

# Vizinhança conectada: uma etnografia do habitar digital na Zona Sul do Rio de Janeiro

**Caroline Martins de Melo Bottino**<sup>1</sup>  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

**Resumo:** Este artigo investiga comunidades de vizinhança online a partir da análise de grupos no Facebook voltados para bairros da Zona Sul do Rio de Janeiro. Partindo da premissa de que as redes sociais não apenas reproduzem laços preexistentes, mas também criam novas formas de sociabilidade urbana, a pesquisa busca compreender como esses espaços digitais são usados pelos moradores para compartilhar informações, negociar convivências e fortalecer o pertencimento local. A partir de uma etnografia digital realizada ao longo de quatro anos, com observação participante e questionário online, o estudo revela a emergência de uma vizinhança híbrida, em que práticas solidárias e debates cotidianos como: segurança, serviços e humor, se desenrolam em meio à convivência online e offline. O protagonismo de adultos e idosos destaca uma apropriação geracional da plataforma. Conclui-se que tais grupos funcionam como extensão simbólica do espaço urbano, reorganizando as relações vicinais e redimensionando a vida comunitária na era digital.

**Palavras-chave:** vizinhança online; etnografia digital; sociabilidade urbana; redes sociais; Facebook.

MELO BOTTINO, Caroline Martins de. **Vizinhança conectada: uma etnografia do habitar digital na Zona Sul do Rio de Janeiro.** *Aceno – Revista de Antropologia do Centro-Oeste*, 12 (29): 353-374, maio a agosto de 2025. ISSN: 2358-5587

<sup>1</sup> Turismóloga, Professora Adjunta do Departamento de Turismo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutora em antropologia pela Universidade Federal Fluminense e mestra em bens culturais e projetos sociais pela Fundação Getúlio Vargas (CPDOC).

## Connected neighborhood: a ethnography of digital habitation in Rio de Janeiro's South Zone

**Abstract:** This article explores online neighborhood communities through the analysis of Facebook groups focused on districts in the South Zone of Rio de Janeiro. Based on the premise that social networks not only reproduce existing social ties but also shape new forms of urban sociability, the research investigates how these digital spaces are used by residents to share information, negotiate coexistence, and strengthen local belonging. Drawing on a four-year digital ethnography that combined participant observation and an online questionnaire, the study reveals the emergence of a hybrid neighborhood, where solidarity practices and everyday discussions, on topics such as safety, services, and humor, take place at the intersection of online and offline life. The prominent participation of adults and older individuals points to a generational appropriation of the platform. The study concludes that these groups function as symbolic extensions of urban space, reshaping neighborly relations and reframing community life in the digital age.

**Keywords:** online neighborhood; digital ethnography; urban sociability; social media; Facebook

## Vecindad conectada: una etnografía del habitar digital en la Zona Sur de Río de Janeiro

**Resumen:** Este artículo analiza las comunidades de vecindad en línea a través del estudio de grupos de Facebook vinculados a barrios de la zona sur de Río de Janeiro. Partiendo de la premisa de que las redes sociales no solo reproducen lazos preexistentes, sino que también configuran nuevas formas de sociabilidad urbana, la investigación examina cómo estos espacios digitales son utilizados por los residentes para compartir información, negociar normas de convivencia y fortalecer el sentido de pertenencia local. Mediante una etnografía digital llevada a cabo durante cuatro años, que incluyó observación participante y un cuestionario en línea, el estudio revela la emergencia de una vecindad híbrida, donde prácticas solidarias y debates cotidianos sobre seguridad, servicios y humor se desarrollan en la intersección entre lo virtual y lo presencial. El protagonismo de adultos y personas mayores indica una apropiación generacional de la plataforma. Se concluye que estos grupos actúan como una extensión simbólica del territorio urbano, reconfigurando los vínculos vecinales en el contexto de la vida digital.

**Palabras clave:** vecindad en línea; etnografía digital; sociabilidad urbana; redes sociales; Facebook.

Hoje pela manhã, antes de me sentar para escrever esse artigo, vi no jornal uma reportagem sobre pedágios automatizados, em uma rodovia, que estariam causando confusão, já que as cabines de cobrança foram substituídas por radares que computam a passagem do veículo, cabendo ao condutor a tarefa de acessar o site da empresa responsável e fazer o pagamento devido. É, sem dúvida, a constatação de que caminhamos para uma realidade em que sem a internet não conseguiremos sobreviver. Veja bem, caro leitor, não estou colocando isso como algo negativo, mas para ressaltar que urge nos debruçarmos, com mais afinco, e quando falo em nós, estou me referindo aos pesquisadores das ciências sociais, sobre essa existência humana digitalizada.

Na era dos aplicativos para quase todo o tipo de situação cotidiana, desde consulta médica a compras de supermercado, a relação entre vizinhos foi sendo transportada para a escala digital, de forma gradativa, tanto que hoje já não nos parece algo tão fora do comum. Assim, retomando a proposição de Simmel (2005 [1903]), que postula: “*somos compelidos a uma reserva, pela qual raramente conhecemos os vizinhos com os quais convivemos por anos, uma característica que frequentemente nos faz parecer, aos olhos dos residentes de cidades menores, como indivíduos distantes e apáticos*”, cabe ressaltar que, no contexto atual, as mídias sociais emergem como instrumentos cruciais para subverter essa dinâmica de alienação. O ritmo acelerado da vida urbana frequentemente restringe a capacidade do indivíduo de estabelecer interações significativas e/ou superficiais com seus conterrâneos. Diante de extensas jornadas laborais e consideráveis deslocamentos diários, resta escasso tempo para a socialização com aqueles que compartilham o mesmo espaço geográfico, como o prédio, o condomínio e até mesmo o bairro e a região.

Nesse sentido, as mídias sociais nos permitem a manutenção da sociabilidade que necessitamos, como seres gregários que somos, ao mesmo tempo que possibilitam a modulação dessa interação, com o advento da escolha do grau de intimidade com o outro, que vai desde a classificação de proximidade em aplicativos sociais, onde podemos definir quem tem acesso ao conteúdo que geramos, até a possibilidade de bloquear completamente o contato com um indivíduo com quem não temos interesse em manter a relação. A reserva, como descreveu Simmel (2005 [1903]), ainda existe, porém, o processo de transportar nossas relações sociais para a internet, incluindo as de vizinhança, nos leva a refletir sobre as motivações por trás desse movimento, uma possível falta ou medo de não conseguir ser tão autossuficiente ao ponto de nunca mais precisar de alguém, e isso inclui os seus vizinhos e/ou o desejo de se manter informado, de estar a par das fofocas, dos causos e de tudo que acontece ao seu redor.

Dentro dessa perspectiva que a antropologia digital, uma área em crescente destaque nas ciências sociais, reforça a assertiva de Castells (2001), que se expressa também em trabalhos mais recentes como Horts e Miller (2012) e Miller (2016), de que internet é moldada por seus usuários, conferindo-lhes agência, va-

lorizando e atribuindo significado à ferramenta. A formação de comunidades online seria, portanto, resultado de um processo de mobilização coletiva que converteu as mídias sociais em espaços de sociabilidade local Frúgoli (2007). Mais do que simples espaços digitais de interação, elas tornaram-se elementos centrais na dinâmica comunitária. Os grupos online de vizinhos, na plataforma Facebook, como os que escolhi para objeto de pesquisa, do presente trabalho, servem como canais multifacetados de interação, informação, ativismo, comércio, debate e integração.

Apesar de ser, ainda, um tema em ascensão, já existem alguns estudos sobre esse fenômeno que devemos citar, como o de Cordeiro e Figueiredo (2012), que exploram a sociabilidade local online. Eles analisaram o blog “Viver”, iniciado por um indivíduo que adquiriu uma propriedade em construção, em Alta de Lisboa, uma área anteriormente negligenciada. Este espaço digital evoluiu para uma plataforma coletiva, gerida por residentes locais, e posteriormente transformou-se em uma associação comunitária com objetivos políticos claros. Já Botton (2018), também investigou uma rede criada para conectar indivíduos em busca de assistência e trocas em um modelo de comunidade colaborativa. O instigante da sua investigação é foi o fato de que muitos participantes, embora busquem uma rede de apoio baseada na proximidade, frequentemente optam por interagir com indivíduos geograficamente mais distantes, em vez de seus vizinhos imediatos, ou seja, aqueles com quem divide o mesmo prédio, condomínio ou vila.

