

Negócios de si, projetos de nós: masculinidade e empreendedorismo entre jovens barbeiros periféricos¹

Businesses of the self, projects of the us: masculinity and entrepreneurship among young barbers from the urban periphery

Betina Warmling Barros

Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo, São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil

RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar as práticas de gênero de jovens periféricos proprietários de barbearias que se identificam como empreendedores. Foram realizados grupos focais e entrevistas de tipo trajetória de vida com jovens homens moradores da vila Bom Jesus, em Porto Alegre, em pesquisa realizada entre 2022 e 2024. Fruto desse material, destaco as histórias de Alex, Martim e Matheus, buscando compreender as relações entre o percurso profissional e a incorporação do seu gênero. Ser barbeiro aparece como um sonho para adolescentes do bairro, associado à liberdade, ao pertencimento ao grupo de jovens “não-envolvidos” com o crime. Na rotina de trabalho, acumulam múltiplas funções, como gestão, finanças e marketing, o que resulta em longas jornadas e em relações hierárquicas com os “donos”. Para alcançar autonomia, dependem do capital social do território e de redes de apoio entre homens jovens. O ofício desenvolve competências comunicativas, afetivas e estéticas, valorizando a cultura periférica e tensionando modelos hegemônicos de masculinidade. O empreendedorismo nas barbearias não se apresenta apenas como um negócio individual, mas como um projeto coletivo, sustentado em laços com clientes, familiares, esposas e aprendizes. Os dados também revelam a centralidade da figura do provedor que deseja conquistar seu próprio espaço, mas evidenciam fissuras na ordem de gênero, seja pelo cuidado entre homens, seja pela busca de flexibilidade para exercer uma paternidade mais ativa.

Palavras-chave: Masculinidades, Empreendedorismo, Periferia, Trabalho, Juventude.

¹ Esse artigo aprofunda reflexões sobre o tema dos empreendedores que foram inicialmente apresentadas na Tese de Doutorado defendida em setembro de 2024, sob o título *Masculinidades à margem: tornar-se homem na periferia brasileira* (Barros, 2024).

Recebido em 11 de setembro de 2025.

Avaliador A: 11 de novembro de 2025.

Avaliador B: 8 de dezembro de 2025.

Aceito em 23 de fevereiro de 2026.



ABSTRACT

This research seeks to examine the gender practices of young men from urban peripheral areas who own barbershops and identify themselves as entrepreneurs. Conducted between 2022 and 2024 in Vila Bom Jesus, Porto Alegre, the study draws on focus groups and life-history interviews. It presents the trajectories of Alex, Martim, and Matheus, with the aim of understanding the intersections between professional pathways and the incorporation of gender. Becoming a barber emerges as an aspiration among local adolescents, associated with freedom, belonging to a group of “non-involved” youth in relation to crime, and the construction of a peripheral identity. In their daily routines, barbershop owners accumulate multiple tasks—management, finances, and marketing—leading to long working hours and hierarchical relations with established “owners.” Achieving autonomy depends on mobilizing the social capital available in the territory and building support networks among young men. The occupation fosters communicative, affective, and aesthetic skills, while also valuing peripheral culture and challenging hegemonic models of masculinity. Entrepreneurship in barbershops is configured not only as an individual business venture but also as a collective project, sustained by ties with clients, family members, wives, and apprentices. The findings further highlight the centrality of the provider figure seeking to secure his “own space,” while also pointing to cracks in the gender order through practices of care among men and through the pursuit of greater flexibility to enact a more active fatherhood.

Keywords: Masculinities, Entrepreneurship, Urban periphery, Work, Youth.

INTRODUÇÃO

Logo que iniciei as incursões a campo na vila Bom Jesus², chamou a minha atenção a quantidade de barbearias em funcionamento, fenômeno que cresceu ao longo dos dois anos de trabalho de campo, entre 2022 e 2024. Em paralelo, enquanto conduzia grupos focais com adolescentes do bairro, ouvia dos meninos que ser barbeiro era uma das ocupações mais desejadas pelos “guris da vila”. Enzo³, um dos participantes com 15 anos à época, explicou que a maior parte dos barbeiros da vila sequer fazem uma formação oficial, mas ainda assim conseguem arrecadar uma boa renda em razão da alta demanda. Éric complementou: “Agora

2 O bairro Bom Jesus também conhecido pelos moradores como “Bonja”, está localizado na zona leste de Porto Alegre, onde moram pouco mais de 23 mil pessoas. Apesar dos avanços na infraestrutura, como a pavimentação das principais ruas e a implementação de serviços públicos e privados, o território é percebido enquanto uma vila, caso típico de favelização das áreas urbanas do país.

3 Os nomes dos interlocutores citados neste artigo foram alterados para garantir seu anonimato.

ganha mais, porque agora ninguém consegue ficar mais de uma semana sem cortar cabelo”⁴.

A partir dessas falas, durante a realização do trabalho de campo que deu origem a minha tese de doutorado defendida em 2024, investi em construir relações com jovens barbeiros. Como eu buscava entender como jovens não envolvidos com o crime incorporam masculinidades, o campo indicava que a trajetória dos barbeiros era central. Este artigo baseia-se, portanto, em pesquisa cuja metodologia envolveu duas etapas: grupos focais com adolescentes do gênero masculino (15 a 17 anos) e entrevistas de trajetória de vida com adolescentes e jovens (15 a 29 anos). Todos eram moradores da Bom Jesus e não se identificavam como parte do “mundo do crime”. No total, o *corpus* da pesquisa foi formado por 10 grupos focais e 26 entrevistas realizadas com 16 interlocutores.

Os grupos focais foram realizados em parceria com o Centro de Educação Ambiental (CEA), organização não-governamental que atua na inclusão social de adolescentes e jovens na vila Bom Jesus e executa atividades vinculadas ao Programa Nacional de Inclusão de Jovens (ProJovem). Essa etapa do campo de pesquisa ocorreu em dois momentos distintos (fevereiro e agosto de 2022) com meninos entre 15 e 17 anos que participavam das atividades do Centro. Para estimular a discussão nos grupos, utilizei um conjunto de questões orientadoras em torno da ideia do que significa “ser homem na periferia brasileira”. Todos os participantes também foram convidados a realizar entrevista individual, sendo que nove aceitaram o convite⁵.

Como o CEA não possui projetos com jovens acima de 18 anos, para acessar esse público, mapeei pelo Instagram perfis de homens jovens moradores da Bom Jesus, normalmente usuários ativos e com contas abertas. Como o fenômeno das barbearias já me chamava atenção, concentrei esforços em perfis profissionais de barbeiros, alguns deles indicados pelos próprios adolescentes do CEA. Após os contatar e explicar a pesquisa que estava desenvolvendo, obtive o retorno positivo de um primeiro jovem barbeiro, a partir do qual construí uma rede de contatos de outros jovens trabalhadores do bairro por meio de indicações, seguindo a técnica de “bola de neve”, método indicado para o acesso a histórias de vida de grupos de difícil acesso pela pesquisa social (Atkinson; Flint, 2001).

No caso dos barbeiros⁶, o campo de pesquisa foi especialmente exitoso, o que em parte foi fruto do desejo desses jovens de contarem a sua história de sucesso em seus empreendimentos. O fato de podermos realizar as entrevistas nas próprias barbearias também foi um facilitador. As entrevistas foram de tipo trajetória de vida (Santos; Volter; Weller, 2014), complementadas

4 Diálogo extraído do grupo focal 8, realizado no dia 16 ago. 2022, com 11 participantes.

5 Quatro desses adolescentes foram entrevistados mais de uma vez, em períodos distintos entre 2022 e 2024.

6 Além de três barbeiros, outros quatro interlocutores aceitaram participar da entrevista, sendo dois deles por meio de videoconferência. O resultado dessas entrevistas não será trabalhado em profundidade no presente artigo.

por perguntas abertas que abordavam dimensões centrais da vida (infância, escola, família, relacionamento amoroso e trabalho), com foco especial nas dinâmicas do trajeto profissional de barbeiros. O contato com os jovens se deu de forma bastante amistosa e produtiva, sem maiores resistências para abordar mesmo assuntos mais íntimos.

Desse conjunto maior de dados, neste artigo optei por mobilizar em profundidade a história de três jovens que se apresentam enquanto empreendedores ou “donos da barbearia”. As barbearias já foram apontadas pela literatura como “espaço de circulação do masculino” (Santos; Pereira, 2019, p. 186), representantes de um *serviceescape* genderizado (Fischer; Gainer; Bristor, 1998) e como espaço público de consumo que constrói a identidade masculina (Moisio; Beruchashvili, 2016). Entre as atividades dos barbeiros, além dos cortes e tinturas de barba e cabelo, estão a gestão financeira e de pessoas, os reparos na estrutura, o fornecimento de máquinas aos colegas e a divulgação do serviço via marketing online, sobretudo no *Instagram* — funções reunidas sob o status de empreendedorismo.

