

A barbearia muda vidas, né mano? medidas socioeducativas e projetos empreendedores¹

João Victor Borri de Oliveira (PPGS, UFSCar, Brasil)²

Matheus Martins Sousa (UFSCar, Brasil)³

Resumo

Partindo de uma experiência etnográfica compartilhada entre dois pesquisadores⁴, neste trabalho, visamos demonstrar ressignificações e agenciamentos de jovens em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto frente a discursos e gramáticas do empreendedorismo. Nosso objetivo não é deixar de lado os efeitos obscuros do empreendedorismo calcado na racionalidade neoliberal, entretanto, durante a pesquisa percebemos como esses jovens calculavam o que lhes fazia sentido e o que lhes parecia ajudar em algum momento da vida. Esse empreendimento se fez via um projeto de barbearia oferecido aos jovens que estavam em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto na qualidade de Liberdade Assistida na cidade de São Carlos, e portanto possuem em algum momento um envolvimento com o mundo do crime. Sendo assim, argumentamos no paper que somente criticar aquelas doses de empreendedorismo, deixaria de lado as potencialidades e cálculos de nossos interlocutores.

Palavras-chave: juventudes, medidas socioeducativas, empreendedorismo.

Abstract

Based on an ethnographic experience shared between two researchers, in this work we aim to demonstrate the re-significance and agency of young people undergoing socio-educational measures in an open environment in the face of discourses and grammars of entrepreneurship. Our objective is not to ignore the obscure effects of entrepreneurship based on neoliberal rationality; however, during the research we realized how these young people calculated what made sense to them and what seemed to help them at some point in their lives. This initiative took the form of a barbershop project offered to young people who were undergoing socio-educational measures in an open environment in the form of probation in the city of São Carlos, and who were therefore involved in the criminal world at some point. In this way, we argued in the paper that merely criticizing those doses of entrepreneurship would overlook the potential and calculations of our interlocutors.

Key words: youth, socio-educational measures, entrepreneurship

¹ Trabalho apresentado na 34ª Reunião Brasileira de Antropologia (Ano: 2024)

² Mestrando no Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, integrante do NaMargem (Núcleo de Pesquisas Urbanas) e diretor executivo do programa “Às Margens da Cidade” vinculado à rádio UFSCar.

³ Graduando em Ciências Sociais na Universidade Federal de São Carlos e integrante do NaMargem (Núcleo de Pesquisas Urbanas).

⁴ Salientamos que embora o texto seja assinado por João e Matheus, agradecemos as discussões e debates e experiências compartilhadas com nossa orientadora Luana Dias Motta (UFSCar).

Neste texto, buscamos refletir sobre um projeto de barbearia que faz parte de um programa de medidas socioeducativas em meio aberto na cidade de São Carlos, uma cidade média do interior paulista. Esse projeto se apresenta como uma tentativa de qualificar e promover a formação desses jovens na área de barbearia e cuidados estéticos. Durante esse processo, averiguamos que falar sobre o empreendedorismo e seus sentidos é algo rotineiro durante as aulas desse projeto. Embora o objetivo seja fornecer noções básicas para projetos autônomos, acreditamos que em alguns momentos a conversa acaba esbarrando no discurso neoliberal do empreendedor de si mesmo, sobretudo, na capacidade de gerir uma imagem e uma marca pessoal de forma a maximizar as chances de um notável sucesso profissional. O que emerge nessa questão é a racionalidade empreendedora (DARDOT; LAVAL, 2016), um tipo particular de racionalidade que tem sido promovida pelo neoliberalismo na esfera econômica e social. Essa perspectiva enfatiza a responsabilidade individual, a competição e a maximização do lucro como motores principais das atividades econômicas.

Sendo assim, durante o projeto pudemos observar que aos poucos ia surgindo uma linguagem empreendedora que colocava o foco na própria responsabilização individual, o famoso *seu sucesso só depende de você*⁵. Enquanto Sociólogos e Etnógrafos em formação, podemos ter nossas críticas ao neoliberalismo, e isso nos apontou para a escrita do texto em questão. Pensávamos que era muito delicado falar de empreendedorismo com os jovens que estavam cumprindo medidas socioeducativas em meio aberto por conta de suas condições bastante específicas: em geral, pretos, pobres e periféricos. Alguns deles “sobrevivendo na adversidade” (HIRATA, 2010) para ganhar a vida. Afinal, no caminho do neoliberalismo, o trabalho se apresenta como algo individual, onde cada trabalhador é totalmente responsável por sua inserção e manutenção no mercado, logo, produtividade, audácia e autonomia viram um *lifestyle*. Como era algo que o campo demonstrava para nós de forma instantânea, durante várias semanas, no calor do momento, esquecemos uma questão extremamente importante na pesquisa sociológica e antropológica: a questão da agência.