Recentemente, a publicação de um dossiê na revista *Urban Studies Journal*, com o tema: *Special issue: Digitalisation, Neighbourhood Change and Urban Social Processes*, também trouxe importantes contribuições de pesquisadores que têm se debruçado sobre a necessidade de repensar, teoricamente, o conceito de vizinhança frente às transformações trazidas pelas tecnologias digitais. O trabalho de Hatuka (2024), por exemplo, propõe que os bairros na contemporaneidade sejam compreendidos como arranjos sociomateriais que operam simultaneamente nos planos físico e digital. Para ela o cotidiano urbano passa a ser estruturado também por rotinas de conectividade, plataformas e algoritmos, de modo que a vizinhança não é mais apenas um espaço geográfico, mas um circuito híbrido de relações mediados por infraestrutura digital, formas de engajamento e regimes de visibilidade. Na mesma direção, Galster e Üblacher (2024) desenvolveram um quadro conceitual que articula os elementos físico-espaciais dos bairros com as características e ações dos indivíduos, propondo que as tecnologias digitais de informação e comunicação (TICs) atuam como mediadores dinâmicos da experiência urbana, podendo tanto intensificar vínculos quanto reconfigurar padrões de segregação e mobilidade.

É nesse contexto que se enquadra o tema dessa investigação, a constituição ou a reconstituição das vizinhanças na redes sociais. Sejam elas um grupo online restrito a moradores de um mesmo condomínio/vila, Bottino (2025), ou uma página de bairro e/ou região, aberta, para qualquer interessado em participar, as vizinhanças online já são uma realidade no cotidiano citadino. Assim sendo, aqui me proponho a trazer à baila esse processo de transporte das relações vicinais para as redes sociais e a ressignificação da categoria “vizinho”, ampliada, em alguns contextos, como no presente objeto de estudo, com os grupos de bairros na plataforma Facebook.

## **“Uma janela para o mundo”: ética, presença e rastros digitais**

Para esta investigação, selecionei quatro grupos de bairro localizados na Zona Sul do Rio de Janeiro, entre os diversos de que faço parte. Apenas um deles se refere exclusivamente ao bairro do Flamengo, enquanto os outros três abrangem um conjunto de localidades próximas, compreendidas pelos próprios moradores como uma região comum: Catete, Glória, Largo do Machado, Laranjeiras, Flamengo e Botafogo. Esses grupos reúnem áreas densamente povoadas da cidade, conforme apontou o Censo de 2010, o que reforça sua relevância como território de análise. Embora públicos, tais grupos não exigem comprovação de residência nessas localidades, especificamente, o que dificulta saber quem efetivamente mora na região e quem apenas acompanha os conteúdos por interesse, afinidades ou outros vínculos, como trabalho, por exemplo.

Apesar da abertura de acesso, entendo que a realização de pesquisa nesses espaços demanda atenção ética constante. O fato de um grupo ser público, segundo os parâmetros da plataforma, não implica que tudo ali postado esteja automaticamente disponível para coleta e publicação acadêmica. Como argumenta Hine (2007), em contextos mediados por tecnologias digitais, o pesquisador precisa construir seu campo de forma incremental, sensível aos diferentes níveis de visibilidade e de engajamento que as interações digitais permitem. Em vez de assumir os grupos como espaços abertos e neutros, é necessário considerar os caminhos pelos quais os dados foram obtidos e os possíveis impactos de sua exposição.

Desde o início da pesquisa, busquei deixar clara minha presença. Elaborei um questionário online e o divulguei nos grupos por meio de postagens assinadas, nas quais me apresentei como pesquisadora vinculada à universidade e expliquei os objetivos do estudo. Essa forma de entrada explícita e situada dialoga com a noção de “etnografia conectiva” proposta por Hine (2007), que enfatiza a combinação de modos de observação, presencial, online, textual e institucional, para construir um campo coerente e relacional. Ao tornar minha presença visível no próprio espaço onde os dados foram coletados, busquei não apenas cumprir exigências formais, mas articular um tipo de consentimento contextual e informado.

Ao responderem o formulário, os membros manifestaram adesão voluntária à proposta. Tal estratégia aproxima-se daquilo que a Resolução n. 510/2016 do Conselho Nacional de Ética em Pesquisa reconhece como prática etnográfica em ambientes abertos, especialmente nos casos em que não há coleta de dados sensíveis ou identificáveis. Contudo, compreendo que os ambientes digitais colocam desafios próprios. Como alerta Hine (2007), não se trata de importar procedimentos tradicionais da etnografia, mas de reinterpretá-los frente aos arranjos sociotécnicos específicos que configuram o campo. A etnografia digital, nessa perspectiva, exige flexibilidade e agnosticismo metodológico, ou seja, uma postura que não parte de pressupostos sobre o que a tecnologia faz, mas investiga como os sujeitos experienciam essas mediações.

Foi nesse sentido que optei por manter os nomes dos grupos e dos bairros investigados. A territorialização da análise é parte essencial da proposta deste trabalho. O vínculo entre bairro e grupo de vizinhança não é mero detalhe descritivo, mas elemento central para compreender as dinâmicas de pertencimento, conflito e afetividade que emergem nesses espaços. Como ressalta Hine (2007), o campo etnográfico não é um dado fixo, mas uma construção conectiva entre atores, tecnologias e discursos. Anonimizar os nomes dos grupos e bairros implicaria apagar

parte significativa do fenômeno observado, diluindo o enraizamento espacial que caracteriza essas sociabilidades online.

Ainda assim, reconheço que, mesmo ocultando os nomes dos perfis e as imagens pessoais nos prints utilizados, a manutenção dos nomes dos grupos pode permitir que uma ou outra postagem seja localizada por terceiros. Essa tensão é parte das etnografias digitais contemporâneas. Como pontuam Cesarino, Walz e Balistieri (2023), os ambientes digitais embaralham categorias como público e privado, tornando imprecisas as fronteiras entre pesquisador e pesquisado. A própria noção de consentimento informado, herdada dos protocolos biomédicos, entra em tensão nesse campo, especialmente diante da fluidez das interações e da ausência de previsibilidade.

Outrossim, Cesarino, Walz e Balistieri (2023) destacam que a digitalização da vida social transforma os usuários em objetos de experimentação algorítmica constante, o que desloca a tradicional assimetria entre pesquisador e sujeito. Nessa lógica, eu, enquanto pesquisadora também posso me tornar vulnerável, como mostram os casos de ataques direcionados a investigadoras de ambientes extremistas. Diante desse cenário, a ética deve ser pensada não apenas como proteção dos interlocutores, mas também como cuidado com quem pesquisa. Mesmo com os avanços da Resolução 510/2016, ainda restam lacunas. Dados anonimizados continuam rastreáveis em ambientes digitais, exigindo cautela redobrada.

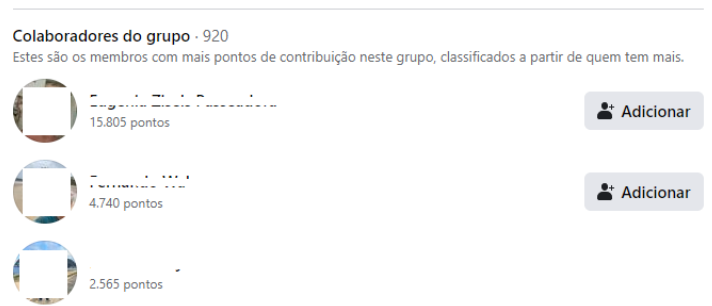
Por tudo isso que as pesquisas em ambientes digitais demandam um esforço contínuo de equilíbrio entre responsabilidade ética e transparência metodológica. Mas sigo com o entendimento de que a ética em campo digital deve ser processual, relacional e permanentemente negociada. A escolha por manter os nomes dos grupos, assim como o uso dos prints, foi tomada com base na relevância desses elementos para a análise e principalmente do recurso imagético como protagonista do campo investigado.

