.

UZUN, Julia Campos. A joyful noise!-a formação da cultura gospel no Deep South norte-americano”. **In: 2º Simpósio Sudeste da ABHR**, 2015, São Paulo. Gênero e Religião: Violência, Fundamentalismos e Política, 2015. v. 1..