⁵ Palavras grafadas em itálico são expressões êmicas do campo.

Nossos interlocutores possuíam agência, faziam cálculos e interpretavam essas questões cada qual a seu modo. Ou seja, esquecemos da capacidade de ação de meus interlocutores de maneira intencional e significativa dentro da estrutura social. Em outras palavras, eles podiam tomar decisões, exercer controle sobre a própria vida e influenciar os eventos ao seu redor, e acima de tudo, saber o que aproveitar daquele projeto. Fomos percebendo que no decorrer das aulas, nossos interlocutores diziam o quanto a barbearia *fazia sentido*, já que nunca pensaram em organização pessoal, guardar dinheiro, abrir um negócio ou coisas do tipo. E é nisso que gostaríamos de aqui focar neste texto, afinal, somente fazer críticas, perderíamos parte das trajetórias e potencialidades desses garotos, e esse não é nosso propósito.

*

Este paper decorre de pesquisas em andamento. Ambos os autores desenvolvem pesquisas individuais em contextos de conflitos, violências e criminalidade. Um (João) se dedica em compreender e investigar as performances de masculinidade de jovens em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto na cidade de São Carlos (SP), visando uma agenda que intersecciona os temas da diferença e do mundo do crime. O outro (Matheus), propõe-se a compreender as dinâmicas do mercado de drogas ilegalizadas e a transação de mercadorias políticas⁶ numa cidade média, buscando nuances no mundo do crime fora de grandes centros urbanos. Entretanto, fazemos trabalho de campo no mesmo lugar e a emergência do projeto da barbearia e da questão empreendedora foi algo que acompanhamos conjuntamente e discutimos com bastante frequência.

Nos amparamos metodologicamente e teoricamente em um debate presente na Sociologia das Juventudes e na Sociologia do Crime, que compreende as experiências juvenis e o crime de forma positiva. Ou seja, no caso das juventudes, essa perspectiva se distancia das explicações pela falta, seja ela financeira, de visões de mundo, de perspectiva e de experiência. Este é um amplo debate que aponta que existem diferentes maneiras de ser jovem e que estas maneiras estão relacionadas à heterogeneidade econômica, social e cultural e a marcadores sociais da diferença, que fazem com que as identidades transitem, tendo em vista as possibilidades, performances e condutas

⁶ Categoria analítica elaborada por Michel Misse. As mercadorias políticas são, em breve síntese, “toda a mercadoria que combine custos e recursos políticos (expropriados ou não do Estado) para produzir um valor-de-troca político ou econômico” (MISSE, 2010).

diferentes (CORROCHANO; SOUZA; ABRAMO, 2019; DAYREEL, 2007; MEDAN, 2014; MOTTA, 2017). Dentro deste escopo, a juventude é tomada não biologicamente, mas como uma categoria construída social, cultural e politicamente. A expressão “juventudes” grafada no plural, passou então a ser empregada como forma de enfatizar que indivíduos jovens, na verdade, têm experiências, plurais, desiguais e multifacetadas, ou seja, cada um experimenta a realidade social de determinada forma (OLIVEIRA, 2023). No caso do crime, essa perspectiva mostra o que o crime produz efetivamente, distanciando-se também de explicações pela ausência, mas nesse caso do Estado, de moralidade ou recursos econômicos, evitando assumir unilateralmente uma perspectiva jurídica, Estado-centrada ou acusatória das práticas criminais, construindo categorias analíticas como diferentes regimes normativos (CUNHA, 2020) e proceder (BIONDI, 2014), por exemplo. É válido ressaltar que esses desdobramentos são provindos por excelência das práticas etnográficas (AQUINO; HIRATA, 2018).