## **Do portão para a tela: quem são os vizinhos online?**

Uma das particularidades desses grupos de bairros, na plataforma Facebook, é o quantitativo de participantes. Nos objetos que aqui estão sendo investigados, o número de membros varia entre 20 e 40 mil, tendo apenas um grupo se destacando com mais de 80 mil pessoas, o do Bairro do Flamengo. Com base nisso, precisamos salientar que ter mais ou menos membros não significa, necessariamente, maior ou menor movimentação e atividade. Os grupos denominados: “Moradores do Catete, Glória e Largo do Machado” e “(NOVO) Moradores do Catete, Glória e Largo do Machado”, por exemplo, são os que mais possuem interações relacionadas a questões do bairro e onde o questionário que apliquei, para traçar o perfil dos membros, teve a sua maior adesão, alcançando assim o total de 54 respondentes.

Apesar se não ser possível mensurar quantos, exatamente, dos 20 a 80 mil membros são de fato residentes, consegue-se notar, com certa facilidade, aqueles indivíduos com maior atividade, não só pela observação participante, que foi desempenhada nesse contexto digital, mas também pela indicação da própria plataforma que vai distribuindo pontos aos mais engajados. Desse modo é possível, ao clicar na aba pessoas no grupo, ver um ranking dos que mais interagem por ordem de pontuação, do maior ao menor, como no recorte abaixo. O que, na maioria dos grupos, costuma ser um ou mais dos administradores que se encontram no topo da lista, acumulando maior pontuação.

**Figura 1** – Recorte do ranking de interação dos colaboradores de um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Com o intuito de tentar elucidar o perfil dos membros que se declaram como residentes, foi aplicado um questionário, pela plataforma google forms, com questões objetivas e discursivas. Dito isso, as primeiras perguntas elaboradas foram de cunho identificador, como: gênero, faixa etária e tempo de residência na localidade. O resultado não surpreendeu, dos 54 respondentes, 41 se declaram mulheres e 24 homens, o que é evidente, também, na movimentação dos grupos, onde estas postam e interagem mais. Para além disso, um dado curioso é que os adultos e idosos são os mais ativos, dos 40 aos 60 anos, representando 40,7% dos respondentes, já os idosos, até os 70 anos somam 22,2% e os acima dos 70 são 9,3%, enquanto os jovens, abaixo dos 25, não passam de 5%. Isso se reflete também no tempo de residência na região, 24,1% moram há mais de 40 anos nessa área, seguidos por 20,4% dos que declaram ter entre 25 e 40 anos de residência. Apesar disso, a segunda maior porcentagem, 22,2%, abarca os que se enquadram entre 5 e 15 anos de moradia.

Esses dados dialogam com achados de pesquisas realizadas em outros contextos urbanos, como as de Oberwittler e Natter (2024), que analisaram a difusão desigual das plataformas de vizinhança digital em cidades da Alemanha. Eles identificaram que o uso dessas redes sociais está fortemente condicionado por variáveis socioeconômicas, com maior adesão em bairros onde predominam moradores com alto capital educacional e faixas etárias mais avançadas. Essa tendência também se manifestou na pesquisa de campo, em que os membros mais engajados nos grupos digitais costumam ser adultos ou idosos, moradores antigos, que demonstram familiaridade com o território e utilizam as ferramentas digitais como extensão de uma sociabilidade já existente, também.

Por outro lado, moradores mais jovens, apesar de conectados em outras redes sociais, apresentam baixa participação nesses grupos online locais, o que reforça a ideia de que a vizinhança digital não se configura como um espaço de uso uniforme, mas como um território de apropriações seletivas, atravessado por desigualdades sociais e geracionais. Com isso, vemos que há um movimento de migração e/ou expansão das relações presenciais para os ambientes digitais, fazendo uso dessas ferramentas para modular as interações e até mesmo ampliar seu raio de atuação.

Seguindo com essa premissa, percebemos que o tempo de residência na região demonstra que a vizinhança online, apesar de ser um fenômeno recente, já apresenta um engajamento significativo desde a popularização desses aplicativos. Conforme relatado por Costa (2011), o Facebook, lançado em 2004, passou a oferecer suporte em língua portuguesa apenas em 2007 e em 2011 inaugurou seu primeiro escritório no Brasil. Esse marco representou o início dos esforços da

empresa para expandir a rede social no país, que até então era predominantemente adepto do Orkut, como evidenciado pela reportagem.

Entre os grupos analisados, os mais antigos são o “Bairro do Flamengo”, criado em novembro de 2013, e o “Moradores do Flamengo, Catete, Laranjeiras e Botafogo”, fundado em agosto de 2014. Nesse contexto, levando em consideração que o sucesso do Facebook no Brasil ocorreu em um intervalo de apenas três anos, culminando no término do Orkut em 2014, questionei os membros sobre o tempo de participação nos grupos. As respostas indicaram que 53,7% dos respondentes tem entre 5 e 10 anos, enquanto 42,6% tem entre 1 e 5 anos de participação. Esses dados elucidam que os grupos são compostos, em sua maioria, por residentes antigos da região, bem como por membros que aderiram aos grupos online desde sua criação e/ou popularização. Trata-se, portanto, de indivíduos que possuem uma longa trajetória nessa localidade em que habitam presencial e digitalmente.

O que nos leva a outra pergunta interessante, sobre o relacionamento com seus vizinhos diretos, por parte dos respondentes, ou seja, com aqueles que vivem dentro do condomínio/vila que eles moram. Nesse cenário, 38,9% dizem que interagem ocasionalmente, 24,1% não socializam com seus vizinhos diretos enquanto 37,7% afirmam ter contato constante. Se somarmos os que não interagem aos que o fazem com ressalvas, temos a maioria optante por uma certa reserva, como pontuou Simmel (2005 [1903]). Tal dado torna ainda mais instigante observar que, a busca por uma vizinhança online, mediada pelas redes sociais, pode contribuir para essa impessoalidade sem o isolamento total, ou seja, ajuda a controlar o grau de interação que mantém a relação entre indivíduos vizinhos.

Ainda sobre a questão da sociabilidade vicinal, perguntei sobre a frequência com que acessam os grupos de vizinhos em seu cotidiano e 40,7% o fazem todos os dias, seguidos de 25,9% que visualizam de 3 a 4 vezes por semana. Entre os que fazem um uso mais moderado, de uma a duas vezes por semana, estão 22,2% dos membros e o restante declara que acessa apenas quando precisa de alguma coisa como: informação, indicação, divulgar algum serviço ou produto e etc. Quando questionados sobre sua atividade nos grupos, 51,9% afirmam que só postam, curtem e/ou comentam ocasionalmente, quando há alguma situação de muita necessidade. Já 38,9% declaram que raramente interagem com as postagens e que estão nos grupos apenas para observar e se manterem informados. Somente 9,3% dos respondentes afirmam que são ativos nos grupos, que estão sempre postando, curtindo e comentando.

Abrindo espaço para comentários pessoais, com o intuito de permitir que os interlocutores expressem, com suas próprias palavras, suas impressões sobre os objetos pesquisados, elaborei três perguntas-chave. A primeira foi sobre o que motivou o respondente a fazer parte desses grupos. Para melhor ilustrar, filtrei as respostas e organizei as palavras que mais apareceram e seus respectivos sinônimos na tabela abaixo.