A partir das narrativas desses jovens, o objetivo é discutir o empreendedorismo por meio da relação com a constituição das masculinidades nas periferias brasileiras. No estudo desse subgrupo de empreendedores, aciono o termo na medida em que ele é mobilizado pelos próprios sujeitos, seguindo a proposta de analisar o “empreendedorismo realmente existente” (Cruz Junior, 2022). Proponho pensá-lo mais como conjunto de práticas que ganham significado no cotidiano dos indivíduos, do que como ideologia neoliberal (Dardot; Laval, 2016), o que faço em diálogo com a literatura brasileira sobre o “empreendedorismo popular” cuja análise está centrada nas potencialidades emancipadoras que emergem dessas novas roupagens para o trabalho informal e precário que é constitutivo das periferias brasileiras (cf. Costa; Iamamoto, 2025; Pinheiro-Machado, 2025). Ainda que fundada na perda de direitos, tais atividades também produzem uma “economia moral” gerando autonomia e aprofundamento das relações entre os sujeitos periféricos (Costa, 2024). Essa linha insere-se no campo que analisa a ressignificação da “informalidade” do trabalho (Lima; Oliveira, 2022) ou, no contexto brasileiro, da “viração” (Telles, 2010).

São pesquisas que divergem dos estudos dominantes sobre empreendedorismo na América Latina (Fontes, 2023b) geralmente guiados pela teoria foucaultiana do neoliberalismo e pelas formulações de Dardot e Laval (2016) sobre o “novo espírito do capitalismo”. Essas reflexões enfatizam a subjetividade que emerge da lógica mercantil e que se estende a outras dimensões da vida, instaurando indivíduos autoidentificados como “empresários-de-si”. Para essa linha, o empreendedorismo seria um “modo de vida” que atua como uma “técnica orgânica de gestão da força de trabalho e da conduta social” (Amorim; Moda; Mevis, 2021, p. 2).

Além de identificar possíveis níveis de abertura política e construção de senso coletivo fomentados pelo empreendedorismo nas periferias, faço isso a partir da articulação entre esse

modo de produzir renda e a incorporação de práticas de gênero por homens periféricos. Para tratar dessas masculinidades, mobilizo a teoria da ação estruturada de gênero (Messerschmidt, 2016; Messerschmidt; Bridges, 2022), segundo a qual as estruturas sociais oferecem práticas de gênero que são incorporadas pelo indivíduo sempre em interação e sob expectativas de terceiros. Nessa dialética ação-estrutura, há tanto momentos de engajamento voltados à reprodução da estrutura patriarcal, quanto deslocamentos da ordem de gênero. Essas ordens estabelecem hierarquias entre masculinidades e feminilidades que impõem relações de hegemonia e subordinação entre essas diferentes possibilidades de praticar o gênero na realidade observada (cf. Connell, 2009, 1995; Connell; Messerschmidt, 2005).

No caso das periferias brasileiras, a hierarquia social das masculinidades está historicamente fundada nas figuras do “bandido” e do “trabalhador”, os dois modos de ser homem permitidos aos moradores desses territórios (cf. Feltran, 2007, 2008; Fontes, 2022, 2018; Lyra, 2020; Zaluar, 1985). Mais recentemente, a literatura tem apontado para uma mudança na chave de entendimento na forma de ser e fazer o crime que acompanha a substituição do “bandido” pelo “envolvido” (Barros, 2020; Cecchetto; Muniz; Monteiro, 2018; Fontes, 2022). Seguindo esse padrão, proponho adotar o termo correlato — “não-envolvido” — como categoria que melhor apreende a realidade analisada. Nesse rearranjo, o “envolvido”, não é mais “a figura a ser extirpada do convívio social” (Fontes, 2022, p. 11), mas alguém que detém, pertence, envolve-se. O trabalhador, por sua vez, torna-se opção secundária, marcado pela dupla ausência de envolvimento — nem com o crime, tampouco com o trabalho.

Nessa linha, proponho que essas figuras sejam tomadas como as masculinidades hegemônicas locais das periferias brasileiras uma vez que representam formas “culturalmente exaltadas da masculinidade” nesses territórios (Connell, 1995, p. 77). São esses dois modos de ser homem que sustentam a legitimidade do patriarcado na periferia (Messerschmidt; Bridges, 2024) e operam as disputas pela hegemonia moral nesses locais (Fontes, 2018). Nessa “gravitação” entre a versão violenta da masculinidade e a versão convencional, do trabalhador, está a luta identitária central para jovens homens em contextos precários no Sul Global (Barker, 2005), como modelos que guiam a constituição do gênero entre homens nesses territórios.

Tal dualidade emerge da relação entre os “regimes normativos” do crime, do trabalho, da religião e da política (Feltran, 2014) que tanto disputam a legitimidade do “certo” nas periferias (Fontes, 2022), como estabelecem relações de convívio e troca entre si. Entendo que a análise das relações entre esses regimes pode ser compreendida a partir da incorporação do gênero por parte desses indivíduos. Compreender como as disputas legal vs. ilegal, envolvido vs. não-envolvido, crime vs. trabalho moldam as hierarquias das masculinidades nas periferias, permite romper alguns limites nos estudos sobre violência urbana no Brasil.

Nesse esforço, este artigo apresenta a história de três jovens barbeiros, não apenas

naquilo que se refere à construção da sua jornada empreendedora, mas no processo mais amplo de tornar-se homem. Conforme veremos, a masculinidade desses jovens é formada por práticas mais abertas ao diálogo com outros homens e à construção de um projeto coletivo, em que um barbeiro só poderá ser bem-sucedido na medida em que outros o acompanhem. Assim, se não é possível sustentar um deslocamento radical da ordem de gênero nas periferias, também não se pode negar as fissuras abertas por novas possibilidades que emergem com a constituição dos “sujeitos periféricos” (D’Andrea, 2013).

TRAJETÓRIAS EMPREENDEDORAS

Alex: A salvação pela barbearia

A barbearia de Alex fica em uma rua pavimentada na Bom Jesus, próximo a comércios e a um ponto de ônibus, na entrada do “núcleo” da vila. É um estabelecimento localizado no térreo e em cima há uma casa residencial. O espaço é simples, mas bem arrumado, com três cadeiras de barbeiros, além dos espelhos e equipamentos. O jovem tem 25 anos, é um homem negro, de fala tímida, mas narrativa fluída.

A sua história na profissão começou “por acaso”. Aos 16 anos, um amigo foi até sua casa com uma máquina de cortar cabelo e sugeriu que ele fizesse o corte. Alex resistiu, mas gostou da tarefa. Para aprender, via vídeos no Youtube e praticava com seus amigos que iam até sua casa para cortes gratuitos. Na época, o adolescente estava procurando trabalho, mas recebia muitas negativas. Um ano antes, havia trabalhado por seis meses na rede de supermercados Zaffari⁷, como empacotador — ou “de pacotinho”, como eles chamam. Sem conseguir outra vaga, passou a usar o tempo disponível para cortar cabelo dos amigos. Cobrava R\$ 5,00 e com esse dinheiro, ajudava a avó, comprava um tênis, presenteava a irmã: “tudo de 5 em 5”.

Quando percebeu que a atividade podia ser rentável, aumentou o valor para R\$ 10,00 e buscou profissionalização. Candidatou-se a uma vaga em uma das barbearias mais bem avaliadas da Bom Jesus, ao mesmo tempo que “largava currículos” para arranjar “qualquer serviço”. O dono, ao chamá-lo para entrevista, externou o espírito do “empresário-de-si” — aquele que ascende pelo próprio esforço (Amorim; Moda; Mevis, 2021). Para integrar a equipe, “bastava querer vestir a camiseta, querer fazer acontecer”. Na prática, no início Alex fazia apenas tarefas

⁷ A empresa Zaffari está entre as maiores redes de supermercados no Rio Grande do Sul, com vendas destinadas sobretudo às classes A, B e C do estado. A rede é conhecida por empregar adolescentes na modalidade Jovem Aprendiz para serem empacotadores, sob condições de trabalho extremamente extenuantes que, como apontado por algumas denúncias formalizadas, violam as regras desse tipo de modalidade de contratação.

secundárias, como varrer o chão e preparar café.

Com o forte movimento da loja, foi indicado para se arriscar em alguns cortes: “ele me jogou assim e eu fui com medo mesmo”. Ganhava experiência observando os demais e, à noite, recorria aos vídeos do Youtube, mas ainda não era corte de “nível profissional” e o valor recebido era inconstante, decidido pelo proprietário, em torno de R\$ 100,00 a R\$ 200,00 por semana.

Após alguns meses, comprou sua primeira máquina de corte. Para poder adquirir o equipamento, como não tinha o valor e nem acesso a cartão de crédito, pediu o cartão emprestado a um amigo. A dificuldade de dispor de crédito é uma das principais barreiras do empreendedorismo em contextos precários, levando empreendedores a acionar redes da própria periferia (Costa, 2022). Outra barreira era sua timidez com clientes: “chegavam as pessoas eu abaixava a cabeça com medo de conversar [...]. Acho que era insegurança”. Para aumentar os rendimentos, criou um estilo de corte próprio, uma “marca”, e enfrentou a vergonha.