Metodologicamente, este trabalho se concentrou na observação participante das atividades rotineiras dos jovens que estavam em cumprimento de medida socioeducativas em meio aberto no Salesianos, em especial, na atividade da barbearia. É válido explicar, celeremente, o que é o Salesianos. O Salesianos é a entidade responsável pela administração das medidas socioeducativas em meio aberto na cidade de São Carlos e também se dedica a diversas obras e campanhas de caráter social. Em 1999, o programa de medidas socioeducativas foi estabelecido na cidade através de uma parceria entre o diretor do Salesianos na época, Padre Agnaldo Lima, e o juiz da Vara da Infância e da Adolescência, João Galhardo (SCHLITTLER, 2011). Eles conseguiram um contrato com a Fundação Casa para a implementação das medidas pelo Salesianos, viabilizando a contratação direta de orientadores que aplicam as medidas socioeducativas em meio aberto, acompanhadas por propostas pedagógicas orientadoras. A missão do Salesianos é educar jovens através do sistema preventivo de educação, promovendo o exercício da cidadania e incorporando valores éticos e solidários no processo educativo. Além disso, o Salesianos oferece à comunidade de São Carlos uma variedade de serviços, que incluem acesso à cultura, informações, saúde, segurança e alimentação (ZANCHIN, 2010).

Sendo assim, para atingir o argumento proposto o texto está dividido em três partes. Em um primeiro momento, exploramos efetivamente o que é o projeto de barbearia e quais são as oportunidades que os jovens que estão no PMSE (Programa de Medidas Socioeducativas) podem ter por intermédio do projeto. Em seguida, relatamos uma cena

de uma atividade de visitas em barbearias da cidade de São Carlos, visando mostrar as doses de gramáticas empreendedoras que iam sendo aplicadas nos jovens que acompanhavam as visitas. Por fim, concluímos com as (re)significações dos nossos interlocutores, bem como seus agenciamentos e cálculos realizados frente a esses discursos.

I.

Foi idealizado um empreendimento - sem fins lucrativos - nas dependências do PMSE. Os barbeiros, profissionais daquele empreendimento, eram jovens que cumpriam medidas socioeducativas em meio aberto na qualidade de LA (Liberdade Assistida). As aulas eram realizadas da seguinte forma: em um primeiro momento, Adolfo ensinava a técnica para os jovens por meio de uma apostila. Mostrava as finalidades de cada objeto e cada ferramenta que compunha a barbearia: tesouras, navalhas, máquinas, pentes, géis, pomadas, sprays e escovas. Depois disso, uma pessoa servia de modelo para uma aula prática, onde o que foi aprendido era testado.

A ideia era preparar os jovens para o mercado de trabalho na área de barbearia e cuidados estéticos. Sendo assim, fornecer noções de autogestão, empreendedorismo e os *caminhos para abrir um negócio* era algo muito mobilizado. Ou seja, era um aprendizado em formato coletivo, que tinha como objetivo oferecer para os jovens uma possibilidade de renda lícita, longe do tráfico e do roubo. A escolha de Adolfo também nos parecia uma carta na manga, pois este já havia cumprido medidas socioeducativas em meio aberto na instituição, e *venceu na vida*, deixando o tráfico e trabalhando em uma atividade legal. Adolfo sempre focava na questão de que na vida profissional, *o lugar do salão não é o lugar do corre*. De outro lado, de forma menos assertiva, para Adolfo ser MEI, era uma boa resposta frente às dificuldades que meus interlocutores poderiam ter. O MEI, ou Microempreendedor Individual, é uma forma simplificada e legalizada de pequeno empresário no Brasil. Foi criado para facilitar a formalização de trabalhadores autônomos e empreendedores individuais que faturam até um certo limite anual e desejam legalizar suas atividades.

Adolfo, neste momento de sua vida, já tinha moto, dinheiro e status. Segundo ele, *galgou cada degrau* até chegar onde chegou. Era um jovem que aparentava ter pouco mais de 25 anos. Negro, um metro e setenta, com tatuagens pelo corpo e brincos na orelha. Era ele quem tocava todas as aulas de barbearia, e diga-se de passagem, era muito bom

no que fazia. Ensinava os garotos na organização pessoal, no controle do caixa e na escolha dos produtos que realmente compensavam. Certa vez, um interlocutor bastante envolvido no tráfico de drogas, disse que poderia ter uma barbearia que na frente, poderia funcionar realmente com essa proposta, mas no fundo, poderia funcionar como uma espécie de *casa bomba*⁷. Adolfo, em seguida de sua fala diz:

Para com isso irmão, tá louco. Procura um outro caminho, empreende, constrói seu negócio. A vida não vai ser boa com você para sempre. E se uma hora você se ferra? Como vai fazer? Procura outro caminho. (Trecho do diário de campo de João, abril de 2024).