PALAVRAS-CHAVE E SEUS CORRELATOS	Nº DE REPETIÇÕES
Bairro / “região”	37
Informações / “dicas” / “informar” / “notícias”	23
Acontece / “ocorre”	11
Atualizada / “atualizado” / “atualizar” / “saber”	14
Serviços	3
Moradores	3

Interagir	3
Pandemia	1
Ajuda	2
Venda / "compra"	2

As respostas revelam uma tendência clara entre os membros dos grupos: a busca por conexão comunitária e informação local. A maioria dos participantes expressa um desejo de estar informado sobre os acontecimentos do bairro, seja por motivos de segurança, interesse em eventos locais ou para acessar serviços próximos. Nota-se, também, um aspecto social significativo, com membros desejando interagir e conhecer pessoas, o que sugere que tais grupos funcionam como um espaço de socialização e suporte mútuo. A necessidade de atualização constante sobre a região indica que os interlocutores valorizam o imediatismo e a relevância das informações compartilhadas, o que pode ser reflexo de uma sociedade cada vez mais conectada e dependente de redes sociais para a obtenção de notícias e serviços. Outro destaque importante é a menção ao trabalho voluntário e à ajuda durante a pandemia, que mostra uma faceta de solidariedade e cooperação dentro dessas comunidades. Resumindo, o motivo de fazer parte dos grupos, como respondeu um dos interlocutores, é: *“Para me atualizar sobre serviços, saber das obras e também da vida dos vizinhos”*.

A segunda pergunta, como ilustra a tabela abaixo, versava sobre os assuntos que mais despertam interesse dos respondentes e novamente, vemos como a palavra informação se destaca, seguida por comércio e segurança.

PALAVRAS E SEUS CORRELATOS	Nº DE REPETIÇÕES
Informações / “notícias” / “novidades” / “Casos” / “inteirar”	16
Comércio / “lojas” / “vendas” / “compra” / “propagandas”	13
Segurança / “proteção”	11
Serviços / “indicações”	11
Bairro / “região”	10
Eventos / “acontecimentos”	6
Violência / “assalto”	6
Animais / “adoção” / “resgate”	6
Trânsito / “alagamentos” / “problemas” / “barulho” / “obras”	6
Cultura / “eventos culturais”	4
Dúvidas / “reclamações”	4
Todos os assuntos	3
Política	2

Nesse aspecto, as respostas dos interlocutores evidenciam uma diversidade de interesses, refletindo a multifuncionalidade desses grupos. Questões de segurança são frequentemente citadas, sublinhando a preocupação comum com o bem-estar e a proteção dentro da comunidade. A curiosidade sobre novidades, incluindo a abertura de novas lojas e eventos culturais, sugere um forte interesse no desenvolvimento e na vida social do bairro. A presença de tópicos como violência urbana, segurança e questões de infraestrutura, mostra que os membros buscam não só se informar, mas também encontrar soluções coletivas para problemas locais. A menção a classificados e indicações de serviços destaca a utilidade prática dos grupos como espaços digitais de troca econômica.

Outrossim, a preocupação com questões culturais e históricas aponta para um desejo de preservação da identidade do bairro. A variedade de assuntos de interesse também reflete a composição heterogênea dos grupos, onde cada membro busca algo que atenda às suas necessidades pessoais, sejam elas informativas, de segurança, comerciais, culturais ou de entretenimento. Com isso, é possível perceber como esses grupos funcionam como um microcosmo da comunidade física, espelhando suas complexidades e a riqueza de seus interesses e preocupações.

Já a terceira pergunta tinha como objetivo compreender o que os grupos representam para os respondentes e qual o grau de importância dos mesmos.

RESPOSTAS RELACIONADAS A IMPORTÂNCIA/ RELEVÂNCIA DOS GRUPOS	Nº DE REPETIÇÕES
Importante/fundamental/imprescindível/útil/válido/muito	24
Médio/ média	7
Pouca/baixa	7

RESPOSTAS RELACIONADAS AO QUE O GRUPO REPRESENTA	Nº DE REPETIÇÕES
“Informações” / “notícias” / “atualizações” / “novidades”	19
“Bairro” / “região” / “vizinhança” / “entorno”	17
“Segurança” / “proteção”	6
“Acontecimentos” / “eventos” / “fatos”	6
“Interagir” / “comunicar”	4
“Pessoas” / “moradores”	5
“Serviços” / “prestadores de serviços”	3
“Cidadania”	2

Essa última pergunta, aberta, revela uma percepção mista quanto à importância desses grupos. Uma parcela significativa dos respondentes valoriza esses espaços online como fontes de informação e atualizações sobre o bairro, indicando que para eles os grupos têm um papel importante na manutenção da segurança e na promoção da cidadania. Esses membros veem os grupos como um complemento moderno às interações da comunidade, cobrindo a falta dos encontros presenciais como em feiras de bairro e conversas no portão de casa, situações escassas em um cotidiano cada vez mais atribulado. Por outro lado, um número menor de participantes atribui uma importância média ou baixa a esses grupos, muitas vezes criticando a disseminação de informações falsas ou a predominância de discussões políticas e polêmicas. Ainda assim, mesmo aqueles que expressam ceticismo, reconhecem a utilidade dos grupos em situações específicas, como na busca por serviços ou no monitoramento de acontecimentos locais.

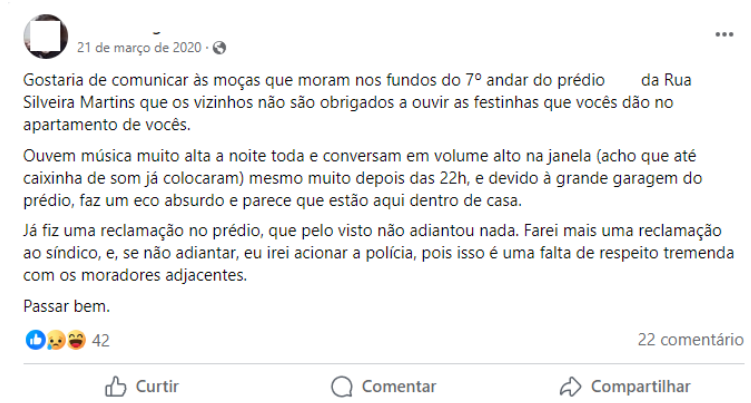
Esses dados analisados evidenciam que a fofoca e/ou informações, criam um certo senso de pertencimento e identidade comum. Elias e Scotson (2000 [1965]) vão destacar que esse interesse coletivo é fundamental para a manutenção das relações de vizinhança. É pelo desejo de se manter informado sobre o bairro que os indivíduos se propõem a fazer parte desses grupos no Facebook. Mesmo que a sua ampla maioria declare interagir muito pouco, o propósito de tornar-se membro é a busca por informação, pelo saber, como podemos ver expresso na resposta

de um dos respondentes sobre o que o grupo representa: “Troca de informação em todos os sentidos. Como se fossemos uma grande família. Uma janela para o mundo”.

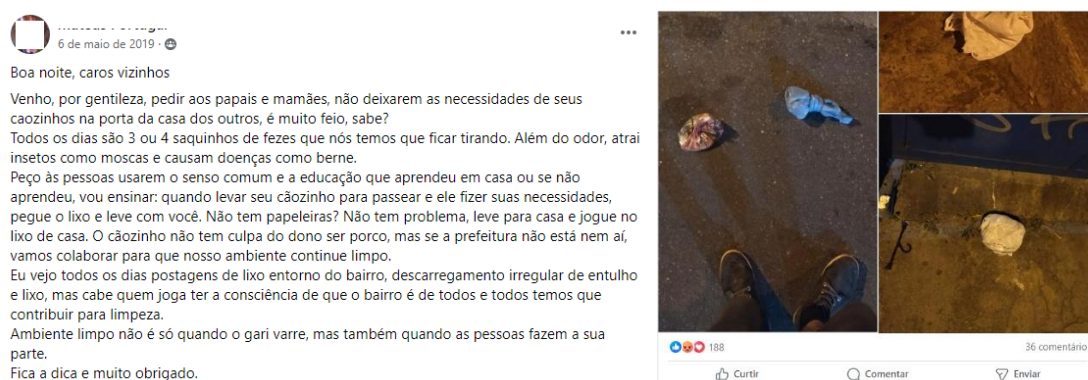
## O que se posta e o que se curte em um grupo de vizinhança online

Considerando o que propôs Simmel (1983), sobre o conflito não ser apenas uma forma de dissociação, mas também um meio de socialização, ou seja, uma forma de interação social que contribui para a estruturação da sociedade, tendo este como uma interação viva que não pode ser exercida por um indivíduo sozinho e, portanto, deve ser considerado uma forma de associação, os temas que mais produzem engajamento nos grupos, ou seja, que suscitam interação, são sempre os que envolvem polêmica e engendram discussões. Nesse contexto, as postagens com reclamações são as que se destacam, geram envolvimento e despertam interesse, em especial quando acompanhadas de fotografias.

