

# PARTICIPAÇÃO E INCLUSÃO DIGITAL NAS MARGENS: UMA ABORDAGEM EXPLORATÓRIA DAS PRÁTICAS CULTURAIS DE JOVENS AFRO-DESCENDENTES. O CASO DO RAP NEGRO.

---

**RICARDO CAMPOS**

CEMRI – CENTRO DE ESTUDOS DE MIGRAÇÕES E RELAÇÕES INTERCULTURAIS  
UNIVERSIDADE ABERTA

**JOSÉ ALBERTO SIMÕES**

CESNOVA – CENTRO DE ESTUDOS DE SOCIOLOGIA DA UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA  
FCSH – FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

## Resumo

As questões relativas à inclusão e participação digital foram, durante largos anos, entendidas basicamente na óptica do acesso às tecnologias. Actualmente, com a crescente democratização do acesso à internet, colocam-se novas interrogações relativas não apenas à disponibilidade das tecnologias, mas também, e principalmente, às suas desiguais apropriações. Como tal, distintos grupos sociais e geracionais são tidos como detendo diferentes competências, capitais e motivações que influem decisivamente na forma como empregam estes dispositivos. Neste artigo debatemos estas questões a partir de um estudo de caso exploratório que aborda as transformações do *rap negro* português induzidas pela sua crescente presença na internet. Este é um campo de produção cultural de natureza essencialmente amadora, fortemente associada a jovens descendentes de imigrantes africanos cuja condição os remete, em muitos casos, para situações de exclusão ou estigmatização social. Interessados em detectar formas menos visíveis e mais periféricas de utilização dos *media* digitais e em desafiar lugares-comuns, verificámos que nestes contextos podem existir formas criativas de desenvolvimento de competências, de ampla produção e disseminação de conteúdos através das plataformas digitais.

## Palavras-chave

*Media* Digitais; Inclusão e Participação Digital; Culturas Juvenis; *Rap*; Afro-descendentes; Margens.

## Introdução

A internet é um universo que oferece inúmeras possibilidades à expressão e comunicação dos mais jovens e das chamadas culturas juvenis. Não por acaso, o antropólogo Carlos Feixa apelida-a de *geração@* (Feixa, 1996) quando outros identificam os jovens como sendo *nativos digitais* (Tapscott, 1998; Prensky 2001). Não obstante o entusiasmo demonstrado pela apetência natural das gerações mais jovens pela tecnologia, vários

autores têm questionado este pressuposto ou, pelo menos, a excessiva simplificação em que incorre (Buckingham, 2001, 2006, 2007). Quando falamos de inclusão e participação digital no caso dos jovens interessa-nos, por isso, menos a questão do simples acesso aos meios mas, principalmente, a forma peculiar como os jovens e as culturas juvenis se apropriam destes recursos no seu quotidiano, integrando-os em processos mais latos de construção identitária, comunicação grupal, expressividade e *performance* cultural. E aqui, desde logo, podemos conceber, não apenas na forma, mas também no conteúdo, formatos muito distintos de participação digital.

Neste artigo, partimos do património dos estudos juvenis (sociologia e antropologia da juventude) para reflectir sobre o impacto que estas tecnologias podem ter em determinadas culturas juvenis, reavaliando esta questão à luz das correntes mais marcantes desta área de investigação. Para esta reflexão recorreremos a dados provenientes de entrevistas realizadas a jovens e a jovens adultos no âmbito do *Projecto Participação e Inclusão Digital*<sup>1</sup>. Propomos uma focalização num estudo de caso específico que nos permite reflectir sobre a forma como os *media* digitais são apropriados em contextos juvenis que vivem uma condição (auto ou hetero imposta) de alguma *marginalização*. Entendemos aqui marginalização como uma condição social que remete para uma vivência à margem dos padrões normativos dominantes. Isto pode aplicar-se não só às chamadas *subculturas juvenis* (Thornton, 1997, Gelder, 2007), mas também a grupos juvenis identificados como pertencendo a minorias de natureza étnica ou sexual, por exemplo.