Ao mesmo tempo que começava a se firmar enquanto barbeiro, Alex se sentia muito incomodado com a forma como o proprietário geria o trabalho de seus colaboradores. O acordo seguia o mais comum nas barbearias: 50% do corte é do barbeiro e 50% do dono. Além disso, o jovem era descontado em razão de cursos de aperfeiçoamento que se sentia constrangido a realizar que chegavam a custar R\$ 300,00 e eram apresentados como uma “oportunidade”. Quando alguém declinava da formação, ficava malvisto pelo proprietário. Além da formação, o uniforme e os equipamentos também eram de responsabilidade dos profissionais.

Foi nesse período que Alex iniciou o relacionamento com sua atual esposa, logo tendo se casado e ido morar com a jovem que, por sua vez, estava desempregada. O casal estava construindo uma casa conjugada à residência da família dela, o que significava mais gastos e aumentava a pressão financeira que ele já estava sentindo. Após três anos nesse ritmo, decidiu sair da barbearia e voltou a “largar currículo” em algumas empresas, mas, em um primeiro momento, negou-se a tentar vagas no McDonald’s e no Burger King: “eu já era um barbeiro, fiquei um pouco envergonhado”, explicou.

O reconhecimento que a atuação como barbeiro havia gerado em Alex não estava disponível no mundo do trabalho subordinado (Costa, 2022), com atividades altamente rotinizadas e pouca margem para iniciativas individuais, como o trabalho em redes de fast-food (McDowell, 2003). Com as contas chegando, contudo, Alex se viu obrigado a aceitar o emprego que viesse. Enquanto homem casado, também sentia a responsabilidade de trazer dinheiro “pra dentro de casa”, de modo que acabou aceitando uma vaga do McDonald’s, onde trabalhou por seis meses. “Eles queriam que eu subisse para outro cargo”, lembrou, mas a ideia não lhe estimulava. Sentia falta da “autonomia, liberdade e autorrealização” que havia experimentado na barbearia (Amorim; Moda; Mevis, 2021, p. 14). Nas palavras dele, era uma

vontade “de ter o espaço”.

Durante todo o final da sua adolescência, portanto, o jovem pendulou ora desejando a estabilidade de um emprego formal ora optando pelo trabalho como prestador de serviços que, apesar de instável, era capaz de lhe produzir alguma estima a si próprio. Quando decidiu retornar para a barbearia, contactou seu antigo chefe e foi designado para atuar na nova unidade aberta. Contudo, não demorou e os conflitos voltaram, sobretudo em razão dos descontos indevidos e da falta de liberdade para tirar folgas. Apesar de trabalhar em turnos que iam das 9h30 às 22h, lembra de períodos em que ficou sem ter o que comer em casa. O jovem não concordava com as exigências que recebia como se fosse um trabalhador contratado, quando o pagamento era apenas o percentual dos serviços realizados. Na prática, ele não usufruía dos benefícios da autonomia e liberdade prometidos aos empreendedores, pois sempre que desejava se afastar do trabalho ou investir seu dinheiro em sua vida pessoal era como se estivesse negando diante dos outros o “modo de vida” do empreendedor (Amorim; Moda; Mevis, 2021).

Em razão dessas discordâncias, abandonou o trabalho. Novamente recorrendo a sua rede de contatos na periferia para acessar crédito, recebeu o valor de R\$ 3.000,00 oriundo de um empréstimo bancário retirado por um cliente que quis lhe ajudar. A circulação do crédito e das dívidas entre familiares e vizinhos marca as práticas morais do “dinheiro emprestado” nas classes mais baixas na América Latina nas últimas décadas (Wilkis, 2018). Alex aceitou a proposta que parecia vantajosa “pra quem não tinha nada” e que seria o suficiente para ele “fazer acontecer”. Durante a narrativa, o jovem repetiu a ideia de “fazer acontecer”, como um *slogan* acionado sempre que ele se via diante de uma adversidade e necessitava indicar um horizonte da vida que valia a pena ser vivida.

Com o valor, Alex montou uma barbearia simples: “Foi muito rápido, porque eu não podia perder tempo, precisava trabalhar por causa das contas”. Mas ao receber integralmente pelos cortes, melhorou a qualidade de vida, podendo manter a casa e adquirir novos bens. Para dividir tarefas básicas, foi a sua vez de chamar alguém para ajudar. Logo teve a oportunidade de se mudar para um espaço maior, com mais estrutura. Novamente o crédito necessário veio de um empréstimo de cliente. Também contratou um novo barbeiro, lucrando sobre seus cortes. Assim, pelos laços de confiança com outros homens da Bom Jesus, Alex acessou capitais e avançou em seu projeto de empreender.

Com o espaço adaptado, conseguiu chamar um terceiro profissional para trabalhar no local, sempre na lógica de quanto mais cortes fossem feitos, mais ele lucrava. Tendo três barbeiros atuando, a clientela nunca ficava sem horário e, conseqüentemente, os ganhos foram aumentando e Alex conseguiu pagar as dívidas que havia feito. A partir desse momento, nunca mais sentiu vontade de largar a barbearia. “Eu acho que o ambiente onde eu tava que me fazia desistir”, refletiu o jovem. Para compreender o que o jovem estava buscando no

empreendedorismo, contudo, é preciso ir mais a fundo na sua trajetória.

Alex nasceu na Bom Jesus e viveu toda sua vida no bairro. Perdeu sua mãe e seu pai quando tinha seis anos, momento em que ele e sua irmã, que é três anos mais nova, foram criados pela avó materna. Depois do falecimento dos pais, confessou que “queriam *pegar*” só a irmã que era mais nova e não ele, por ser “grandezinho”. Não fosse a sua avó, pensa que poderia ter ido para um orfanato. Apesar de ter acolhido os netos, a idosa não possuía condições de cuidar de ambos, então Alex era responsável pela irmã. “Eu tenho mágoas, sabe?”, admitiu.

Nesse contexto, Alex sente que “amadureceu rápido”, crescendo “no meio da Bom Jesus, daquelas coisas meio loucas”. Por considerar que a decisão da avó de criá-lo foi um “favor”, buscava dar o mínimo de trabalho. Antes da barbearia, aos 15 anos, fez um curso e um estágio pelo Projeto Pescar⁸. Foi dispensado pela defasagem escolar e, em seguida, tornou-se empacotador. Nesse período, trabalhava de manhã e estudava à noite, mas “acabava dormindo na aula”, quando teve que escolher entre escola e trabalho⁹, optando pelo “serviço”. Ao mesmo tempo, muitos amigos e vizinhos “começaram a se perder”, entrando no crime. Alex reconhece: “Se não fosse a barbearia, eu teria me perdido também”.

Sua irmã mais nova não teve essa sorte. Após uma aproximação com seus irmãos mais velhos, a menina começou a se envolver com o mundo do crime, sempre a partir de relacionamentos afetivos — forçados ou não — com integrantes de facções criminosas. Na cena mais brutal desse envolvimento, Alex foi chamado a salvar sua irmã, que estava à beira da morte. A adolescente estava se relacionando com um integrante de uma facção contrária àquela que atua na Bom Jesus¹⁰ e que também devia dinheiro ao grupo criminoso. Pela “grade de inteligibilidade da guerra entre grupos recortados da população” (Feltran, 2014, p. 508) que vigora em grande parte das periferias do país e que pautou as relações dos sujeitos periféricos de Porto Alegre nos anos da “guerra” entre Balas e Antibalas (Cipriani, 2021), a dívida acabou levando ao sequestro da irmã de Alex pela facção atuante no bairro. O jovem se viu diante do impasse moral de colocar sua própria vida em risco para salvá-la:

Na minha cabeça, ‘eu tenho que proteger a minha irmã, essa é a minha função’. Aí

8 O Projeto Pescar é um programa de formação socioprofissionalizante desenvolvido pela Fundação Projeto Pescar destinado à inserção de jovens em vulnerabilidade social, com idades entre 16 e 19 anos, no mundo do trabalho.

9 Alex completou apenas o oitavo ano do Fundamental.

10 A facção criminosa chamada “Bala na Cara” (ou simplesmente “os Bala”) surgiu no bairro Bom Jesus em meados dos anos 2000, com reconhecimento no mundo do crime graças a um *modus operandi* violento. Em contrapartida, formou-se um grupo de oposição chamado “Antibala” (Barros, 2020; Cipriani, 2021). O conflito entre os dois grupos foi especialmente intenso na Bom Jesus durante os anos de 2015 e 2018, uma vez que os Bala surgiram no bairro e onde exercem maior influência até os dias atuais. É também a partir da Bom Jesus que a facção organiza ataques e incursões para conquistar outros territórios. Apesar do conflito ter se apaziguado nos anos mais recentes, a influência do grupo no território ainda é muito presente na rotina e sociabilidade dos moradores.

eu peguei e mandei e consegui 200 pila e meu primo foi lá para pegar (*ela*). Só que chegando lá, os caras não deixaram, falaram que era bem mais a dívida e que dava para levar meu sobrinho. [...] E os caras falando, ‘não, tu mesmo, tem que ser tu para trazer o dinheiro’. Só que aí eu tava sentindo a maldade, né? Porque essa galera assim é meio complicado de confiar, né? E eles ‘não, tem que ser tu’. E eu ‘eu não vou lá’, pensando comigo. E a minha esposa falando ‘não vai’. Eu não fui, pensei ‘ah vou deixar na mão de Deus. [...] Eu falei, ‘ah, não vou arriscar a vida de ninguém, nem a minha por um erro dela’. [...] Aí era 4:00 da manhã, se eu não me engano, ela me ligou. Um número me ligando, ligando, ligando e eu com medo de atender, na minha cabeça já tinha acontecido já. Os caras falaram que iam matar ela. Daí eu atendi o telefone e ela ‘ah sou eu’. [...] O *gurizão* que ela tava namorando salvou ela lá. Dizendo ela que tava até na cova já. E o cara conseguiu salvar (Alex, 2024).