Figura 2 – Recorte de uma postagem em um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Figuras 3 e 4 – Recorte de uma postagem em um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Os dois casos, apresentados acima, são uma espécie de desabafo, de reclamação, o primeiro endereçado a um grupo em específico, com direito a localização exata, e o segundo voltado a sensibilizar, de forma ampla, todos os que habitam a região e possuem animais de estimação. Publicações como essas costumam ficar em alta, ou seja, se destacar nas páginas dos grupos, no Facebook, durante vários

dias. Bem como o ato de comentar em uma postagem dessa rende muitas notificações, por um longo tempo, a quem o fez, para que este esteja sempre atualizado sobre outras explicações. Ambas são geradoras de conflito e opiniões divergentes.

Já as postagens que envolvem pedidos de indicação de produtos e/ou prestação de serviços têm uma maior variação, dependendo do teor do que se pede, pode ter menor ou maior engajamento. Há também uma certa ressalva quando se trata de solicitar alguma referência, haja vista que não há qualquer exigência de comprovação de residência, para fazer parte dos grupos, e pessoas de outros bairros/áreas da cidade solicitam a entrada, muitas das vezes, para promover seu próprio negócio. Assim, os pedidos de indicação costumam reforçar que a mesma deve ser espontânea e referendada por quem está indicando.

A política também é um tema que figura em algumas postagens, suscitando debates acalorados e até mesmo agressões verbais. No período que compreende os anos de 2020, 2021 e 2023, vivemos um momento extremamente delicado, uma pandemia global e uma gestão presidencial ineficiente. A covid-19, tema que vem atravessando inúmeros trabalhos nas ciências sociais, nos últimos tempos, cerceou a livre circulação das pessoas, fez muitas vítimas fatais e alterou por completo a rotina ao redor do mundo. Ao mesmo tempo, correntes de pensamentos negacionistas aproveitavam justamente das mídias sociais para espalharem desinformação e teorias conspiratórias. Estas últimas, disseminadas também pelo então presidente, na época, Jair Messias Bolsonaro. Privados de protestar nas ruas, já que aglomeração ajudava a propagar a doença, os atos aconteciam dentro das residências, como os pannels, organizados para acontecer em dias e horários específicos, culminando, muitas vezes, com algum pronunciamento presidencial televisionado.

Figura 5 – Recorte de uma postagem em um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Observando a imagem, vemos o tamanho da proporção que essa postagem tomou, mais de 200 comentários e 401 curtidas. Sem dúvidas um recorde, que se distancia, e muito, da média usual das postagens nos grupos. O ano era 2020 e março foi exatamente quando implementaram o isolamento social e a completa

restrição de mobilidade. Mais um post de reclamação, como outros, porém carregado de muitas questões efervescentes naquele momento, como incerteza, medo, desconhecimento da doença, preocupações das mais diversas ordens, como abor- dou o trabalho de Bottino, Scheliga e Menezes (2020). Dentre os comentários, a maioria foi de apoio ao apelo da autora, com o compartilhamento, por parte dos outros membros, de casos pessoais a esse respeito, onde alguns relatavam que também se sentiam incomodados, que tinham bebês, crianças, animais e idosos assustados com o barulho dos painéis.

O humor também é um fator muito presente nas postagens, um dos grupos chegou a ter um personagem que se auto intitulava CEO e se apresentava como Fernando Castro. Suas postagens semanais começavam com a palavra “vizinhos” e eram majoritariamente pedidos esdrúxulos como por exemplo: o empréstimo de 40 gotas de luftal quando estava com gases, de uma televisão de última geração para assistir filmes no final de semana, auxílio de um advogado para processar quem colocou passas em uma coxinha de frango, tudo isso feito sempre em tom jocoso. Por algum tempo as pessoas demoraram a entender que se tratava de um perfil de um comediante, porém, administrado por um morador da região, que permanecia anônimo. Sua movimentação constante gerava engajamento e outras postagens começaram a surgir, entrando na brincadeira que ele havia criado, com o compartilhamento de piadas e até agradecimentos pelo tempo do show de fogos de artifícios, no Réveillon, na Praia do Flamengo, ter sido maior do que os de Copacabana, em uma alusão ao “seu poder” como CEO.

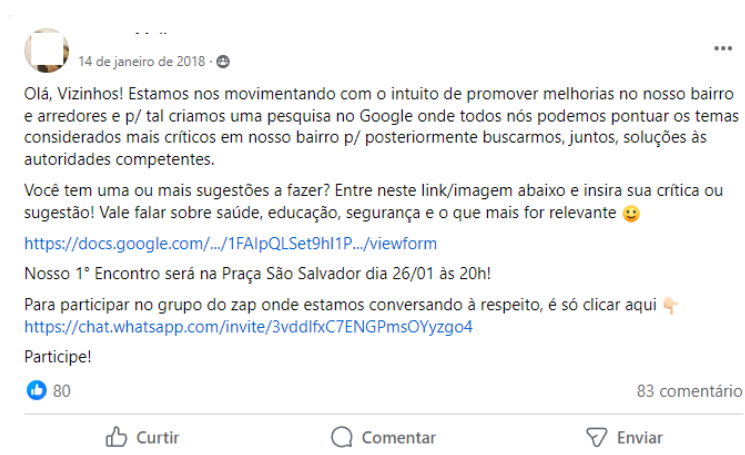
Figura 6 – Recorte de duas postagens em um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Mas Fernando Castro, em 2022, enfrentou problemas de saúde e financeiros, quando então a sua verdadeira identidade acabou sendo exposta. Com uma mãe doente, sem condições de arcar com os custos de uma internação em hospital particular, membros que o conheciam pessoalmente se mobilizaram nos grupos para pedir ajuda, organizando uma vaquinha. Muitos contribuíram, porém, a desconfiança engendrada pelo distanciamento físico da internet suscitou uma série de questionamentos, dentre eles, até mesmo sobre o nome do dono da conta para onde iria o pix, já que Fernando Castro era sua identidade fictícia e muitos não conseguiam assimilar essa informação. Além disso, ele mesmo se sentiu constrangido com a polêmica em torno das postagens, com pedido de ajuda, e acabou saindo do grupo, antes pediu desculpas a todos e agradeceu pela contribuição recebida.

E como se tratam de grupos de vizinhança, as postagens com reclamações acerca de problemas referentes a infraestrutura dos bairros, serviços públicos como: limpeza urbana e segurança, não poderiam passar despercebidas. A desigualdade social é um dos principais fatores discutidos, por conta do incômodo gerado por pessoas em situação de vulnerabilidade que se abrigam pelas ruas da região. Toda vez que o tema é levantado por algum membro, os debates ficam acirrados. Entretanto, nem só de reclamações se alimentam os grupos, o espaço também é usado para fomentar iniciativas e ações conjuntas, em busca de soluções, como é o caso da postagem que vemos abaixo. Diversas reuniões das associações de moradores são divulgadas nos grupos, convidando quem se interessar a fazer parte. Há, inclusive uma competição entre associações, duas rivais para o mesmo bairro, o do Flamengo. O que evidencia que os grupos transbordam o ambiente online ao mesmo tempo que figuram como continuidade do espaço e ferramenta de comunicação em massa, extremamente eficaz, entre indivíduos que habitam uma mesma localidade.