Isso nos intrigou muito! O empreendedorismo em mercados legais parecia algo que não estava sendo calculado na cabeça dos nossos interlocutores. Henrique pensou em ter a barbearia, mas a atividade ilícita continuava nos seus planos de futuro. Em um futuro, caso o projeto “vingasse”, por mais que nosso interlocutor tivesse uma renda lícita, uma atividade ilícita aconteceria *nos fundos da casa*. Ele continuaria vivendo na adversidade, nos termos de Hirata (2010).

O motivo desse cálculo, Hirata já nos ensinou por meio de sua etnografia em uma periferia de São Paulo. Para o autor, é na biqueira que os jovens adquirem experiência navegando entre o legal e o ilegal. Não se trata desse ser um ambiente fora da lei, mas sim de um ambiente que transita entre o legal e o ilegal, o lícito e o ilícito. Além de desenvolver competências que poderiam levá-los a qualquer tipo de carreira (não somente seguir no crime), os jovens são introduzidos em um contexto social que demanda inteligência prática e comportamento adequado. Era por esse motivo que Henrique calculava ter uma *casa bomba* ao fundo de sua futura barbearia.

A resposta de Adolfo a sua ideia, não lhe soou muito criativa. Sentimos que dizer *constrói seu negócio* não era uma resposta válida para Henrique. Talvez isso fique mais intensificado na próxima parte, pois para Adolfo, a barbearia estaria inserida em uma questão de representatividade. A seguir, na segunda parte, relatamos sobre uma visita em barbearias da cidade de São Carlos, que era parte das atividades desse projeto, e um debate realizado durante uma aula antes da visita. Pedimos que o leitor se atente às perguntas dirigidas a Henrique e para as respostas que ele dava.

II.

⁷ Casa bomba é um lugar utilizado para o depósito e armazenamento de drogas, bem como sua distribuição.

O dia da visita nas barbearias estava programado para metade do curso. Na aula anterior às visitas foi feita uma conversa sobre *o trabalho na atualidade*, tomando como referência a ideia da barbearia e do *próprio negócio*, abordando questões como a diferença entre trabalho assalariado (CLT) e MEI (Micro Empreendedor Individual), gestão financeira e questões práticas e burocráticas que envolvem o trabalho de um MEI.

No momento em que cheguei [Matheus] à sala onde aconteciam as atividades, a conversa em questão já havia iniciado. Estavam sentados em volta da mesa principal Adolfo, Henrique e Ana, orientadora de medidas socioeducativas no Salesianos. Cada um tinha uma apostila aberta em sua frente. Sem querer interromper, dou uma breve saudação a todos e me sento ao lado de Adolfo.

A pedido da orientadora, contribui um pouco com o diálogo comentando sobre as diferenças entre trabalho formal e informal, pensando nas atividades laborais que os jovens atualmente estão envolvidos no mercado de drogas e as que o projeto da barbearia propõe iniciá-los, no mercado formal. Conversamos sobre as escalas de horários, tarefas necessárias para o trabalho e rentabilidade na *biqueira* e na barbearia, comparando os dois cenários.

Depois de algum tempo Henrique estava visivelmente cansado da conversa, já não participava tanto e olhava para o celular com frequência: *“já entendi esses bagulhos de injustiça, de MEI, já to ligado, vai cortar cabelo hoje? Eu sou mais prático, eu tô entendendo esses negócio que vocês tão falando aí, mas já deu já”*. Ana então começa a encaminhar a conversa para o fim, reiterando o questionamento se Henrique havia entendido tudo que tínhamos debatido. Henrique confirma que sim. A orientadora pede um pouco de paciência, pois gostaria de discutir sobre a visita às barbearias, que aconteceria na semana seguinte. Ana explica que seriam duas barbearias, a de Adolfo num bairro periférico da cidade, e uma outra localizada no centro, com quem havia acertado uma apresentação do espaço pelo responsável previamente.

Henrique se incomodou com a ideia de visitar a segunda barbearia e questionou qual era a necessidade. Para os idealizadores do projeto, seria importante que os jovens tivessem contato com duas experiências diferentes, para perceber as diferenças de público e as diferentes dificuldades que foram enfrentadas para se estabelecer no mercado em cada caso. Não ficou satisfeito com a resposta e disse que ainda não via necessidade, que entendia que visitariam a barbearia de Adolfo pela *identificação* que tinham com ele e com seu trabalho. Era evidente que para os proponentes do projeto os códigos mobilizados para determinar a importância da visita às barbearias não eram os mesmos

que os jovens. O pano de fundo, para o PMSE, estava em passar para os jovens cumprindo medidas os conhecimentos práticos da racionalidade do trabalho. De outra ótica, para os jovens, a barbearia funcionava como um dispositivo de identidade e representatividade, um meio para expressar uma visão de mundo, um estilo de vida.