Após se salvar do cárcere privado e de quase ser assassinada, a jovem ainda voltou a Bom Jesus, mesmo sabendo que estava proibida de entrar na vila. A sucessão de eventos que colocaram a vida de Alex em risco por causa da sua irmã o levou, em dado momento, a tomar uma distância e a romper com a ideia de que era responsável pela vida dela, sobretudo depois que encontrou, na barbearia espaço para consolidar um “autovalor” (Pinheiro-Machado, 2025, p. 15). Essa sobrevivência desvinculada a uma “estrutura de sentimentos” (Costa, 2022, p. 38) que confira um certo “propósito” ao trabalho — para utilizar a palavra em alta na gramática neoliberal — seria insustentável para um homem que não possuía nenhuma outra esfera de exercício de poder e que se viu incapaz de proteger a pessoa que representava seu laço familiar mais forte, a quem ele havia se autoatribuído a responsabilidade de uma proteção quase paterna e com quem teve que romper para se manter vivo.

Nesse processo, Alex reconstruiu laços familiares a partir do seu casamento. Ter a parceria de uma mulher no amor e nos negócios é uma marca que perpassa a vida dos empreendedores barbeiros, de modo que o empreendimento se torna um projeto do casal. De um lado, portanto, reforçam-se os papéis de gênero em que o homem se apresenta como o proprietário e responsável principal pelo negócio e a mulher enquanto alguém que “o ajuda”. Essa “ajuda” emerge no empreendedorismo popular como outra faceta do “cuidado que não diz seu nome” (Guimarães; Vieira, 2020). De outro lado, empreender, em contextos de precariedade, não se faz possível como projeto individual, na medida em que são as relações familiares e comunitárias que proporcionam as condições materiais e emocionais para que os negócios prosperem.

Na trajetória de Alex isso fica evidenciado pelas relações com homens clientes que lhe forneceram o crédito para construir seu negócio, na “ajuda” recebida da sua esposa — que renuncia ao seu próprio negócio como doceira em nome do projeto do marido —, e na compreensão de que só irá crescer financeiramente quando puder contar com serviços bem prestados por outros adolescentes em sua barbearia. Pelas dificuldades vividas no começo da sua jornada, contudo, ele diz agir diferente do seu antigo “chefe”. Deseja dar mais liberdade aos barbeiros e busca dar conselhos aos meninos mais novos, para que eles foquem nos seus

objetivos, guardem o dinheiro recebido, planejem seu futuro.

Depois de todos os obstáculos, de toda a insistência no projeto de um homem empreendedor, Alex está convicto de que escapou à realidade que estava disponível a ele. Ser barbeiro traz contornos de vencedor (Amorim; Feltran, 2023) para a sua trajetória, de alguém que sobreviveu em meio à adversidade (Hirata, 2010), reforçando seu “autovalor” (Pinheiro-Machado, 2025) e permitindo prospectar o futuro. No término da narrativa, de tanto buscar “fazer acontecer”, não por acaso, Alex substituiu o termo utilizado: “a barbearia foi onde eu forcei a acontecer”, resumiu.

Martim: A barbearia como merecimento

Se para Alex a barbearia surgiu como salvação em um contexto de extremo desamparo, para Martim, foi uma porta aberta fruto do investimento familiar. O jovem negro de 24 anos nasceu e viveu toda sua vida na Bom Jesus e é atualmente proprietário de uma barbearia pequena, com duas bancadas para cortes e um lavatório. Filho único, foi criado pela mãe, após o pai falecer quando ele tinha cinco anos. “Ele andava com uma gente de má índole”, foi como explicou a morte de seu pai que foi encontrado morto poucos dias após sair da prisão.

Apesar da falta que sentia da figura paterna, explicou que por ter sido criado pela mãe, incorporou uma comunicação mais ativa — “sempre fui de falar as coisas, falar o que eu acho, opinar”. Segundo ele, isso só foi possível por não ter convivido com um homem mais velho que o mandasse “ficar quieto”. No colégio, apesar de ser “bagunceiro” e “não parar quieto”, sempre fazia aquilo que lhe era demandado. O desejo por “não perder tempo” é uma prática que o acompanha desde muito novo e que o ajudou a persistir na sua trajetória de barbeiro. Para dar vazão a essa energia, além de ter completado o Ensino Médio, Martim participou de atividades extracurriculares durante a adolescência, parte delas na igreja que sua família frequentava, de orientação evangélica. No local, aprendeu a tocar bateria, violão; apresentava-se em danças e participava de grupos de jovens; frequentou um projeto na Bom Jesus em que fazia aulas de circo, acrobacia e teatro; além de aulas de natação e futebol pagas pela mãe.

Com 15 anos, contudo, começou a querer sair para festas para beber e “conhecer as gurias”. Chegou até a promover “bailes” na Bom Jesus, resumindo esses dois anos como uma fase “só de curtir”. Diferentemente do padrão percebido nas trajetórias dos homens jovens periféricos que são estimulados a “escapar da adolescência” (Barros, 2024), poder experimentar esse período sem maiores responsabilidades financeiras foi possível para Martim graças ao fato de que sua mãe, além de ser uma trabalhadora formalizada, recebia a pensão por morte do seu pai, o que lhes possibilitava uma vida confortável para os padrões do bairro.

Apesar disso, não demorou para o jovem querer se envolver com uma atividade que lhe garantisse uma renda. Com 16 anos, entrou como Jovem Aprendiz no McDonald’s onde

trabalhou por dez meses. Sua rotina consistia em estudar no período da manhã, voltar para casa para almoçar, entrar no trabalho no meio da tarde e só retornar para casa depois das 23h. A jornada semanal era de 6x1, tendo apenas uma folga na semana e um domingo livre no mês.

Em que pese seu esforço para cumprir com a carga horária, foi chamado pela gerente da unidade de “marginal”, acusado de ter roubado uma caixa de queijo, razão pela qual foi demitido. Em outra experiência, trabalhou em uma lancheria, mas não suportou o comportamento autoritário do chefe, sobretudo para alguém que havia sido criado em um lar em que podia se expressar livremente. Nessa época, seu primo lhe pediu que cortasse seu cabelo. Martim gostou da experiência, ofereceu a outros amigos e o que era uma brincadeira, tornou-se uma possível profissão. Para melhorar a prática, o jovem via vídeos no *Youtube* e anotava as técnicas em um “caderninho”. Logo começou a cobrar R\$ 5 por corte, com auxílio de uma máquina emprestada do pai de um amigo. Apostando na possibilidade de lucrar na atividade, ajudado pela mãe, matriculou-se em um curso profissionalizante que custava em torno de R\$ 2 mil à época, além de adquirir uma máquina nova.

Como desejava ter mais autonomia financeira enquanto se profissionalizava, inscreveu-se em vaga do Jovem Aprendiz, tendo iniciado no trabalho como estoquista em uma loja de calçados. Apesar de terem ofertado a efetivação no emprego, o que lhe renderia um salário-mínimo mensal, Martim não desejava trabalhar em um estoque fechado, sem poder estar com o público. Por esse motivo, decidiu apostar no projeto barbeiro. Fez o teste em uma barbearia onde já cortava o cabelo, passando a atender no local nos finais de semana. Nos demais dias cortava o cabelo de seus clientes em sua casa. Munido de uma forte crença em si e estimulado pela mãe o jovem, ele pôde fazer uma escolha sobre o seu caminho profissional, e não apenas aderir à primeira oportunidade disponível. Inicialmente, recebia em torno de R\$ 150 para cada final de semana trabalhado. O acerto com o dono do estabelecimento era o padrão da região, de 50% dos valores recebidos, sem precisar arcar com custos. Na medida em que foi assumindo mais dias, o total recebido por semana aumentou para até R\$ 300. Martim expandiu sua rede de clientes, chegando a receber em torno de R\$ 700 por semana trabalhada, sobretudo nos feriados.

O jovem não foi modesto em exaltar sua dedicação e comprometimento com o trabalho. Mesmo quando saía para festas, orgulhava-se de, no outro dia, estar na barbearia no horário. Foi então convidado pelo dono para assumir como gerente do espaço, enquanto o proprietário se dedicava a abrir uma segunda unidade. Nessa nova função, ganhava 55% dos cortes realizados e mantinha dois dias de folga na semana. Passou a ser responsável pelo controle do caixa, pela compra de insumos e por sugerir melhorias ao espaço. Também precisava selecionar e treinar os barbeiros que compunham a equipe, uma das tarefas que ele tinha mais dificuldade. Martim explicou que os aprendizes não conseguiam se comprometer com a atividade, o que se agravava pelo fato de que, bem em frente à barbearia, localizava-se uma boca de tráfico.