Para a nossa discussão adoptámos como estudo de caso o *rap negro*, de natureza mais *underground*, produzido nas periferias de Lisboa. Entendemos por *rap negro* aquele que, de alguma forma, assume uma identidade social, política, ideológica ou estética, singular e que remete para uma certa ideia de *negritude*, para a construção de uma “comunidade imaginada” de afro-descendentes. Neste caso, o *rap* afirma-se como formato expressivo privilegiado para a afirmação de uma determinada identidade cultural. O caso mais paradigmático será, eventualmente, o do *rap* produzido em crioulo.

A partir da análise de entrevistas aprofundadas e do exame a diversos conteúdos *on-line* (*blogs*, *sites*, redes sociais), realizados no âmbito de projectos nossos já realizados, propomos novas linhas de entendimento dos processos de inclusão e participação digital que tenham em consideração estes contextos socioculturais mais residuais ou marginais. No fundo, argumentamos contra uma visão demasiado uniforme, unívoca, padronizada e, necessariamente, ideologicamente determinada daquilo que é a inclusão e participação digital, em favor de uma análise que privilegia as distintas (e por vezes menos evidentes) formas de participação na sociedade digital.

---

1 Todavia, apesar dos dados empíricos analisados resultarem deste projecto, as linhas de leitura e conclusões avançadas pelos autores são, empírica e teoricamente, reforçadas por outras pesquisas desenvolvidas pelos mesmos junto de membros das culturas hip-hop e graffiti (Simões, 2010; Simões, Nunes e Campos, 2005; Campos, 2010).

### Jovens, tecnologias digitais e circuitos culturais: da divisão à participação digital

As inúmeras discussões que têm emergido ao longo dos últimos anos em torno da relação entre os jovens e os *media* não podem ser separadas dos discursos que as acompanham: apologeticos nuns casos, catastrofistas noutros. Com efeito ora a tecnologia em geral e a internet em particular, são apresentadas como instrumentos de conhecimento e informação, evidenciando as suas potencialidades educativas e lúdicas; ora são apresentadas como fonte infundável de problemas: da dependência aos conteúdos nocivos, alienação e o isolamento. Para além da evidente simplificação em que incorrem, estas duas posições extremas tendem a considerar de forma determinística e linear a relação entre tecnologia e os efeitos decorrentes da sua adopção. Ignora-se, por isso, que a tecnologia não é meramente imposta do exterior, nem adoptada de forma mecânica e linear. Pelo contrário, a complexidade da relação entre *tecnologia* e *sociedade* exige um olhar atento à diversidade de contextos e situações que envolvem a sua utilização. Esta preocupação, no entanto, parece estar arredada de análises superficiais, que tendem a enfatizar apenas um lado da questão, ao qual associam determinadas consequências tidas como inevitáveis.

Este tipo de discursos encontra-se associado particularmente aos mais jovens enquanto população que, por um lado, se apresenta como vulnerável e indefesa perante os supostos efeitos nocivos da tecnologia, nomeadamente da internet (Buckingham, 2001, 2007; Lobe, Simões e Zaman, 2009), e, por outro lado, parece corporizar as esperanças depositadas em si enquanto “nativos digitais” (Prenzky, 2001; Tapscott, 1998), utilizadores proficientes de uma panóplia de “novos” dispositivos electrónicos e digitais. Mais uma vez, estas imagens simplificadas encaminham-se para um diagnóstico apressado e simplista que tende apenas a considerar uma parte dos argumentos possíveis, deixando de lado outras leituras igualmente plausíveis.

Os dados existentes sobre usos da população mais jovem revelam uma heterogeneidade de situações no que respeita tanto aos acessos como aos usos, associadas a contextos sociais distintos, que explicam em parte essa utilização e ajudam-nos a perceber por que é impossível considerar de forma idêntica e indiferenciada os “nativos digitais”. Com efeito, não só os utilizadores da internet estão longe de coincidir com a população de diferentes países como dentro de cada país as diferenças são evidentes. Os dados dos últimos estudos conhecidos sobre a realidade portuguesa, bem como sobre a dos restantes países europeus, são bastante esclarecedores a este respeito.