Sendo assim, ambos falavam do mesmo assunto mas com valores diferentes, caracterizando quase que um dissenso, nos termos de Jacque Rancière (1996). A seguir, narramos as visitas que foram realizadas nas barbearias como parte do projeto.

*

Abril de 2024. Chegamos todos no Salesianos no horário que foi combinado. A orientadora que acompanharia aquela atividade conosco já estava nos esperando. Naquele dia, a ideia era que acompanhássemos as visitas que seriam realizadas nas barbearias, como forma dos jovens conhecerem um pouco mais daquele mundo. Foram selecionadas duas barbearias no encontro anterior do projeto: uma mais localizada no centro da cidade e a outra era a barbearia de Adolfo, localizada em uma região periférica da cidade. Henrique chegou logo em seguida, e todos nós fomos até o primeiro destino: a barbearia de Adolfo. André, o outro jovem que também participava do projeto, nos encontraria na própria barbearia, pois morava naquela *quebrada*.

Ficou combinado que nós [Luana, Matheus e João] seguíssemos o carro do PMSE, onde estava Ana (orientadora de medidas socioeducativas) e Henrique. Saímos do bairro onde fica o Salesianos, passamos por boa parte da cidade e atravessamos umas das principais avenidas até chegarmos no local da barbearia de Adolfo. Saindo das vias principais, já perto do nosso primeiro destino, a paisagem urbana foi se modificando. No lugar de estabelecimentos comerciais e ruas movimentadas estavam casas simples, terrenos baldios e algumas vendas distribuídas pelas quadras em formato de lotes.

Ao chegarmos lá, estacionamos o carro na frente da barbearia e descemos. Naquele momento, Adolfo parecia dar uma aula individual para um outro garoto que estava lá. André também já havia chegado. Quando entramos, percebemos que a barbearia de Adolfo era bastante grande e iluminada. Paredes azuis com detalhes pretos, quatro bancadas equipadas para que os cortes de cabelo fossem realizados. Aos fundos, uma pequena lojinha que vendia roupas no estilo *cria*, com marcas da moda periférica. À direita da entrada havia um balcão com alguns itens à venda (pomadas, cremes, etc.), onde era o caixa.

Adolfo nos apresentou todo o espaço e seus instrumentos de trabalho. Nas prateleiras estavam máquinas de corte de cabelo de tipos e qualidades variadas. Quando mostrava seus *instrumentos de trabalho*, comentava jocosamente que os havia conquistado com suor e esforço. Disse também, que a partir do momento em que começou a cortar cabelos, ganhou interesse em colecionar máquinas de valores mais altos. Interrompeu o assunto pois o garoto que estava lá tinha uma dúvida com relação ao corte que estava sendo ensinado. Quando voltou, continuou dizendo que quando começou na carreira, tudo era bem diferente, desde os aparelhos usados até o espaço físico da barbearia. Com o tempo, disse que as coisas foram melhorando, entretanto, sua principal dica era *sempre se atualizar*. Aproveitando o assunto, direcionou uma pergunta a Henrique: “*E você irmão, já começou a ver suas máquinas, suas coisas, já pensou no que vai fazer? A gente não quer obrigar vocês a ser barbeiro, mas vocês tem que ter essa opção de sair do corre, é uma outra opção que a gente tá dando*”. A resposta de Henrique foi desconversar, “*tem que ver*”. Ana complementou dizendo que sabia da dificuldade de sair do *corre* e tocar uma barbearia do zero, ela estava acompanhando de perto o esforço de um outro jovem que passou pelo PMSE e decidiu seguir no caminho da barbearia. Adolfo aconselhou Henrique e André a não desistirem mesmo com todas as dificuldades.

Ana perguntou se os dois haviam trazido dúvidas ou se gostariam de comentar sobre algo, reiterando que era um momento apropriado para isso. Henrique e André não tinham dúvidas, riram discretamente e ficaram calados. Ela mesma faz algumas perguntas sobre o trabalho de Adolfo e explica para os rapazes que estavam cortando o cabelo que se tratava de uma visita do PMSE do Salesianos a barbearia. Curiosamente, um deles, que estava recebendo o corte, se manifestou e disse que já havia passado pelo programa de medidas do Salesianos, comentou que foi muito bom para ele. Ana o reconheceu e ficou feliz em vê-lo ali.