Embora ele evitasse ficar na frente do estabelecimento, para não conviver com os traficantes e com a movimentação do local, alguns dos barbeiros gostavam de ficar perto desse movimento, o que lhe desagradava. Além do mais, expandir a cartela de clientes não era uma tarefa fácil para os iniciantes, o que os desestimulava a insistir no plano. Sem muitos clientes, trabalhavam 12 horas por dia para receber apenas R\$ 100 na semana.

O processo de construção de uma rede de clientes implica em dispor de um tempo sem ganhar o suficiente para o próprio sustento — foi assim para Alex e para Martim logo que iniciaram. Em razão disso, Alex inclusive precisou retornar ao trabalho formal e quase abandonou o projeto da barbearia. Como ele, muitos adolescentes que iniciam na tarefa, não possuem as condições materiais que os permitam esperar o processo de aprendizagem e de fixação no mercado local, o que os faz desistir de empreender em nome de um trabalho que tenha retorno garantido e imediato.

Após três anos como gerente, Martim percebeu que, para evoluir financeiramente, precisaria investir na sua própria barbearia e sair da frente da boca de tráfico. A proximidade com a venda de drogas causava muita apreensão ao jovem que temia acabar se envolvendo com as dinâmicas do crime, em um exemplo clássico da zona cinzenta entre legal e ilegal que marca os territórios urbanos periféricos (Telles; Hirata, 2007). Quando havia abordagem policial, alguns integrantes da facção pediam para entrar no local, buscando simular que estavam cortando o cabelo para fugir dos flagrantes. Também houve situações em que eles pediram para guardar dinheiro na barbearia, mas Martim nunca aceitou.

Por mais que ele desejasse estabelecer uma fronteira clara entre os regimes normativos do trabalho e do crime (Feltran, 2014), nem sempre isso era possível. Exemplo disso foi quando um dos barbeiros que trabalhava com ele “tomou um paredão” da polícia. Dias depois, os policiais retornaram questionando se a barbearia possuía alvará, sob ameaças de que poderiam fechar o estabelecimento. Para defender o espaço — e, no limite, a si mesmo — Martim respondeu de forma firme: “Tamo há um tempão aí trabalhando, trazendo autoestima pros nossos clientes, quero ver vocês fecharem”. Assim como quando foi acusado de roubo pela sua chefe no McDonald’s, o jovem se via novamente em uma situação em que precisava se afirmar enquanto trabalhador, atuando na “limpeza simbólica” (Machado da Silva; Leite, 2008, p. 71) e na reafirmação da fronteira moral que o distinguia dos traficantes, de modo a conseguir fugir das tentativas do seu entorno de empurrá-lo à ilegalidade.

Com a ajuda da sua mãe, conseguiu então retirar um empréstimo no banco no valor de R\$ 21 mil, caso típico do fenômeno da expansão da economia financeirizada e do mercado do capitalismo de crédito que chegou para os mais pobres no Brasil e por toda a América Latina nas últimas décadas (cf. Wilkis, 2018). A centralidade das mulheres como gestoras das dívidas, capturadas por um sentimento de obrigação pelo cuidado com seus familiares (Kolling,

2022), também marca a história de Martim. Em posse do valor, alugou o espaço, adquiriu os equipamentos usados e fez uma pequena reforma, abrindo o seu *Studio* ao público. A nova localização escolhida — na “entrada” da vila, em uma rua pavimentada — é outro sinal da busca por símbolos de progresso que marca a vida do jovem.

Ser um homem jovem empreendedor na vila, em um tipo de serviço que exige trocas e conversas com os clientes, exige que Martim desenvolva competências emocionais para estabelecer relações afetivas com outros homens. Para fidelizar os clientes e aumentar o lucro, Martim explica que mais do que saber cortar o cabelo, é preciso valorizar o atendimento, ouvir críticas sem se sentir atacado, pedir desculpas quando erra o corte. Há, portanto, uma certa “abertura” (Elliott, 2020) nas masculinidades de empreendedores que precisam empreender também na ordem de gênero posta: ouvir e aconselhar outros homens, apurar a visão da estética, estar atento às tendências, permitir ser contrariado, resolver conflitos sem ser pela violência.

Quando o questionei sobre qual era a tarefa que ele mais gosta no seu trabalho, o jovem respondeu: “escutar os clientes, fazer os dias deles mais especiais”, assim como ver os trabalhadores ao seu lado crescendo. Sobre o que menos gosta, refere justamente “tentar ajudar a pessoa e ela não ouvir”, em alusão às dificuldades no treinamento de novos barbeiros. É pela comparação com os outros jovens com quem convive, portanto, que Martim reafirma as próprias conquistas, evocando o que Pinheiro-Machado (2025) chamou de “senso de merecimento precário”, o sentimento de que se é superior àquele que está imediatamente abaixo na hierarquia social:

Quando vê tá com 20, 30 anos, fica saindo bebendo e não tem nada. Tá na casa da mãe, tá dependendo dos outros. Não tem um emprego fixo, tá sempre saindo de um emprego ou de outro. Sempre reclama da vida. ‘Ah esse emprego aqui não aguento mais’. Daí passa dois meses, já tá em outro emprego. Fica assim a vida toda. Daí muitas vezes fala ‘ah Martim tu teve sorte, não sei o que, tá grandão’. É, mas todo esforço tem um sacrifício (Martim, 2024).

Quando nos encontramos, a esposa do jovem estava grávida de sete meses de um menino e Martim aguardava ansioso pela chegada do filho, prospectando como poderia ajustar seu horário de trabalho para poder estar presente em casa após o nascimento do bebê. Sobre essa nova fase, ele reforçou que trabalhar não era a única função de um pai. “Dinheiro não é tudo”, sublinhou, refletindo que muitas vezes os homens se valorizam por trazer dinheiro para dentro de casa, enquanto a mulher “tá cuidando do filho”, pois não consideram que esse cuidado também é um trabalho. Nesse sentido, apesar do provimento familiar ser uma fonte de orgulho para o jovem, ele reflete que a educação dos filhos também é um dever masculino e que pode se tornar um fardo para as mães.

Novamente o exercício da masculinidade do jovem inova em alguns aspectos,

contemplando práticas mais igualitárias, ao mesmo tempo em que não renuncia ao poder no casamento heterossexual por meio de símbolos típicos da masculinidade, como o negócio próprio, a compra do carro e a gestão da vida financeira do casal. Martim se orgulha, por exemplo, de nunca ter deixado faltar dinheiro em casa, certificando-se de ter sempre uma reserva de emergência. No lazer, deixou de sair para festas e beber com os amigos solteiros e agora prefere fazer programas com um outro casal, como sair para comer, ver filmes em casa, “tomar uma cervejinha”, e viajar.

Em relação a todo o esforço que dedicou ao projeto da barbearia, Martim não tem dúvidas de que valeu a pena. “Só de ter o espaço nosso, é muito gratificante. É uma coisa que é de conquista né. Não tem como explicar”. A conquista que ele enxerga como sendo fruto da sua dedicação e competência está também marcada pelo coletivo, como fonte de renda para toda a família. No limite, também será o espaço de formação de novos barbeiros – o que além de uma aspiração, é a única saída para que Martim exerça a paternidade da forma como deseja. Ele precisará confiar em alguém que o substitua em períodos de ausência. Para romper com a ordem de gênero, portanto, precisará que outros homens trabalhadores se envolvam com seu empreendimento, ainda que em posição de subordinação.

Matheus: A barbearia para vencer a solidão

A barbearia de Matheus, jovem branco, loiro de olhos azuis, de 25 anos, fica próxima de uma grande avenida, distante do núcleo da vila, em um local de bastante visibilidade. O jovem nasceu e morou sua vida toda na Bom Jesus, junto de seus avós, pois seus pais o tiveram quando tinham apenas 16 anos. Apesar disso, o pai foi uma referência importante na sua vida, já que foi na pizzeria que ele possuía onde Matheus trabalhou quando tinha 17 anos. Foi nesse período em que se interessou pela ideia de se tornar barbeiro, quando seu cunhado, que atuava na profissão, o estimulou a começar um curso na área. Mesmo sem o valor necessário para pagar a formação, pôde realizar o curso em razão do vínculo que compartilhavam.

Após ficar um tempo fora da cidade, retornou à Bom Jesus e seu cunhado lhe ofereceu um espaço para alugar, o que foi possível financeiramente graças à rescisão trabalhista que sua esposa recebeu, além do uso do cartão de crédito emprestado de seu pai. Assim como para Alex e Martim, foram as redes de contatos interpessoais que garantiram as condições necessárias para que Matheus pudesse empreender. O jovem, contudo, precisou lutar pelo seu espaço, já que existiam muitos outros barbeiros já estabelecidos, com clientes fiéis.