Considerando os resultados do projecto EU Kids Online<sup>2</sup>, onde se comparam dados de crianças e jovens (e dos seus pais) entre os nove e os 16 anos em 25 países europeus, podemos constatar que, em média, 86% da população mais jovem tem acesso à internet, sendo que estes valores oscilam entre os 55% na Itália (ou os 59% na Grécia) e os 98% no Reino Unido, Noruega, Finlândia e Suécia. Portugal apresenta um valor abaixo da média, na ordem dos 78% (Livingstone *et al.*, 2011). Mesmo estes valores, contudo, merecem ser olhados com cautela, pois não são alheios a diferenças internas a cada país. Razões culturais e socioeconómicas explicam estas diferenças, que tendem a assumir contornos

---

2 Cf. [www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net).

distintos em diferentes contextos. O facto de nos estarmos a referir a dados disponíveis (recolhidos durante a Primavera/Verão de 2010) é igualmente relevante, na medida em que o acesso à internet, porventura mais do que outros domínios, se encontra em constante alteração.

Disso mesmo nos dão conta estudos anteriores. De acordo com o Eurobarómetro de 2008, em média (EU 27), cerca de 75% das crianças e dos jovens europeus entre os seis e os 17 anos utilizavam a internet, valor superior ao apurado em 2005 (70%). Em 2008, Portugal situava-se abaixo da média da UE, com 68% (54% em 2005), mas a uma distância assinalável dos países cujo acesso era o mais baixo, como a Itália (45%), a Grécia ou o Chipre (ambos com 50%). Na verdade, sabe-se que grande parte do aumento se deve ao acesso cada vez mais precoce às tecnologias digitais. É entre os mais novos que se verificou o aumento mais significativo dos últimos anos. Este dado pode ser comprovado se observarmos que a idade em que o acesso atinge o seu ponto mais elevado decresceu (12-13 anos, em 2005, para 10-11 anos, em 2008)<sup>3</sup>.

Nos últimos anos temos assistido no país a iniciativas governamentais, consagradas através de políticas públicas e de variados tipos de apoios: do lançamento do programa operacional para a sociedade do conhecimento, em 2004, ao lançamento da Agência para a Sociedade do Conhecimento (UMIC), em 2005, passando pelo Plano Tecnológico<sup>4</sup> e as suas múltiplas medidas<sup>5</sup>, foram várias as estratégias seguidas pelo governo português para promover o acesso e a utilização da tecnologia<sup>6</sup>.

Contudo, se é verdade que estas várias medidas contribuíram para atenuar o “fosso digital” existente na sociedade portuguesa entre os mais desfavorecidos e a restante população, é igualmente verdade que não permanecem incólumes às críticas que lhe apontam o oportunismo político e, sobretudo, toda a retórica que circunda a sociedade de informação e do conhecimento, particularmente o carácter optimista atribuído à tecnologia e a ênfase depositada na sua *aquisição* (mais do que na sua utilização). Este facto explica, em grande medida, porque é que não sendo Portugal um dos países com maior percentagem de utilizadores de internet entre os nove e os 16 anos, seja, por contraste, o país onde o acesso através de computador portátil próprio se apresenta como o mais elevado (com 65%) dos países europeus estudados pelo projecto EU Kids *Online* (cf. Livingstone *et al.*, 2011).

3 Dois estudos portugueses, realizados pelo CIES-ISCTE, em 2006, e pelo CIES-ISCTE/Obercom, em 2008, revelam a mesma tendência para uma diminuição das idades à medida que a taxa de penetração da internet aumenta (cf. Cardoso *et al.* 2007 e Cardoso *et al.*, 2009).

4 Ver [http://www.planotecnologico.pt/document/Programa\\_EstabilidadeCrescimento.pdf](http://www.planotecnologico.pt/document/Programa_EstabilidadeCrescimento.pdf) (acedido a 20 de Maio de 2011)

5 Uma das acções do Plano foi o programa “Ligar Portugal”, implementado em 2006, centrado na necessidade de estimular o interesse dos cidadãos sobre a relevância das tecnologias de informação e comunicação. Ver <http://www.ligarportugal.pt/> (acedido a 20 de Maio de 2011). Outra medida relevante foi o acesso a computadores e banda larga através das escolas e, principalmente, os programas direccionados para estudantes, professores, jovens adultos e adultos envolvidos no programa “Novas Oportunidades”. Ver <http://www.pte.gov.pt/pte/PT/index.htm> (acedido a 20 de Abril de 2011).

6 Entre estas medidas destaca-se a generalização de pontos de acesso gratuitos através de locais públicos, tais como bibliotecas públicas, centros comunitários, centros de juventude, organizações não governamentais e misericórdias, e a criação, em 2006, dos Espaços Internet por todo o país. Ver <http://www.rededeespacosinternet.pt> (acedido a 20 de Maio de 2011). Ver artigo de Cristina Ponte, neste número da *Média & Jornalismo*.