**Figura 7** – Recorte de uma postagem em um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Outro tema interessante, a respeito do qual cabe mesmo um estudo específico, o que pretendo fazer posteriormente, são os pedintes, o que eu nomeei como “mendicância online”. É uma particularidade desses grupos de bairros da Zona Sul e que reflete muito a dinâmica do espaço físico. Se observarmos o grande número de pessoas em situação de rua nessas localidades, entendemos o motivo pelo qual isso também reverbera nos grupos online. Assim, é possível observar um alto volume de postagens com pedidos de ajuda, de emprego e oferecimento de serviços de limpeza doméstica em troca de alimentos. O mais interessante é que, em sua ampla maioria, as pessoas residem muito longe da região, inclusive em outros municípios. Com isso, as postagens vêm sempre informando o número do pix para facilitar a doação, haja vista a dificuldade de entregar a ajuda pessoalmente.

Há, também, um considerável volume de postagens comerciais, vendendo serviços, produtos e anunciando imóveis. Esses grupos são um espaço interessante para divulgação, gratuita e ampla, justamente pelo grande número de membros. Contudo, observa-se que os serviços oferecidos, muitas vezes, não são de moradores da região, o que torna pouco relevante, para o presente estudo, se aprofundar nesse tema. Outra questão recorrente são as postagens sobre animais

de estimação, que vão desde indicações de atendimento gratuito e/ou pago e pedidos de ajuda de pessoas que fazem parte de grupos de resgate de animais, até a busca por desaparecidos, bem como do tutor de animais encontrados vagando pelas ruas da região.

## **Um habitar digitalizado: as relações vicinais mediadas pelas mídias sociais**

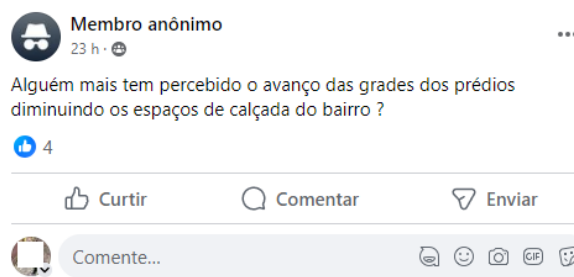
Por que ser vizinho online é um movimento que vem se popularizando, enquanto as relações presenciais e diretas, com aqueles que dividem o mesmo local de habitação conosco, ainda despertam o receio e ressalvas? Seria uma tentativa de não ser aprisionado no ciclo da dádiva que Mauss (2017 [1950]) elucidou? A investigação, aqui empreendida, evidenciou a comodidade dos grupos online. Por meio deles e sem a necessidade da intimidade de uma relação pessoal, no espaço físico, se pode pedir ajuda, indicações e até favores, saber de fofocas, se manter informado do que acontece na região de modo que não implique em estabelecer vínculos de amizade, tão pouco empreender um considerável tempo do seu dia em uma conversa presencial com algum vizinho.

Uma impessoalidade modulada, o acionamento da reserva Simmel (2005 [1903]), ao mesmo tempo em que se compreende e reconhece a necessidade de integrar-se ao meio, de pertencer, de alguma forma, do ciclo que o rodeia, pode ser o real motivo do sucesso desse formato de sociabilidade vicinal. Se não se pode viver sozinho, alheio a todos os estímulos das metrópoles, sem estabelecer relações e interagir com outros indivíduos, há de se encontrar um mecanismo que preserve “o ser”, que o auxilie na gestão da persona cidadão, papel que precisa desempenhar cotidianamente. É justamente nesse aspecto que se popularizam as redes sociais, como eficientes ferramentas de mediação da comunicação entre indivíduos.

Isso nos remete ao que Parks e Roberts (1998) denominaram como o fenômeno do “estranho-no-trem”, quando as pessoas tendem a se autorrevelar mais facilmente para desconhecidos na internet do que em interações face a face. Essa dinâmica também pode ser observada nos grupos de vizinhança online, onde indivíduos compartilham informações pessoais, fazem reclamações e desabafos com membros da comunidade que, embora sejam seus vizinhos geograficamente, em sua maioria são estranhos no sentido relacional. O anonimato relativo, proporcionado pelo presente objeto de investigação, facilita a abertura e a honestidade emocional, permitindo que os indivíduos explorem sua identidade e se conectem com outros de uma maneira que pode ser menos intimidante do que em encontros presenciais.

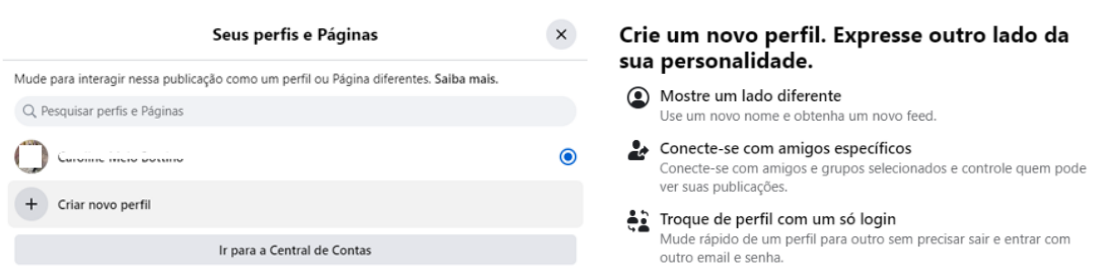
E dentro dessa questão que permeia quase todas as investigações de objetos digitais, o anonimato relativo, surgiu uma novidade, esses dias, enquanto escrevia o presente artigo, implementada pela plataforma Facebook: a possibilidade de fazer postagens anônimas. Até então, para poder escrever algo nesses grupos o indivíduo expunha seu perfil pessoal, ou seja, aquele que costuma usar habitualmente, com sua fotografia e seus dados, apenas os que optou por tornar públicos, caso a sua página seja fechada para quem não o tem adicionado como amigo. Isso com certeza vai trazer uma mudança na dinâmica, haja vista que ao poder postar algo sem ser identificado se abre uma infinidade de oportunidades, sendo muitas delas catastróficas.

**Figura 8** – Recorte de uma postagem em um dos grupos de vizinhança no Facebook.



Ainda nessa linha, ao clicar na sua foto, na aba de comentar a publicação, o Facebook também oferece a possibilidade de escolher interagir usando o seu perfil atual ou criar um novo, como mostram as imagens abaixo:

**Figura 9 e 10** – Recorte de uma funcionalidade no Facebook.



A apresentação de possíveis “eus” na Internet, como foi discutido por Bargh, McKenna e Fitzsimons (2002), é um fenômeno intrigante que se manifesta de maneira única em ambientes online, onde os indivíduos têm a oportunidade de moldar e compartilhar aspectos de sua identidade que podem ser diferentes de como se apresentam no mundo físico. O que vemos agora, com essa mudança na dinâmica dos grupos, onde os membros podem escolher qual perfil utilizar e se vão se expor ou permanecer no anonimato, é justamente o que Goffman (2018 [1959]) observou, sobre a tendência humana em elaborar a apresentação de um “eu” idealizado ou em dar ênfase em certos traços de personalidade ou em interesses que são mais propensos a ressoar com os outros membros do grupo. O que abre espaço para a criação de personagens, como vimos no caso do CEO Fernando Castro, que possibilitam a esses indivíduos alcançar um protagonismo, uma certa fama, se destacando dos demais. Cabe ressaltar, também, que eles possuem o poder de escolher os temas desejam ou não compartilhar com os outros participantes da vizinhança online, bem como se preferem ser mais observadores do que comunicadores, sem que isso os exclua e os prive de estar a par dos acontecimentos.

Considerando que os relacionamentos mediados pelas redes sociais possuem diferentes formatos, Whitty e Gavin (2001) descrevem, em seu trabalho, um tipo específico, que começa no ciberespaço e tenta evoluir para o offline, mas que, por diversas razões, descobre que funciona melhor online e, portanto, retorna ao ambiente virtual. Esse processo é particularmente relevante quando se considera o presente objeto de estudo. Muito embora existam iniciativas diversas que encorajem os encontros presenciais, como as reuniões das associações de moradores,

por exemplo, ainda assim, os grupos seguem sendo o espaço com maior aderência e quórum. O layout da plataforma Facebook, em específico, permite que os indivíduos tenham mais tempo para pensar e formular suas respostas, que auxiliam a engendrar interações mais reflexivas e consideradas.