Adolfo encerrou a visita mostrando um sistema digital que integra reservas para serviços, fluxo de caixa, lista de produtos, entre outras funções, que automatizou e facilitou a parte logística da sua barbearia. Disse que atualmente a especialidade de sua barbearia são os *degradês, desenhos freestyle e pigmentações*⁸. Utiliza bastante o recurso das redes sociais para divulgar seu trabalho e o resultado dos seus cortes, com destaque aos mais elaborados. Em seguida nos despedimos de todos e seguimos para a próxima barbearia.

⁸ Todos os termos são técnicas de estilização de um corte de cabelo. Degradê consiste em um corte com o topo mais alto e as laterais raspadas. Desenhos *freestyle* são feitos com a máquina de corte de cabelo e navalha, formando uma gravura. Pigmentação é a aplicação de um produto tonalizante no cabelo.

Voltamos para o centro comercial da cidade, ao lado de prédios e lugares mais abastados financeiramente. Descemos do carro e entramos na segunda barbearia. Apesar do espaço ser um pouco menor, era muito bem estruturado. Atrás das cadeiras dos barbeiros havia um conjunto de sofás para os clientes em espera. Cada cadeira, três no total, tinha um grande espelho na frente. Luzes pendentes e jogos de led no teto. Ao lado direito uma geladeira grande com diversos tipos de bebidas, uma máquina de café e uma loja de produtos da barbearia, com vários cremes e géis de diferentes marcas. Alguns lustres iluminavam o espaço do café, havia uma TV que havia uma música ambiente.

Quem nos recebeu e fez a apresentação do lugar foi José. Mostrou rapidamente o ambiente de trabalho e os equipamentos que os barbeiros usavam. Não fez uma explicação tão detalhada quanto Adolfo, que apresentou literalmente cada centímetro do seu espaço, até mesmo os banheiros. José focou em nos contar a história da barbearia. Abriu seu negócio num espaço pequeno e sem muita estrutura, localizado numa região periférica da cidade. Enfatizou que foi um começo muito difícil, mas que com esforço conseguiu se estabelecer no mercado. Ao longo do tempo abriu outras filiais e hoje possui essa no centro da cidade. O estabelecimento ao lado também fazia parte das suas propriedades e funcionava como um local de cursos profissionalizantes, mais um ramo das suas atividades. José conhecia o trabalho de Adolfo e disse que atualmente buscava um público diferente. Enquanto a barbearia de Adolfo era mais focada num público de “*classe C*”, de periferia, sua barbearia prospectava um público de “*classe A*”. Nas redes sociais da barbearia o *slogan* era “*um espaço dedicado a pessoas de sucesso*”.

Durante a apresentação, disse para Henrique e André que o começo sempre é difícil, mas com persistência e dedicação ter uma barbearia vale a pena, que era uma oportunidade para eles, incentivando-os a seguir o mesmo caminho.

Os jovens não interagiram muito com José e pareciam impacientes com a situação. Henrique estava claramente desconfortável. Ambos não fizeram perguntas. Tiramos uma foto para registrar a visita e nos despedimos de José. No momento em que saímos, Henrique foi apressadamente em direção ao carro. Entramos no nosso carro e seguimos o caminho de volta para o Salesianos.

IV

“Vocês que tão no corre, vocês veem muita gente e muito dinheiro fácil, mas não pode desanimar. Quando você tem um propósito de vida irmão, você segue em frente, independe desse começo difícil”

(Diário de campo, abril de 2024)

“Isso aqui começou bem debaixo, agora que estamos em um lugar central como esse”

(Diário de campo, abril de 2024)

As bases do empreendedorismo econômico têm suas raízes nos economistas clássicos como Ricardo (1996) e Smith (1996), visando valores e atitudes que comporiam as essências do capitalismo liberal. Está também baseado na figura do empresário e em confluência com seus “espírito empreendedor” (SCHUMPETER, 1944). Hoje, o empreendedor é visto como um indivíduo que assume riscos calculados para iniciar novos empreendimentos, introduzir novos produtos ou serviços no mercado, explorar novos métodos de produção ou encontrar novos mercados para produtos existentes. Eles são impulsionados pela busca de oportunidades, pela inovação e pela vontade de assumir riscos para alcançar o sucesso econômico (SOUZA, 2011). Adolfo e José são pessoas desse tipo, ou seja, pessoas que venceram na vida e hoje se atualizam sempre que podem, configurando um “batalhador empreendedor” nos termos de Souza (2012).