A existência de uma lealdade entre cliente e barbeiro é algo que ouvi de alguns interlocutores. Para prosperar no negócio, além de saber cortar é preciso construir um vínculo com quem está sendo atendido, gerando a fidelização não apenas pela qualidade do serviço, mas através da construção de uma relação de amizade. Em razão dessa disputa de mercado, Matheus

expandiu a divulgação da barbearia pelas redes sociais, principalmente em vídeos postados no *Instagram*. “Eu sempre fui ligado na internet, em tendência da barbearia. Sempre tem coisa nova pra gente aprender”, disse.

Quando Matheus montou sua barbearia, chamou um jovem para lhe ajudar, que vem a ser o Martim. As cadeias de contatos e relações que vinculam os jovens empreendedores são parte central do ramo da barbearia nas periferias. Ao mesmo tempo que precisam “se diferenciar” — e, portanto, se individualizar —, também se sentem no dever de coletivizar o capital social adquirido, integrando os barbeiros iniciantes aos seus estabelecimentos, ou seja, repassando aquilo que receberam no início da sua trajetória. Quando essa operação de integração é bem-sucedida, e a relação dono e barbeiro “dá certo”, ambos saem ganhando: o proprietário expande seus lucros e o barbeiro iniciante se firma no caminho da profissão até poder, ele próprio, tornar-se um dono.

Foi isso o que aconteceu na relação entre Martim e Matheus. Nesse período, Matheus sentiu que houve um “boom” na procura pelo serviço, já que cortar o cabelo com um barbeiro passou a ser um objeto de desejo dos adolescentes da vila — replicando no contexto periférico a expansão das chamadas “barbershops”¹¹ nas classes mais favorecidas (Santos; Pereira, 2019). Aproveitando essa abertura no mercado, o jovem decidiu deixar a unidade sob responsabilidade de Martim, para abrir um novo espaço, junto de um cliente que o havia convidado para dividir a sociedade. A mudança foi percebida por ele como “uma oportunidade de evoluir profissionalmente e ter um pouco mais de tranquilidade pra trabalhar”, já que deixava o espaço antigo que ficava em frente a um ponto de venda de drogas.

Na nova localização, dividia os custos e os rendimentos com seu sócio, mas o acordo durou apenas um ano. Matheus aspirava expandir suas fontes de renda, tendo outros barbeiros trabalhando com ele, além de construir um ambiente “de desejo” para os jovens, vendendo bebidas e disponibilizando um espaço para jogarem videogames, por exemplo. Mais do que apenas um barbeiro, portanto, Matheus buscava exercer uma certa liderança entre os homens jovens trabalhadores, conectando-se com símbolos típicos da masculinidade nesse contexto, além de saber reproduzir a estética pedida pelos seus clientes, muitas vezes decorrentes da cultura do funk (como o design de sobancelha, a descoloração em formato quadriculado, os cortes em degradê etc.), em uma performance de “vida loka” (Malvasi, 2012) também desejada pelos não-envolvidos.

Assim como Alex e Martim, Matheus frisou a dificuldade de construir boas relações com barbeiros parceiros, sobretudo pela falta de comprometimento dos mais novos. “Não sei

11 Tipo de barbearia que combina “[...] visual retrô das barbearias antigas com tratamentos modernos e serviços adicionais, como a oferta de bebidas alcoólicas e entretenimentos” (Santos; Pereira, 2019, p. 184).

se é por preguiça ou problemas pessoais em casa também. A pessoa vem desmotivada para trabalhar”, explicou. Matheus compreende que há questões estruturais que interferem nessas jornadas e admite que a carga horária de até 12 horas, somada às dificuldades no início são obstáculos que levam muitos a desistirem da profissão. Apesar disso, para o jovem, o principal ponto positivo de empreender nas barbearias é a capacidade de estar em contato com outros homens jovens, o que ele chamou de “resenha”: “a conversa, a brincadeira, a amizade que a gente faz com o cliente”. Ele busca se tornar uma “referência” de empreendedor no bairro (Costa, 2022), sobretudo entre os garotos mais jovens.

Mais recentemente, Matheus tem se aventurado em produzir e publicar vídeos curtos no *Instagram*, contendo pequenas esquetes de humor em que tematiza situações e vivências próprias do barbeiro. As barbearias se transformam em um espaço de lazer alternativo disponível aos homens jovens trabalhadores da periferia, onde eles se reúnem para jogar videogame, gravar vídeos para a internet, assistir jogos de futebol, enfim. Além de espaços de consumo genderizados (Fischer; Gainer; Bristor, 1998), são a versão pública para os adolescentes periféricos no Sul Global das chamadas *Man Caves* — espaços domésticos destinados ao lazer e à expressão do homem no contexto norte-americano (Moisio; Beruchashvili, 2016). Oferecendo certa segurança aos perigos da rua, subverte-se a lógica de um serviço comercial, na medida em que os jovens da rede de relações são bem-vindos para compartilhar o espaço, sem necessariamente estarem consumindo algo.

A despeito de uma trajetória bastante linear como barbeiro e empreendedor, Matheus relatou um período de grande dificuldade que viveu logo que abriu a sua primeira unidade, que pode se assemelhar a um quadro de depressão não diagnosticado:

Mas eu tive um momento que eu não sei identificar muito bem o que eu tive. Sei lá se foi uma depressão assim no começo. Eu tava meio mal da cabeça, mas tinha que tá sempre ali na barbearia, trabalhando. Foi um momento bem difícil pra mim (Matheus, 25 anos)

Como rede de apoio, contou apenas com sua esposa, com quem conseguia compartilhar o que sentia e pedir ajuda. O seu pai, por outro lado, não era alguém com que ele se sentia confortável nesses momentos, tendo em vista “o jeito dele, muito bruto”. Com a mãe, o jovem não manteve contato durante a infância. “Ela tinha envolvimento com drogas”, foi como ele explicou o motivo do afastamento. A decisão de se afastar do filho, contudo, foi da própria mãe que, na perspectiva de Matheus, decidiu não estabelecer uma relação mais próxima como forma de protegê-lo de uma possível influência negativa: “na verdade, eu cresci sozinho. Não tive uma base, que me desse mais carinho”, confessou.

Quando tinha 15 anos, Matheus teve uma primeira experiência de trabalho, quando fazia estágio em um programa do Jovem Aprendiz. Sua rotina era ir para o colégio pela manhã, para

o estágio pela tarde e de noite trabalhar com o pai na pizzeria. Para conseguir uma renda extra, ainda montou uma produtora de funk com alguns amigos. Ele mesmo admitiu que “até teve a fase de adolescente”, mas que o período passou rápido. Quando a produtora de funk começou a se estabelecer, exigindo sua presença constante em festas e bailes, Matheus começou a namorar. Logo se sentiu pressionado a assumir a performance do homem trabalhador, ao mesmo tempo que seus amigos da produtora se envolviam com o crime.

O casal acabou se casando e atualmente são pais de uma menina de dois anos. Na época em que o conheci, a esposa de Matheus estava esperando o nascimento do segundo filho, um menino. A montagem da barbearia e o casamento, portanto, são projetos totalmente entrelaçados na vida de Matheus. Foi o início do namoro que o impulsionou a procurar uma fonte de renda para poder sair de casa; foi partir dos valores da rescisão do trabalho dela que ele pôde abrir a primeira unidade; foi ela quem o ajudou a sair da depressão vivida logo após o início do empreendimento. “A gente entrou de cabeça na barbearia”, ressaltou o jovem.

Matheus ressalva, contudo, que segue a sua própria intuição para tomar as decisões. “Eu acredito em mim. Se eu acho que vai dar, eu vou fazer acontecer pra dar certo”. Continua sendo o provedor familiar e o responsável pela tomada de decisões — logo, pelo poder. Os empreendimentos e desejos profissionais deles são tomados pelo casal como prioridade; os delas, como secundários. A esposa é a principal cuidadora dos filhos, embora ele fique responsável pelo cuidado da filha nos períodos da manhã e noite, quando a menina o acompanha na barbearia, o que só é possível por ele ter um negócio próprio. Apesar disso, Matheus percebe que a sua jornada de trabalho o impede de estar mais presente na criação da filha, o que o deixa insatisfeito. Ele pretende a diminuir o ritmo de trabalho e estar mais disponível para a família.

A relação entre Matheus e o pai, marcado pelo tratamento “bruto” do genitor, mas também por um sentimento de admiração nutrido pelo jovem, é um impulso importante na sua trajetória. Mesmo a decisão de querer empreender, em parte, decorre de o pai ter tido um negócio próprio, a pizzeria, que rendia à família alguma vantagem econômica, na comparação com outros trabalhadores da Bom Jesus. “Ver que meu pai tinha um carro bacana sabe? Com certeza me influenciou. [...] Não queria ficar numa mesmice assim, de ficar sempre na rua, ou ficar só brincando com meus amigos na adolescência”, explicou.