Com isso, é imprescindível ter em mente o quanto a flexibilidade oferecida pelas redes sociais é um fator crucial para o sucesso desses grupos de vizinhança, ao permitir que as interações ocorram a qualquer momento e de qualquer lugar. Desse modo estamos expandindo a possibilidade de participação de todos os membros da comunidade. O que faz com que hoje, seja completamente possível desfrutar da sociabilidade vicinal sem precisar, necessariamente, estar presente na localidade que se habita, ou seja, mesmo que o indivíduo esteja em viagem, em outro país, acompanhando os grupos, é possível continuar conectado aos acontecimentos, às fofocas e discussões suscitadas nesses espaços.

Nesse sentido Üblacker, Bartels e Schimidt (2024), também defendem a premissa de que essas redes sociais, enquanto plataformas online, não são apenas canais de transmissão, mas dispositivos sociais que, ao serem apropriados por coletivos localizados, tornam-se instrumentos de fortalecimento do pertencimento e do engajamento comunitário. Para eles, esse potencial está condicionado às dinâmicas pré-existentes de capital social, reciprocidade e reconhecimento entre os membros da vizinhança.

O que se apresenta, então, nesse artigo, é a potencialidade desses grupos online em se misturarem ao contexto urbano de tal maneira que nos deixam na dúvida sobre o seu papel, se são complementos da sociabilidade de uma região ou se são parte dela, em um constante movimento entre o que acontece no ambiente físico é relatado no grupo e o que se posta nos grupos reverbera na interação face a face, em uma movimentada troca que faz dos dois um só. No momento atual, que vivemos, a existência digitalizada não é mais considerada em separado, como dois espaços distintos, Miller (2013 [2012]), somos quem somos, online e offline, o tempo todo, existindo e vivendo com o auxílio dessas ferramentas digitais, que usamos para nos comunicar, para nos alimentar, para comprar, estudar e nos entreter.

## Considerações finais

A etnografia digital que foi construída aqui, portanto, é fruto de 4 anos de observação participante, entre 2021 e 2024, como membro desses grupos, após a minha mudança para um dos bairros acima citados. Nesse tempo, estava finalizando a minha tese, tendo a sociabilidade vicinal online como recorte, assim, observar a movimentação em outros grupos, também era útil para que eu conseguisse perceber as nuances, as diferenças e particularidades, exercendo o estranhamento que esse tipo de investigação demanda. Seguindo os métodos que empreguei na tese, que hoje virou livro, Bottino (2025), delimito os assuntos relevantes para que fosse feito o levantamento dos dados disponíveis nos grupos, bem como elaborei um questionário a ser respondido, pelos interlocutores, com o objetivo de confrontar as minhas percepções, obtidas com a observação participante, e descobrir a compreensão deles mesmos sobre o objeto em questão, os grupos de bairro no Facebook.

Os resultados dessa inventariação destacam a importância da fofoca e da informação na manutenção das relações de vizinhança nesses espaços, servindo tanto para entretenimento quanto para fortalecer o interesse coletivo. Isso sugere que as práticas discursivas nos grupos online não são meramente replicadas do

espaço físico, mas são transformadas e adaptadas às possibilidades e limitações do meio digital. A natureza do boato, por exemplo, é amplificada pela velocidade e alcance das redes sociais, o que pode tanto fortalecer laços comunitários, quanto disseminar desinformação. Ao mesmo tempo, demanda criticidade constante dos membros com relação a todo o conteúdo que circula nos grupos.

Nesse aspecto, vimos que os tópicos que mais geram engajamento, reclamações, pedidos de recomendações, segurança, discussões sobre infraestrutura e serviços públicos, são reflexos das preocupações cotidianas dos moradores. A atenção dada a esses assuntos, pelos membros dos grupos online, é um indicativo de suas prioridades e valores. O grande número de membros idosos, que interagem nesses grupos também é um dado importante, haja vista que, como apontou o trabalho de Miller (2016), as mídias sociais, apesar de padronizadas e disponíveis igualmente em diferentes países, ao redor do mundo, são apropriadas pelos indivíduos e grupos de formas completamente distintas.

Há mídias que são mais interessantes aos jovens, como as que veiculam vídeos curtos e postagens com limitação de caracteres. O Facebook, por exemplo, é uma plataforma que se mantém, hoje, em uso, por um público acima dos 30 anos de idade, tendo entre os idosos uma grande aderência. Seu layout é mais adequado ao propósito dos grupos online de vizinhança, permitindo a postagem de textos longos, imagens, vídeos e o comentário nos mesmos, que ficam fixados por ordem de criação. Arrastando a tela para cima é possível alcançar o conteúdo mais antigo e assim escolher focar no assunto que mais interessa. Isso o diferencia das demais opções de mídias sociais disponíveis, além, é claro, da facilidade para criar páginas e grupos, que aglutinam várias pessoas com a possibilidade de interação entre seus membros.

Essa mediação que os grupos proporcionam, remetem ao trabalho de Mauss (2017 [1950]) e também aos resultados da pesquisa de Botton (2018) e de Üblacker, Bartels e Schmidt (2024), no sentido que trocar com quem reside no mesmo condomínio/vila que nós, engendra a reciprocidade, essa necessidade de retribuição dos favores que claramente não é desejada pelos indivíduos na atualidade. A generalização do pedido online, endereçado em quem quer que seja, que quiser e/ou puder responder, amplia a responsabilidade, dissolve a obrigação pessoalizada de estar disponível para o outro que demandou. Quando se posta em um grupo um pedido, o indivíduo recebe muitas e diversas interações, mas se ele o faz ao seu vizinho direto, da porta ao lado, abre-se o precedente de uma solidariedade vicinal Durkheim (1933 [1893]), pessoalizada, que vai demandar, entre outras coisas, a retribuição do ato em outro momento oportuno.

Então, parece evidente que os indivíduos compreendem muito bem a necessidade da existência e da manutenção de relações cordiais de vizinhança, ao mesmo tempo que optam por não as aprofundar com seus vizinhos diretos em busca de preservar sua privacidade, movimento este que os grupos online no Facebook conseguem atender muito bem. A modulação do eu, a criação de papéis na interação social Goffman (2018 [1959]), é facilitada por esses aplicativos que a cada dia criam novas ferramentas de controle, que dão poder ao indivíduo de fazer escolhas de como, quando e de que forma desejam se apresentar. Esses subterfúgios são elementos que auxiliam a manutenção das relações vicinais na atualidade mediante as necessidades e desejos dos indivíduos que habitam os grandes centros urbanos hoje.

A pesquisa de campo aqui empreendida aponta para os desafios trazidos por essa nova forma de interação digitalizada no contexto urbano, evidenciando o valor da etnografia em ambientes digitais e a infinidade de dados que podem ser

observados e coletados nesse processo. A análise desses grupos permite múltiplas reflexões e a variabilidade das dinâmicas dos grupos de vizinhança, em diferentes regiões, reflete os diversos fatores, socioeconômicos e culturais, que incidem sobre as comunidades locais. Isso sublinha a importância de uma abordagem contextualizada, onde as particularidades de cada comunidade sejam consideradas para entender as formas de habitar digital. Nesse sentido que a escolha por alguns grupos específicos, bem como pelo recorte espacial foram essenciais na construção do presente trabalho. O que venho observando, ao longo do tempo em que me dedico ao tema, é justamente as nuances que diferenciam os objetos, dentre elas, a localidade escolhida que incide, diretamente, na organização interna dos grupos e nas sociabilidades que neles se desenvolve.