A questão do simples *acesso*, problema central das primeiras abordagens sobre o problema do “fosso digital” entre populações (van Dijk, 2006), tem sido substituída pelo problema mais amplo dos *usos*, recorrendo-se acerca daquilo que cada um faz com as tecnologias que tem ao seu dispor. Com efeito, a complexidade dos usos da internet não pode ser completamente apreendida por uma discussão centrada simplesmente em torno de quem “tem” ou “não tem” acesso à tecnologia (Hargittai, 2008). Neste sentido, o problema das “desigualdades sociais”, que fundamentou grande parte dos argumentos à volta desta questão, não deve ser reduzido apenas a factores económicos, mas deve contemplar igualmente outros recursos (da educação à etnia) e a relação complexa que estes podem manter entre si. É por esta razão que assistimos nos últimos anos a um recenrar da problematização em torno desta questão, que revela uma preocupação crescente com as “desigualdades digitais” (DiMaggio et al, 2004; Hargittai, 2008) e menos com a “divisão digital” decorrente da posse de recursos materiais.

Estas desigualdades remetem para distintas competências, motivações e apropriações dos *media* digitais que, em última análise, se podem traduzir em variações de “capital tecnológico”. Neste sentido, a questão da “inclusão digital” emerge como um tópico não apenas de natureza científica, mas igualmente política (e ideológica), que remete para a forma como as desigualdades de partida (distintos capitais sociais, económicos, culturais, etc.) podem determinar usos mais ou menos competentes ou profícuos dos *media* digitais. Esta é uma questão que se aplica igualmente aos jovens apesar de, como vimos, estes corresponderem à categoria sócio-etária mais conectada à internet. Como referem Livingstone e Helsper (2007) a propósito das populações mais jovens, os usos da internet são marcados por diferentes formas de “inclusão digital” que traduzem uma “escada de oportunidades” que se vai trepando ao longo do tempo. Com efeito, as diferenças etárias em termos de competências e utilizações da internet revelam-se cruciais dado que, com a idade, os usos parecem diversificar-se, implicando diferentes “oportunidades” mas também maiores “riscos” (Livingstone, 2009).

Uma forma particular de olharmos para as competências tecnológicas e os usos digitais dos mais jovens é considerando a utilização que estes fazem da tecnologia com fins específicos. Tal permite afastar-nos de abordagens genéricas sobre usos e “literacia digital” e orientar as nossas preocupações para o modo como a internet pode ser utilizada enquanto recurso na produção e consumo em torno de determinados interesses culturais (num sentido amplo do termo). Assim sendo, para além do problema geral da “inclusão digital”, importa discutir igualmente diferentes vias de *participação*. Se no primeiro caso são sobretudo os problemas de desigualdades sociais que estão em causa, enfatizando-se a heterogeneidade de recursos (culturais, económicos, etc.) e a assimetria na sua distribuição, no segundo caso é o problema da *diferenciação cultural* que pode ser considerado. A questão da participação digital torna-se, no caso dos jovens, um tópico de crucial importância, na medida em que não se fazendo a distinção mais em termos do *acesso*<sup>7</sup>, é

---

7 Apesar da democratização evidente, não devemos descartar a questão das desigualdades de acesso às tecnologias digitais e à internet, pois em certos contextos continua a fazer sentido falar de diferenças de oportunidade no acesso, sendo igualmente de considerar diferenças relativas à qualidade, quantidade e funcionalidade dos mesmos.

na forma como estes *participam* que se destacam perfis singulares de emprego dos *media* digitais. E aqui o que nos interessa é entender de que modo determinados grupos juvenis e indivíduos distintos utilizam diferentes recursos tecnológicos para produzirem conteúdos digitais, para expressarem os seus interesses, actividades e práticas.