Recentemente, a mãe de Matheus faleceu e em seguida sua avó paterna. Nenhuma dessas perdas, no entanto, afetou sua saúde mental na mesma intensidade de quando acredita ter tido depressão, sendo menos impactantes do que o peso que sentiu quando demandado a encarar o projeto do homem trabalhador, casado e dono do próprio negócio, tendo apenas 19 anos. Talvez tenha sido nesse momento que se materializou o sentimento de solidão de alguém que, ainda que protegido, foi uma criança com lacunas afetivas importantes. A saída foi o investimento total no empreendimento, não apenas como um “sujeito empresarial” (Dardot; Laval, 2016,

p. 322) que emerge da percepção de “brecha lucrativa” para melhorar o acesso à renda (Cruz Junior, 2022), mas como um caminho que permite a Matheus construir uma rede de relações que lhe foram negados na infância e adolescência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Da história de Alex, Matheus e Martim, extraio algumas continuidades. Eles iniciam na barbearia de forma espontânea, em paralelo a um trabalho formal. Aos poucos, percebem o potencial na atividade, quando começam a prestar serviços em barbearias no bairro. Nesse período, recebem menos do que em um emprego formal, sobretudo em razão dos descontos acordados com os donos. Ainda assim, optam por arriscar na atividade enquanto ganham tempo para aumentar a clientela, aperfeiçoar os cortes, realizar os treinamentos, adquirir melhores equipamentos. Nesse período, percebem que para ascender precisam adquirir o próprio espaço.

As relações hierárquicas com os proprietários costumam ser tensionadas e diferem pouco do que se esperaria em uma lógica formal de trabalho. Mesmo sem vínculo empregatício, constrói-se uma relação de chefia e controle que incomoda os jovens. Afinal, eles renunciaram a empregos formais estáveis pela promessa de rompimento com esse modelo antigo, em nome de um projeto que encarna a “[...] utopia do mundo sem patrões e sem hierarquias, sem horário de trabalho fixo, sem rótulos, de dedicação às atividades que promovem a realização pessoal” (Costa; Iamamoto, 2025, p. 19). A rotina evidencia que essas expectativas só são realidade para os próprios “donos”, o que os coloca diante do desejo de abrirem sua própria barbearia. Para isso, precisam mobilizar o capital social e a rede de contatos próprios da periferia.

Agora donos, repetem o ciclo: acolhem adolescentes como aprendizes para lhes ensinar as técnicas no corte, no atendimento, no comprometimento com os horários. Com novos barbeiros formados e fidelizados em suas barbearias, aumentam seus lucros a partir da expansão da rede de clientes. Nesse sentido, internalizam que crescer no negócio significa captar não apenas clientes entre os moradores, mas novos empreendedores entre os clientes. Cada adolescente que se senta na cadeira e compartilha suas dúvidas sobre como “sobreviver na adversidade” (Hirata, 2010) é estimulado a cogitar a barbearia como futuro profissional.

Essa circulação de aprendizados se estende aos próprios espaços onde as barbearias estão instaladas. Os novos donos entram nos piores locais, com aluguéis mais baratos e pouco espaço. Quando ascendem, deixam o local vago para os que estão chegando, já com alguma estrutura montada. O objetivo é sempre ir para pontos mais distantes das bocas de tráfico e mais próximos às avenidas que contornam a vila. Alex começou no local que depois foi ocupado por

Martim, logo que ele saiu da gerência da primeira barbearia de propriedade de Matheus. Matheus também deixou sua segunda unidade para Martim, quando conseguiu o ponto comercial que desejava.

Na condição de donos, eles sabem que crescer financeiramente depende da exploração do trabalho dos outros, ainda que a obtenção de vantagem seja apresentada como uma relação de “parceria” que possibilita a construção de uma rede entre homens que se ajudam na barbearia e em outras dimensões da vida, reforçando que parte da razão de ser do empreendedorismo popular é uma “aspiração por autonomia” que “instiga relações pessoais locais” (Costa, 2024, p. 2). Sendo donos, percebem que os adolescentes aprendizes devem ser orientados na vida profissional e pessoal. Na periferia, portanto, liderar uma equipe requer atuar para garantir que os aprendizes resistam à fascinação com o mundo do crime até que incorporem de forma definitiva o “*ethos* do trabalhador” (Zaluar, 1985) — ou do empreendedor.

Assim, os dados empíricos evidenciaram que ser barbeiro se apresenta como uma perspectiva mais vantajosa do que os empregos formais seja pela maior flexibilidade na rotina, pelo senso de pertencimento, pela expressão de uma identidade cultural através do trabalho, ou ainda pela capacidade de se ver enquanto homens provedores. Nessa linha, Martim resumiu que todo o esforço empenhado para ter a própria barbearia valeu a pena não apenas pelos ganhos financeiros, mas “só de ter o espaço”: “é muito gratificante; é uma coisa que *é de conquista*”.

Há valor e reconhecimento na atividade provenientes de uma construção simbólica em que as barbearias se afirmam entre os poucos espaços onde os adolescentes e jovens da periferia desejam estar, na medida em que podem exaltar símbolos e modos de ser próprios da cultura negra e periférica. Não é apenas um serviço estético, mas um local que permite momento de integração masculina, sob a socialização de um “repertório de capitais comuns” (Tomazetti; Marconi; Machado, 2018, p. 409). Trabalhar nesse local permite essa socialização sem se colocar à mercê dos perigos da rua, ainda que o crime esteja sempre embaralhando esses espaços (Telles; Hirata, 2007), em uma fronteira tênue que vez ou outra acaba se rompendo.

Na medida em que passam a recolher os lucros do investimento realizado, desejam socializar os ganhos. Atuam para melhorar as condições de vida de suas mães; integram suas esposas ao negócio; empenham-se em orientar outros adolescentes que desejem seguir o mesmo caminho; e exprimem um sentimento comunitário, desejando ajudar no desenvolvimento da vila. Dessa forma, a máxima que aduz o empreendedorismo como fruto de uma subjetividade neoliberal que produz a figura do “empresário de si mesmo” (cf. Dardot; Laval, 2016), não dá conta de todas as nuances percebidas na realidade periférica, na medida em que as condutas desses sujeitos não estão referenciadas apenas na “[...] maximização racional de seus ganhos individuais” (Fontes, 2023a, p. 24).

Em relação às suas masculinidades, são jovens que empreendem tanto no trabalho, como

na ordem de gênero: ouvem e aconselham outros homens, valorizam demonstrações estéticas, toleram quando são contrariados e internalizam habilidades de resolução de conflitos sem ser pela violência. Além disso, a decisão por investir no empreendimento ganha ainda mais força quando os jovens se tornam pais, uma vez que o desejo por serem mais presentes os leva a planejar jornadas de trabalho mais flexíveis – o que não seria possível em empregos formais.

Apesar desses tensionamentos, a ordem de gênero que está posta também se reforça. Os jovens incorporam o desejo por serem vistos enquanto “pais de família” e detentores de um espaço “de conquista”. Quanto mais responsabilidades assumem enquanto provedores, mais necessitam que o negócio prospere, tornando-o um projeto do casal. Em meio à precariedade, a ajuda não remunerada de um terceiro é essencial para a sobrevivência do empreendimento em um sistema econômico cada vez mais baseado no fortalecimento da família enquanto fonte primária da seguridade social (Cooper, 2017). Nesse cenário, se o desejo de se tornarem barbeiros surgiu como forma de conquistar algum tipo de “envolvimento” com o regime normativo do trabalho, permitindo que disputassem com os “envolvidos com o crime” a hegemonia das masculinidades periféricas, durante o processo de empreender eles percebem que a empreitada só será possível na medida em que funcione como um projeto fundado na interdependência recíproca entre os barbeiros e seus clientes, familiares, esposas e aprendizes. De negócios de si, surgem projetos de nós.

REFERÊNCIAS

1. AMORIM, Adson; FELTRAN, Gabriel. Ordem e Progresso: expansão do mundo do crime e projetos de mobilidade. **Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 21–38, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/Jx4G73fqQRFckvSMNNTNJKJ/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.
2. AMORIM, Henrique; MODA, Felipe; MEVIS, Camila. Empreendedorismo: uma forma de americanismo contemporâneo? **Caderno CRH**, Salvador, v. 34, e021018, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/4zN8sv5BhPHhKKjywHRr4vy/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.
3. ATKINSON, Rowland; FLINT, John. Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies. **Social Research Update**, [s. l.], v. 33, n. 1, p. 1–4, 2001.
4. BARKER, Gary. **Dying to be Men: Youth, Masculinity and Social Exclusion**. London: Routledge, 2005.
5. BARROS, Betina Warmling. **A coerência da crueldade: os significados da violência extrema para os envolvidos no tráfico de drogas no Rio Grande do Sul**. 2020. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade

- Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/206422>. Acesso em: 15 set. 2025.
6. BARROS, Betina Warmling. **Masculinidades à margem**: tornar-se homem na periferia brasileira. 2024. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-06112024-165543/pt-br.php>. Acesso em: 8 fev. 2026.
 7. CECCHETTO, Fátima; MUNIZ, Jacqueline; MONTEIRO, Rodrigo. “Basta tá do lado” – a construção social do envolvido com o crime. **Caderno CRH**, Salvador, v. 31, n. 82, p. 99–116, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/PZDh4d5nBjHVGhcXtpvF5G/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.
 8. CIPRIANI, Marcelli. **Os coletivos criminais de Porto Alegre**: entre a paz na prisão e a guerra na rua. São Paulo: Hucitec, 2021.
 9. CONNELL, Raewyn. **Gender In World Perspective**. Cambridge: Polity, 2009.
 10. CONNELL, Raewyn. **Masculinities**. Berkley: University of California Press, 1995.
 11. CONNELL, Raewyn; MESSERSCHMIDT, James. Hegemonic masculinity: rethinking the concept. **Gender and Society**, [s. l.], v. 19, n. 6, p. 829–859, 2005. COOPER, Melinda. **Family Values**: Between Neoliberalism and the New Social Conservatism. New York: Zone Books, 2017.
 12. COSTA, Henrique. Empreendedorismo popular e a economia moral da vida sem salário. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 87, e10683, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rieb/a/9yj6df7Fv4xwB4msLz67bqM/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.
 13. COSTA, Henrique. **Um lugar ao sol**: utopia e sofrimento no empreendedorismo popular paulistano. 2022. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/Busca/Download?codigoArquivo=550309>. Acesso em: 22 abr. 2025.
 14. COSTA, Henrique; IAMAMOTO, Sue. Jovens empreendedores e utopias periféricas na zona sul de São Paulo. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, Natal, v. 27, n. 1, 2025. Disponível em: <https://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/7656>. Acesso em: 13 mar. 2025.
 15. CRUZ JUNIOR, Brauner. Entre mito e solução, a busca por um empreendedorismo realmente existente. **Contemporânea**, São Carlos, v. 12, n. 3, p. 827–848, 2022. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/1178>. Acesso em: 15 set. 2025.
 16. D’ANDREA, Tiarajú. **A formação dos sujeitos periféricos**: cultura e política na periferia de São Paulo. 2013. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-18062013-095304/>. Acesso em: 22 abr. 2025.

17. DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
18. ELLIOTT, Karla. **Young Men Navigating Contemporary Masculinities**. Cham: Palgrave Macmillan, 2020.
19. FELTRAN, Gabriel. **Fronteiras de tensão**: um estudo sobre política e violência nas periferias de São Paulo. 2008. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.
20. FELTRAN, Gabriel. O valor dos pobres: a aposta no dinheiro como mediação para o conflito social contemporâneo. **Cadernos CRH**, Salvador, v. 27, n. 72, p. 495–512, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/vgfhktWZvHTwNpV3Q6pPy4g/abstract/?lang=pt> Acesso em: 15 set. 2025.
21. FELTRAN, Gabriel. Trabalhadores e bandidos: categorias de nomeação, significados políticos. **Temáticas**, Campinas, v. 15, n. 30, p. 11–50, 2007. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/13649>. Acesso em: 15 set. 2025.
22. FISCHER, Eileen; GAINER, Brenda; BRISTOR, Julia. Beauty salon and barbershop: Gendered servicescapes. In: SHERRY, John (ed.). **Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets**. Chicago: NTC Business Book, 1998. p. 565–590.
23. FONTES, Leonardo. Between Dreams and Survival: The (Dis)Embeddedness of Neoliberalism among Entrepreneurial Workers from São Paulo’s Peripheries. **International Journal of Urban and Regional Research**, [s. l.], v. 48, 2023a. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2427.13218>. Acesso em: 15 set. 2025
24. FONTES, Leonardo. Informality, precariousness, and entrepreneurialism: new and old issues of urban labor in Latin America over the last decade (2012–2021). **BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, São Paulo, n. 99, 2023b. Disponível em: <https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/642>. Acesso em: 4 jun. 2024.
25. FONTES, Leonardo. **O direito à periferia**: experiências de mobilidade social e luta por cidadania entre trabalhadores periféricos de São Paulo. 2018. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/handle/1/15527>. Acesso em: 15 set. 2025.
26. FONTES, Leonardo. Violência, trabalho e periferia: conflitos morais e convívios nas fronteiras entre dois mundos. **Caderno CRH**, Salvador, v. 35, e022035, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/pZNtrFmmrYrRbKbZHgVQScd/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.
27. GUIMARÃES, Nadya; VIEIRA, Priscila. As “ajudas”: o cuidado que não diz seu nome. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 34, p. 7–24, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/LN8YgwX9J7Xgr67tZTVjf9B/?lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.

28. HIRATA, Daniel. **Sobreviver na adversidade**: entre o mercado e a vida. 2010. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-03032011-122251/pt-br.php>. Acesso em: 15 set. 2025.
29. KOLLING, Marie. Entre Cuidado e Exploração. Quando a Dívida Entra nas Relações de Família e Vizinhaça num Bairro Periférico. **Iberoamericana – Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies**, [s. l.], v. 51, n. 1, 2022. Disponível em: <https://iberoamericana.se/articles/10.16993/iberoamericana.560>. Acesso em: 5 set. 2025.
30. LIMA, Jacob; OLIVEIRA, Roberto. O empreendedorismo como discurso justificador do trabalho informal e precário. **Contemporânea**, São Carlos, v. 11, n. 3, 2022. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/1062>. Acesso em: 22 abr. 2025.
31. LYRA, Diogo. Operários da firma: mundo do trabalho no mundo do crime. **Antropolítica, Revista Contemporânea de Antropologia**, Niterói, v. 50, p. 84–106, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/43306>. Acesso em: 15 set. 2025.
32. MACHADO DA SILVA, Luiz; LEITE, Márcia. Violência, crime e polícia: o que os favelados dizem quando falam desses temas? In: MACHADO DA SILVA, Luiz Antonio (org.). **Vida Sob Cerco**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. p. 48-76.
33. MALVASI, Paulo. **Interfaces da vida loka**: Um estudo sobre jovens, tráfico de drogas e violência em São Paulo. 2012. Tese (Doutorado em Saúde, Ciclos de Vida e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6136/tde-09032012-132410/>. Acesso em: 28 ago. 2024.
34. MCDOWELL, Linda. **Redundant Masculinities?** Employment Change and White WorkingClass Youth. Oxford: Blackwell, 2003.
35. MESSERSCHMIDT, James. **Masculinities in the making**: from the local to the global. London: Roman & Littlefield, 2016.
36. MESSERSCHMIDT, James; BRIDGES, Tristan. **A Kaleidoscop of Identities**: reflexivity, routive, and the fluidity of sex, gender, and sexuality. London: Roman & Littlefield, 2022.
37. MESSERSCHMIDT, James; BRIDGES, Tristan. Legitimation as linchpin: On Raewyn Connell's changing conceptualization of 'hegemonic masculinity'. **International Review of Sociology**, [s. l.], v. 34, n. 2, p. 211–239, 2024. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03906701.2024.2388616>. Acesso em: 15 set. 2025.
38. MOISIO, Risto; BERUCHASHVILI, Mariam. Mancaves and masculinity. **Journal of Consumer Culture**, [s. l.], v. 16, n. 3, p. 656–676, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1469540514553712>. Acesso em: 15 set. 2025.
39. PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Raiva, sonhos e insubordinação: como a extrema direita e as mídias digitais mobilizam a classe trabalhadora plataformizada. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 31, e730601, 2025. Disponível em: <https://www>.

- scielo.br/j/ha/a/yPt3DTS4mtM3Jr7KPzzqsQK/?format=html&lang=pt. Acesso em: 15 set. 2025.
40. SANTOS, Natália; PEREIRA, Severino. Barba, cabelo e bigode: consumo e masculinidades em barbearias. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 59, p. 183–194, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/fYKMhgwbmrLQ6rNyRmgq7MQ/?lang=pt>. Acesso em: 26 jun. 2026.
 41. SANTOS, Hermílio; VOLTER, Bettina; WELLER, Wivian. Narrativas: Teorias e métodos. **Civitas, Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 199–203, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2014.2.17868>. Acesso em: 26 jun. 2026.
 42. TELLES, Vera. **A cidade nas fronteiras do legal e ilegal**. Belo Horizonte: Argymentvm, 2010.
 43. TELLES, Vera; HIRATA, Daniel. Cidade e práticas urbanas: nas fronteiras incertas entre o ilegal, o informal e o ilícito. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 21, n. 61, p. 173–191, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/pbNxJjhLk36N87KFwDjGvTK/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.
 44. TOMAZETTI, Tainan; MARCONI, Dieson; MACHADO, Alisson. Não se nasce homem, torna-se homem: performatividades do masculino em uma barbearia. **Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia**, [s. l.], n. 13, p. 403–419, 2018. Disponível em: <https://revpubli.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/4987>. Acesso em: 15 set. 2025.
 45. WILKIS, Ariel. **The Moral Power of Money: Morality and Economy in the Life of the Poor**. Stanford: Stanford University Press, 2018.
 46. ZALUAR, Alba. **A máquina e a revolta: as organizações populares e o significado da pobreza**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

Betina Warmling Barros

Professora na Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo e pesquisadora de pós-doutorado na Universidade Federal de Minas Gerais. Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6180-5652>. E-mail: barros.betina3@gmail.com.