Assim, o trabalho que realizei, portanto, não apenas documenta um fenômeno contemporâneo, por meio de uma pequena amostra espacial, mas também busca fornecer dados para outros estudos futuros sobre a interseção entre urbanidade e digitalidade. Nesse sentido, empreender esforços na pesquisa desse tema, em específico, teve como objetivo elucidar a complexidade e a dinâmica dessas comunidades digitais que espelham, de certa forma, as interações físicas desses bairros na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Bem como dar conta de compreender as transformações e ressignificações das relações vicinais no ambiente citadino.

Recebido em 31 de maio de 2024.  
Aprovado em 10 de junho de 2024.

## Referências

- BARGH, John A.; MCKENNA, Katelyn Y. A.; FITZSIMONS, Grainne M. Can you see the real me? Activation and expression of the true self on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58 (1): 33-48, 2002.
- BOTTINO, Caroline Martins de Melo. *A vizinhança tá on! Sociabilidade em um condomínio clube nos subúrbios cariocas*. Rio de Janeiro: Telha, 2025.
- BOTTINO, Caroline M. M.; SCHELIGA, Eva L.; MENEZES, Renata C. Experimentos etnográficos em redes e varandas: a religião em tempos de pandemia. *Cadernos de Campo*, 29 (supl): 289-301, 2020.

BOTTON, Fabiana. Vizinhança e Internet: notas etnográficas sobre a sociabilidade entre vizinhos a partir de uma análise da rede social on-line Tem Açúcar. *Ponto Urbe*, 23: s/p, 2018.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *Urbanização e Tribalismo: A integração dos Terena numa sociedade de classes*. Tese (Doutorado em Sociologia), USP, 1966.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CESARINO, Leticia; WALZ, Silvia; BALISTIERI, Tatiana. “Etnografia na ou da internet? Desafios epistemológicos e éticos do método etnográfico na era da plataforma”. In: SIQUEIRA, Isabel Rocha de; COSTA, Vítor de Souza (orgs.). *Metodologia e relações internacionais: debates contemporâneos*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2023.

CORDEIRO, Graça Índias; FIGUEIREDO, Tiago. “Intersecções de um bairro on-line. Reflexões partilhadas em torno do blogue Viver Lisboa”. In: CORDEIRO, Graça Índias (org.). *A cidade entre bairros*. Lisboa: [s.n.], 2012, pp. 9-20.

COSTA, Camilla. Facebook avança no Brasil e já é líder em 119 países. *BBC Brasil*, São Paulo, 7 jul. 2011.

DURKHEIM, Émile. *The division of labour in society*. New York: Free Press, 1933.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FRÚGOLI, Heitor. *Sociabilidade urbana*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

GALSTER, George; ÜBLACKER, Jan. Digitalisation, neighbourhood change and urban social processes: conceptual framework and introduction to the Special Issue. *Urban Studies*, 61 (16): 3015-27, 2024.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2018.

HATUKA, Tali. A conceptual framework for understanding neighbourhoods in the digital age. *Urban Studies*, 61 (16): 3123-3144, 2024.

HINE, Christine. Connective ethnography for the exploration of e-science open access. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2): 618-634, 2007.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. *Digital anthropology*. London: Bloomsbury, 2012.

MAUSS, Marcel. “Ensaio sobre a dádiva - forma e razão da troca nas sociedades arcaicas”. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Ubu, 2017, pp. 191-308.

MCKENNA, Katelyn Y. A.; GREEN, Amie S.; GLEASON, Marci E. J. Relationship formation on the Internet: what's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58 (1): 9-31, 2002.

MILLER, Daniel. *How the world changed social media*. London: UCL Press, 2016.

MILLER, Daniel. "Social networking sites". In: HORST, Heather; MILLER, Daniel (org.). *Digital anthropology*. London: Bloomsbury Academic, 2013. pp. 146-64.

OBERWITTLER, Dietrich; NATTER, Matthias. The unequal spread of digital neighbourhood platforms in urban neighbourhoods: a multilevel perspective. *Urban Studies*, 61 (16): 3187-205, 2024.

PARKS, Malcolm R.; ROBERTS, Lynne D. Making MOOsic: the development of personal relationships online and a comparison to their off-line counterparts. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15 (4): 517-37, 1998.

SIMMEL, Georg. "A natureza sociológica do conflito". In: MORAES FILHO, Evaristo (org.). *Simmel*. São Paulo: Ática, 1983. pp. 122-134.

SIMMEL, Georg. *As grandes cidades e a vida do espírito*. *Mana*, 11 (2): 577-91, 2005.

ÜBLACKER, Jan; BARTELS, Christian; SCHMIDT, Maria. Catalysts of connection: the role of digital information and communication technology in fostering neighbourhood social cohesion. *Urban Studies*, 61 (16): 3167-186, 2024.

WHITTY, Monica; GAVIN, Jeff. Age/sex/location: uncovering the social cues in the development of online relationships. *CyberPsychology & Behavior*, 4 (5): 623-30, 2021.

VOLUME 13  
NÚMERO 32  
(MAIO/AGO. 2026)

# ACENO

REVISTA DE ANTROPOLOGIA DO CENTRO-OESTE  
ISSN: 2358-5587

PRAZO FINAL  
DE SUBMISSÃO:  
30 DE MARÇO  
DE 2026

CHAMADA DE ARTIGOS

DOSSIÊ TEMÁTICO:

MASCULINIDADES, CURSO  
DE VIDA E CUIDADO

COORDENADORXS:

DR. ESMAEL ALVES DE OLIVEIRA (UFGD)

DR. MARCOS NASCIMENTO (FIOCRUZ)

DR. CAMILO BRAZ (UFG)

A presente proposta de dossiê temático busca congregiar pesquisas e reflexões voltadas a pensar e analisar a intersecção entre as construções de masculinidade(s), o curso de vida e as práticas de cuidado – incluindo o autocuidado, o cuidado em saúde e o cuidado com outros (como, por exemplo, a parentalidade). Nos interessam contribuições que busquem compreender, a partir de diversas perspectivas teóricas e metodológicas em diálogo com a antropologia e/ou com a etnografia, como repertórios simbólicos sobre masculinidade impactam a forma como homens concebem e praticam o cuidado ao longo de diferentes momentos de suas vidas. No âmbito dos estudos de gênero, observa-se uma tendência de associação da masculinidade com traços de dominação, autoridade e distanciamento emocional. Autoras como Elisabeth Badinter e Helena Hirata problematizam o quanto as normas tradicionais de gênero frequentemente estabelecem que o papel do homem esteja mais voltado para o sustento econômico e a proteção, enquanto o cuidado tem sido predominantemente atribuído às mulheres. Essa divisão contribui para a construção social de masculinidades baseada numa suposta independência e invulnerabilidade e na limitação de expressões afetivas e emocionais. Assim, se no âmbito do curso de vida, as masculinidades são influenciadas por transições e marcos prolongados, como infância, adolescência, idade adulta e velhice, desde uma perspectiva antropológica, o desafio que se apresenta é o de se levar em consideração o modo como as representações históricas e culturais da masculinidade influenciam os modos como homens se envolvem em práticas de autocuidado e de cuidado com/de outros/as. Aqui nem masculinidades, nem cuidado são categorias ontológicas, antes são compreendidas como resultantes de práticas históricas e socioculturais constituídas e atravessadas por valores, significados e normas que precisam ser situadas a partir dos marcadores sociais de diferença. Deste modo, em nossa proposta, tanto masculinidade quanto cuidado e curso de vida emergem como categorias centrais e em articulação, considerando que os modos como homens cuidam de si mesmos, de suas famílias e de suas comunidades estão intrinsecamente relacionados com modelos de masculinidade, marcadores geracionais e outras categorias de pertencimento tais como orientação sexual, identidade de gênero, raça, classe, entre outros. Portanto, serão bem-vindas contribuições que tenham como foco central de análise a intersecção entre masculinidades e práticas de cuidado; masculinidades, cuidado e emoções; masculinidades, curso de vida e cuidado; masculinidades e saúde; masculinidades, cuidado e interseccionalidade.