Com o passar das aulas e no dia da visita, fomos observando que as perguntas feitas quase que constantemente, o discurso para a formalização via MEI, a necessidade da atualização das técnicas de trabalho e a valorização da competência individual caracterizam uma espécie de racionalidade neoliberal que percorria as veias daquele projeto de barbearia. Soava quase que um ultraje falar para aqueles jovens que precisavam batalhar e *sair daquela vida*, que o sucesso só dependia deles. Não estamos fazendo apologia ou incentivando o crime, mas nossos interlocutores estavam frente a uma realidade concreta: um plantão na *biqueira* valia em média seiscentos reais, e a ideia era que eles empreendessem. Nas palavras de um de nossos interlocutores que não fazia parte do projeto era *trocar o certo pelo duvidoso*.

Além disso era ultrajante pensar que esses jovens com trajetórias e vidas muito específicas, fossem vacinados com pequenas doses de neoliberalismo, ou seja, conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modelo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 17). Esses discursos empreendedores calcados no neoliberalismo, se apresentam como saídas de vida das condições de pobreza e dos mercados ilegais – por exemplo o tráfico. Predomina-se uma ideologia meritocrática baseada no crescimento individual e na

capacidade individual de agir, deixando de lado questões como marcadores sociais da diferença, por exemplo. Além disso, existe também a falsa enganação que vem nesse imbróglio junto da uberização do trabalho, como usos e sentidos incorporados do empreendedorismo e as experiências e percepções que permeiam uma avaliação positiva da “liberdade” e “autonomia” propiciada por trabalhar por *conta própria*. Em outras palavras, as doses de empreendedorismo que estavam sendo injetadas naqueles jovens seriam espécie de cristalização das próprias lógicas do neoliberalismo, como um jogo onde seria necessário evitar as consequências ruins e adversas (VALENCIA, 2021).

Tudo isso ficou evidente para nós enquanto fazíamos nossos trabalhos de campo, entretanto, esquecemos da agência desses jovens. Essa era nossa visão enquanto sociólogos, mas precisávamos ver como nossos interlocutores estavam ressignificando tudo isso. O próprio caso de Henrique é enfático nesse sentido: ele não queria deixar de ter uma barbearia, mas possivelmente aos fundos funcionaria uma casa bomba. Ou seja, embora houvesse inúmeras perguntas incisivas sobre *ter comprado* seus equipamentos, ele ressignificou a barbearia ao seu modo. Não estava preocupado em sair do tráfico, mas sim em habitar um novo lugar poroso e novos expedientes de sobrevivência entre o legal e o ilegal (TELLES; HIRATA, 2007).

Por outro ângulo, o jovem que Ana lembrou durante a visita nas barbearias, que estava enfrentando problemas, também encarou a barbearia ao seu modo. Jean saiu do tráfico e *investiu* no empreendimento em um local que fica ao lado de sua casa que lhe foi cedido por sua mãe. Entretanto, antes da saída ele *fez um pouco de dinheiro*. Ele era um jovem muito conhecido na *quebrada* e estava inscrito em um processo de recalcular a rota: ao invés de ser reconhecido pelo tráfico, agora está sendo reconhecido pela barbearia. Seus colegas, como forma de cumplicidade, só cortam o cabelo com ele para *dar uma moral*. Na sua barbearia utiliza uma estética *do mundão*, como cartazes informativos escritos em letras de pixo e símbolos como o “ying-yang”, associado ao PCC no mundo do crime. Ou seja, Jean opera ressignificações do projeto empreendedor da barbearia incorporando uma estética e um estilo de vida de uma sociabilidade específica, lida como inadequada pelo mercado formal, mas que faz todo sentido a partir de sua experiência.

Wesley foi outro jovem que interpretou a barbearia a sua forma. Em uma conversa bastante franca, ele nos disse que a barbearia faz sentido. *Sabe, eu nunca pensei em*

guardar dinheiro ou em organização pessoal, parece que realmente faz diferença na vida. Eu não quero ser barbeiro, mas essa coisa de se organizar e tentar alcançar os objetivos, era o que ele nos dizia. Como ele mesmo disse, seu objetivo nunca foi ser barbeiro, mas, os fundamentos e dicas passadas durante as aulas o ajudaram de alguma forma.

