

Construção de masculinidades no filme *Barbershop*: uma abordagem sociosemiótica¹

José Lemos Monteiro Filho²

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas

RESUMO

O presente trabalho busca investigar a construção de masculinidades (Connell, 2003) no filme *Barbershop* (dir. Tim Story, 2002), articulando o método da Análise Fílmica (Penafria, 2009) com uma perspectiva Sociosemiótica (Landowski, 2004). Considerando o espaço da barbearia como uma ‘Casa dos Homens’ (Welzer-Lang, 2001), este estudo tem o propósito de compreender como os regimes de interação — programação, manipulação, ajustamento e acidente — orientam as performances de gênero (Butler, 2003) manifestadas no filme.

PALAVRAS-CHAVE: *barbershop*; análise fílmica; sociosemiótica; casa dos homens; masculinidades.

1. INTRODUÇÃO

O filme *Barbershop* (2002), dirigido pelo cineasta afro-americano Tim Story, é uma produção de comédia dramática que gira em torno da vida social de uma barbearia tradicional que se situa na zona sul da cidade de Chicago.

A narrativa parte do seguinte mote: Calvin – interpretado pelo rapper Ice Cube – está cansado de ter que lidar com as dívidas e os compromissos impostos pela rotina da barbearia, herdada de seu pai há alguns anos. Com isso, decide vendê-la, sem avisar aos colegas, a um agiota ganancioso, que pretende transformar o local em um clube de *striptease*.

Depois de um dia de trabalho, Calvin percebe o quão a barbearia é importante para a comunidade que a rodeia, tanto do ponto financeiro para os funcionários quanto enquanto espaço de socialização para os moradores da região. Tendo em vista o fato de barbearias serem espaços de circulação praticamente exclusiva de homens (Santos e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 2 - Cinema, Audiovisual e Interdisciplinaridade, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Mestrando em Comunicação pela PUC Minas, email: zecalemos98@gmail.com.

Pereira, 2019), o filme *Barbershop* se mostra como um objeto potente para investigar a construção de masculinidades em ambientes de sociabilidade.

Nesse contexto, este trabalho encontra estofo no pensamento da teórica australiana Raewyn Connell (2003), que considera a constituição do ‘ser homem’ no tecido social como processos que variam de acordo com fatores como raça, sexualidade, peso, localização geográfica, presença de deficiência, entre outros.

Existiriam, para a autora, quatro categorias de masculinidade:

- . **Hegemônica:** homens que se situam no topo da hierarquia social, tidos como dominantes da estrutura. Ex: héteros, brancos, cis, sem deficiência, ricos, do norte global etc.
- . **Subordinada:** homens fora do padrão heteronormativo. Ex: gays, bissexuais ou mesmo homens héteros que possuam atitudes/gostos fora do tradicional.
- . **Cúmplice:** homens que não estão dentro do padrão hegemônico, mas que são coniventes com a estrutura e desfrutam de privilégios por conta disso. Ex: homens que não são agressivos ou hiper-masculinos, mas estão acima de outros subordinados em ambientes profissionais.
- . **Marginalizada:** homens atravessados por questões que os tornam grupos marginalizados. Ex: negros e indígenas que podem ser fisicamente fortes e heterossexuais, mas ainda assim são excluídos por conta do racismo estrutural.

Além disso, faz-se pertinente citar o conceito de ‘Casa dos Homens’, cunhado pelo sociólogo francês Daniel Welzer-Lang (2001). Segundo o autor, espaços predominantemente frequentados por homens, a exemplo de barbearias, clubes de tiro e estádios de futebol, contribuem para disciplinar os homens a performarem como seres másculos na sociedade, tal qual falam Butler (2003) e Ceccarelli (1997).

Para analisar as masculinidades construídas no filme, este trabalho utilizou a metodologia da Análise Fílmica (Penafria, 2009) articulada com os regimes de interação propostos pela Sociosemiótica (Landowski, 2004) — programação, manipulação, ajustamento e acidente.

2. MASCULINIDADES EM *BARBERSHOP*

Segundo Penafria (2009), o objeto da metodologia de análise fílmica é explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação.

Dessa maneira, este trabalho investigará a construção de masculinidades em *Barbershop* com base na apreensão que se faz do sentido do mundo a partir dos regimes interacionais propostos pela sociossemiótica (Landowski, 2004) — programação, manipulação, ajustamento e acidente.

2.1. PROGRAMAÇÃO: MASCULINIDADES HEGEMÔNICA E CÚMPLICE EM MEIO AOS RITUAIS

Na ritualização dos gestos e nas práticas padronizadas da barbearia — como o respeito à hierarquia, a valorização do trabalho e o controle emocional — predomina a masculinidade hegemônica, que estabelece um ideal normativo: o homem responsável, provedor, heterossexual, que não demonstra fragilidade.