Diferentes estudos têm revelado não só um aumento da produção de conteúdos digitais por parte dos utilizadores<sup>8</sup> (OCDE, 2007) mas também que os jovens são os mais empenhados nesta intensa actividade criativa (Lenhart *et al.*, 2007; Hargittai e Walejko, 2008). Parecem existir indícios de que, no caso dos jovens, a participação digital é diferenciada em função de factores que remetem não apenas para a classe social, mas igualmente para a origem étnica ou o género (Hargittai, 2010; Hargittai e Hinnant, 2008). Independentemente destas desigualdades de partida, existem evidências de que a participação digital está fortemente associada a formas de produção cultural *offline*, sendo que as plataformas *online* corresponderão quer a ferramentas de criação, quer a utensílios de comunicação e difusão de conteúdos. Ou seja, os jovens *produtores culturais*<sup>9</sup> terão, em princípio, maior apetência para empregarem a internet de forma participativa.

Tendo o seu epicentro na internet, muitos destes circuitos associados às culturas juvenis constituem-se como modo de expressão e divulgação de diferentes formas de produção e consumo cultural em torno de interesses e práticas partilhadas. Incluem diferentes equipamentos digitais cujas produções se encaminham para conteúdos criados *online* com uma circulação simultaneamente restrita (procurada por alguns) e alargada (acessível a todos); o que inclui a divulgação de determinados eventos, acontecimentos, performances, artefactos ou produtos associados aos universos culturais em questão. A interdependência entre os circuitos digitais e os universos «reais» que tomam como referência constitui uma dimensão essencial dos mesmos e um motivo do seu próprio apelo para os jovens.

Dado o seu carácter restrito e minoritário, muitas destas práticas culturais juvenis adquirem uma feição não só alternativa mas igualmente contestatária, associada a resistência simbólica com implicações se não políticas pelo menos de claro protesto ou descontentamento.

De um modo mais específico, a produção cultural pode transformar-se em participação política na medida em que pode implicar intervenção pública, revestida de contornos contestatários com uma mobilização social determinada. Para tal, é necessário distanciarmos-nos de uma interpretação de participação que se esgota na esfera política tradicional, ignorando o papel de certas manifestações culturais que claramente extravasam este âmbito, revelando o seu carácter contra-hegemónico. É por isso mesmo que podemos afirmar, com vários autores, que à aparente apatia política e cívica que supostamente caracterizaria a juventude contemporânea, devemos contrapor as formas de participação

---

8 Aquilo que é conhecido por *User Created Content* e que pode incluir a produção de textos (ficção e poesia), fotografias e vídeos, música, etc., posteriormente disponibilizados em plataformas *online* como blogues, wikis, sites, redes sociais, etc.

9 Incluímos aqui jovens que, individualmente ou em grupo, se empenham na realização regular de uma qualquer actividade criativa. Dada a importância do universo musical nesta fase de vida, não é de estranhar que a maioria destes produtores culturais se envolva em actividades de música e dança, mas poderíamos acrescentar aqueles que fazem, por exemplo, graffiti, street art, pintura ou ilustração, fotografia, vídeo, teatro, escrita, etc.

pública não convencionais, através de canais não instituídos ou habitualmente ligados à actividade política tradicional, mas que incluem formas de participação própria e alternativa, adoptando canais não tradicionais (Dahlgren, 2007; Loader, 2007). Neste contexto, meios tecnológicos digitais, como a internet, funcionam como veículos de expressão de diferentes causas e problemas relevantes (não necessariamente coincidentes com a agenda política dos partidos ou das organizações políticas existentes) e, ao mesmo tempo, enquanto formas de agregação de interesses e vontades semelhantes, através da partilha de assuntos relevantes (Loader, 2007).

A questão a colocar é, por isso, a seguinte: de que modos, através de que práticas, produtos e circuitos culturais específicos, a juventude (urbana) expressa a sua alternativa simbólica e cultural, com propósitos não só de marcação identitária mas igualmente, em certas circunstâncias, de contestação? Como referimos, o carácter alternativo de várias destas práticas e discursos confere-lhes um potencial subversivo, contestatário ou, pelo menos, não absolutamente conforme aos valores dominantes. A participação juvenil assume, deste modo, um significado não apenas simbólico e cultural mas igualmente político e cívico. Inclui, por isso, tanto a produção cultural (produtos, práticas), as manifestações performativas e expressivas (circuitos) e as respectivas justificações que as acompanham (representações, ideologias).