Deste modo, tentamos argumentar que somente criticar que a barbearia seria um projeto neoliberal que supostamente não faria bem aos nossos interlocutores deixaria de lado as potencialidades, cálculos e agenciamentos dos nossos próprios interlocutores. O projeto neoliberal continua tendo seus defeitos e subversões, mas esses jovens utilizam aquilo que lhes pareceu útil, a saber: dançar entre o legal e o ilegal, se organizar pessoalmente e guardar dinheiro. O título deste trabalho é uma frase de Adolfo, que nos disse em uma das primeiras aulas da barbearia: *a barbearia muda vida né, mano?* Para ele, a barbearia mudava vidas, pois supostamente os jovens deixariam os mercados ilegais para obter uma renda lícita. A barbearia realmente pode mudar vidas, e mudou a vida dele, por exemplo. Entretanto, ironicamente, neste caso específico que observamos, nos parece que ao invés de mudar vidas, a barbearia muda pequenos gestos e edifica determinados cálculos.

Ainda assim, é óbvio que o empreendedorismo continua sendo um fenômeno que reflete práticas dominantes e meritocráticas, influenciando até mesmo as pessoas que *vem de baixo* (como diria Adolfo), bem como promovendo mentalidades alinhadas às práticas empresariais. Entretanto, com esses jovens em cumprimento de medidas socioeducativas percebemos uma ressignificação de cada um de seus componentes, e por isso, ao invés de mudar vidas, a barbearia supostamente poderia mudar mentes.

Bibliografia

- AQUINO, J.; HIRATA, D. Inserções etnográficas ao universo do crime: algumas considerações sobre pesquisas realizadas no Brasil entre 2000 e 2017. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, v. 84, p. 107–147, 2018.
- BIONDI, K. Etnografia no Movimento: Território, Hierarquia e Lei no PCC. **Tese (Doutorado) – Antropologia Social, Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos**, p. 336, 2014.
- CORROCHANO, M. C.; SOUZA, R.; ABRAMO, H. Jovens Ativistas Das Periferias: experiências e aspirações sobre o mundo do trabalho. **Revista Trabalho Necessário**, v.

17, n. 33, p. 162, 2019.

CUNHA, J. M. G. Jogando meu corpo no mundo: relações entre “conflito urbano” e “acumulação social da diferença”. In: **Dissetação de Mestrada apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos**. [s.l: s.n.]. p. 178.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DAYREEL, J. A escola “faz” as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. **Educação & Sociedade**, v. 28, n. 100, p. 1105–1128, 2007.

HIRATA, D. V. Sobreviver na Adversidade: Entre o Mercado e a Vida. p. 1–367, 2010.

MEDAN, M. La dependencia estatal en programas para jóvenes: ¿estigma o factor de protección? **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, p. 631–642, 2014.

MISSE, M. Trocas ilícitas e mercadorias políticas: para uma interpretação de trocas ilícitas e moralmente reprováveis cuja persistência e abrangência no Brasil nos causam incômodos também teóricos. **Anuário Antropológico**, n. v.35 n.2, p. 89–107, 1 dez. 2010.

MOTTA, L. D. Fazer estado, produzir ordem: sobre projetos e práticas na gestão do conflito urbano em favelas cariocas. **Tese (Doutorado) – Sociologia, Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos**, p. 260, 2017.

OLIVEIRA, J. V. B. DE. Pluralizando masculinidades performativas: uma pesquisa com jovens em cumprimento de medidas socioeducativas. **Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Ciências Sociais (UFSCar)**, 2023.

RANCIÈRE, J. **O desentendimento: política e filosofia**. São Paulo: editora 34, 1996.

RICARDO, D. **Princípios da economia política e tributação**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SCHLITTLER, M. C. No Crime e na Medida: uma etnografia do Programa de Medidas Socioeducativas em meio aberto do Salesianos de São Carlos. **Dissertação (Mestrado) – Sociologia, Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista “Julio Mesquita Filho”**, 2011.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de JaneiroZahar, , 1944.

SMITH, A. **A riqueza das nações**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SOUZA, A. R. DE. O empreendedorismo neopentecostal no Brasil. **Ciencias Sociales y Religión**, p. 13–34, 2011.

TELLES, V. D. S.; HIRATA, D. V. Nas Fronteiras Incertas Entre. **Estudos Avançados**, v. 21, n. 61, p. 173–191, 2007.

VALENCIA, S. Uma masculinidade necropolítica. **RESISTA: Observatório de resistências plurais**, 2021.

ZANCHIN, C. R. Os diversos olhares na construção das Medidas Socioeducativas no Município de São Carlos/SP. **Dissertação (Mestrado) – Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**, 2010.