Entretanto, muitos dos personagens não se encaixam plenamente nesse modelo e se mostram coniventes com esse ideal — reproduzindo seus valores sem necessariamente encarná-los por completo, constituindo uma masculinidade cúmplice.

O regime da programação, assim, articula a manutenção da ordem social masculina no salão como um espaço de controle e reconhecimento, mas também de exclusão de outras formas de masculinidade.

2.2. MANIPULAÇÃO: MASCULINIDADES HEGEMÔNICA E CÚMPLICE EM MEIO AOS RITUAIS

Sob o aspecto do regime da manipulação, a masculinidade é construída pela capacidade de agir estrategicamente sobre os outros, influenciando decisões, ocultando intenções e tentando manter o controle das situações — sem necessariamente recorrer à força, mas sim à persuasão, dissimulação e posição de prestígio.

No filme, Calvin exemplifica esse regime quando decide vender a barbearia sem informar os colegas, mobilizando sua posição de dono e sua imagem de líder comunitário para manter a aparência de normalidade enquanto negocia nos bastidores.

Essa conduta revela uma masculinidade cúmplice, pois ele se apoia nos privilégios e na autoridade conferida pela masculinidade hegemônica (proprietário, homem responsável), mas os utiliza de forma estratégica e ambígua.

2.3. AJUSTAMENTO: MASCULINIDADE SUBORDINADA EM PRÁTICA

No regime do ajustamento, segundo Landowski, o sentido não é construído por antecipação nem por cálculo, mas por meio da experiência sensível da presença do outro - um jogo de afinação, improviso e abertura recíproca. Em *Barbershop*, isso aparece nas interações espontâneas e na escuta mútua entre os barbeiros. O exemplo mais marcante é a relação entre Calvin e Eddie, em que não há imposição de autoridade nem manipulação estratégica, mas uma troca sutil de afetações e aprendizados que transforma o olhar de Calvin sobre sua responsabilidade comunitária.

2.4. ACIDENTE: MASCULINIDADE MARGINALIZADA E REAÇÕES AO IMPREVISTO

No regime do acidente, o sentido emerge de eventos que escapam ao controle humano: não são nem programados nem manipulados, e tampouco resultam de um ajustamento sensível. São acontecimentos fortuitos que interrompem a ordem cotidiana e exigem respostas imediatas e éticas diante do imprevisto.

Em *Barbershop*, isso aparece no furto da caixa registradora, na ameaça de fechamento do salão e nas intervenções policiais — eventos que desestabilizam o funcionamento do espaço e forçam os personagens a se posicionarem rapidamente. Essas situações colocam em cena masculinidades marginalizadas, nos termos de Connell (2003): homens que, por serem negros, periféricos e viverem em uma comunidade pobre, são excluídos dos benefícios da masculinidade hegemônica.

O regime do acidente, assim, evidencia a vulnerabilidade e a plasticidade da identidade masculina — que se revela tanto nas falhas quanto nas ações espontâneas de

cuidado e reconstrução coletiva. O filme desarticula o mito da masculinidade invulnerável.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou analisar a construção de masculinidades no filme *Barbershop* (2002). A produção constitui objeto potente para os estudos críticos dos homens, uma vez que retrata um universo majoritariamente masculino. Para isso, o estudo utilizou a Análise Fílmica em articulação com uma perspectiva Sociosemiótica.

A análise revelou que *Barbershop* constrói uma visão pluralizada da masculinidade negra — lida como marginalizada —, que oscila entre a tradição e a mudança, a norma e a improvisação.

As interações cotidianas do salão são atravessadas por dinâmicas afetivas que deslocam a imagem estereotipada da masculinidade dura e impenetrável, dando lugar a sujeitos que aprendem, falham, perdoam e reinventam sua presença social. A abordagem Sociosemiótica permitiu, assim, evidenciar a tensão entre a reprodução e a invenção dos modos de ser homem no espaço público. A masculinidade é, desse modo, construída e reconstruída de maneira cotidiana.

REFERÊNCIAS

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

CECCARELLI, Paulo Roberto. A construção da masculinidade. **Revista Percorso**, v.19, n. 2, 1997.

CONNELL, R. W. **Masculinidades**. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.

LANDOWSKI, Eric. **Interações Arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de Filmes** – conceitos e metodologia(s). In: VI Congresso SOPCOM, abril de 2009.

SANTOS, Natália Contesini dos; PEREIRA, Severino Joaquim Nunes. Barba, Cabelo e Bigode: Consumo e Masculinidade em Barbearias. **Revista de Administração de Empresas**, vol. 59, n. 3. 2019.

STORY, Tim (Dir.). **Barbershop**. EUA: Metro-Goldwyn-Mayer, 2002.

WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. **Revista Estudos Feministas**, vol. 9, n. 2, 2001.