### **O rap negro como estudo de caso**

O caso que iremos tratar, as produções culturais de jovens imigrantes ou descendentes de imigrantes, remete-nos para origens socioeconómicas determinadas e também para contextos sócio-espaciais particulares, que marcam não só os recursos disponíveis mas igualmente o sentido das suas prioridades e interesses. Deste modo, devemos admitir que as práticas observadas nestes lugares surgem marcadas pelos contextos onde emergem e pelas características sociais, culturais e étnicas das populações estudadas. Na verdade, atendendo a pesquisas anteriores (Simões, Nunes e Campos, 2005; Simões, 2010), somos levados a antecipar uma intensa ligação à “vida de bairro” e a práticas com forte implantação local. Tal não significa, contudo, que as práticas decorrentes de tais contextos sejam impermeáveis a influências remotas, provenientes dos *media*, do consumo e de toda uma cultura globalizada, como pudemos constatar em estudos que realizámos sobre a apropriação e produção de várias expressões da cultura hip-hop em Portugal (Grácio et al., 2004; Simões, 2006, 2010; Campos, 2010). A adaptação local, moldando os produtos globais aos interesses e práticas locais, num exercício de permanente *localização*, constitui o traço dominante deste processo, mediante a qual se reconfiguram contextualmente recursos culturais disponíveis globalmente.

Por outro lado, a origem étnica destes grupos juvenis remete-nos para um espaço migratório transnacional, onde convergem influências da “cultura de origem” (ligada à primeira geração de imigrantes) com a “cultura autóctone” (Machado, 1994; Rosales *et al.*, 2009). O espaço simbólico de referência, nestes casos, é transcultural, marcado por fluxos culturais variados e por referências híbridas e miscigenadas, que se misturam com produtos e referências que circulam à escala global. Não podemos, no entanto, cair na visão ingénu

de olhar para estes universos como sendo homogéneos, como por vezes acontece, na medida em que estamos perante jovens com origens étnicas diferenciadas, com histórias de vida diversificadas e participando em redes sociais distintas que, em muitos casos, estão fortemente vinculadas aos bairros onde residem.

A internet e as tecnologias digitais em geral apresentam-se, neste contexto, como formas de acesso e de partilha de um conjunto de recursos simbólicos locais, intervindo, ao mesmo tempo, tanto como utensílios que se imiscuem nas práticas e produtos criados como contribuindo para a sua divulgação através de variados sistemas de partilha e difusão, alimentando circuitos simultaneamente locais e globais, próximos e remotos, cuja interpenetração é evidente através de diversas plataformas *online* (do *Youtube* ao *Facebook*). O envolvimento dos jovens na criação destes circuitos e produtos apoiados em utensílios tecnológicos diversos traduz não só uma forma específica de produção cultural mas também de participação digital, onde os jovens se apresentam simultaneamente como protagonistas e destinatários primordiais.

A chamada cultura hip-hop<sup>10</sup>, e o *rap* em particular, apresenta-se como um universo multifacetado, produzido e consumido em contextos muito diversificados (Simões, Nunes e Campos, 2005; Simões, 2010). Esta multiplicidade decorre não apenas da condição sociocultural (remetendo para pertenças de classe, de género, etnia, etc.) de quem produz e consome o *rap* mas também dos formatos criativos fabricados que se podem enquadrar em diferentes subuniversos de produção e consumo cultural. Assim, à diversificação dos géneros de rap, que podem ser identificados de forma simplificada em duas grandes categorias - o *rap underground* ou *politizado* e o *rap* mais *mainstream* e comercial -, teríamos de considerar o contexto de produção, com os seus meios de produção e divulgação musical que afectam, obviamente, a forma como os produtos musicais são consumidos.

O *rap* em Portugal, desde as suas origens, e apesar da sua grande circulação em determinados contextos juvenis e do sucesso comercial de alguns artistas, sempre se manteve predominantemente como um produto cultural de natureza amadora ou semi-amadora (Simões, 2010). Há, por isso, uma tradição associada ao *rap* amador, *underground*, particularmente produzido nos bairros periféricos das grandes cidades<sup>11</sup> e dirigido a uma rede de consumo algo restrita, utilizando recursos relativamente reduzidos para a produção e difusão musical.

Neste contexto, é de destacar o *rap negro*, denominação que pretende ressaltar a na-

---

10 Aquilo a que se convencionou chamar cultura hip-hop integra três vertentes expressivas, que agregam quatro actividades principais: o *graffiti* (ou vertente visual) – pinturas realizadas pelos *writers* ou pintores de graffiti, recorrendo predominantemente à técnica do aerossol –; o *rap* (ou vertente musical) – que inclui o *mcing* (actividade a cargo do MC, Mestre-de-Cerimónias, *rapper* ou cantor rap) e o *djing* (actividade realizada pelo DJ, Disk Jockey ou quem manipula os discos e produz a sonoridade típica do rap) –; e, finalmente, o *breakdance* (ou vertente gestual) – que corresponde a um estilo acrobático de dança cujos praticantes se designam usualmente *b-boys/b-girls*.

11 O *rap* amador não é apenas produzido nos bairros periféricos, embora este possa ser um dos seus expoentes. Há, porém, uma tradição do *rap negro*, que existe pelo menos desde a década de 90, quando o hip-hop emergiu com alguma relevância em termos de produção e visibilidade pública, remetendo-nos para estes contextos urbanos de estigmatização social, económica e étnica. De alguma forma, estes redutos étnicos recriam os contextos originais em que esta cultura urbana eclodiu, apropriando-se do *rap* como um emblema identitário de uma juventude marginalizada.



tureza marcadamente étnica mas, igualmente, classista, de um produto cultural que é criado e consumido num circuito particular. O *rap negro* é, portanto, uma forma expressiva produzida geralmente por jovens descendentes de imigrantes de origem africana (a também chamada *segunda geração*) e que, em grande parte dos casos, cumpre uma função identitária e ideológica clara, marcando uma agenda política particular centrada nas questões da estigmatização, da discriminação étnica e de classe<sup>12</sup>. Daí que seja tantas vezes apelidado de *rap político* (De Juan, 2008; Simões, Nunes e Campos, 2005; Grácio *et al*, 2004.). Este é, como é óbvio, um produto que raramente alcança os grandes meios de divulgação, sendo geralmente ignorado pelas indústrias musicais e os *media*. Não é, pois, de estranhar que se tenham desenvolvido estratégias particulares de comunicação, de circulação e de consumo de bens musicais que asseguraram a permanência e consistência deste universo cultural. Os concertos de bairro, o *beatbox* nas ruas, o consumo de *mixtapes* em cassete e mais tarde em CDRom, têm sido elementos constituintes deste circuito.

O aparecimento e expansão da internet e das tecnologias digitais parecem ter introduzido mudanças nesta realidade (Simões, 2010). No fundo, estes recursos foram apropriados por determinadas culturas juvenis, por um lado, adaptando-as a práticas e hábitos estabelecidos e, por outro, reinventando formas de acção, representação e comunicação. Isto é tanto mais importante quanto nos referimos a culturas juvenis ou contextos sociais de natureza mais periférica, minoritária, subalterna ou subterrânea, cujos membros estão, de forma mais ou menos evidente, afastados dos canais mais relevantes de comunicação, possuindo pouco espaço para se expressarem na esfera pública. As chamadas *subculturas juvenis*<sup>13</sup> movem-se, geralmente, em universos contidos, resguardados dos olhares externos, o que não invalida que sejam, frequentemente, o alvo dos olhares curiosos dos *media* e das autoridades ou poderes públicos. Logo, sobre estas recaem, tantas vezes, discursos externos que servem à constituição de representações sobre as mesmas. Em contrapartida, são escassas as possibilidades que estas detêm para marcarem a sua própria agenda mediática ou para se expressarem na esfera pública, particularmente nos casos onde o estigma ou a natureza marginal das suas práticas geram alguma *invisibilidade*.

## Do Myspace ao Youtube

Os novos *media* parecem oferecer a muitos jovens maior capacidade para exercitarem a autonomia individual, para produzirem e divulgarem conteúdos, para solidificarem redes sociais, para estabelecerem uma agenda própria e arquitectarem identidades colectivas. Resta saber como em certos contextos juvenis, marcados por alguma invisibilidade, periferização ou estigma, estes recursos são utilizados pelos jovens. Em que medida é que as tecnologias digitais e, particularmente a internet, são incorporadas em práticas culturais

---

12 Ver para este efeito Simões, Nunes e Campos (2005), Raposo (2010), Simões (2010), De Juan (2008).

13 Neste caso adoptamos a definição proposta por Thornton, para quem as subculturas “[...] são grupos de pessoas que têm algo em comum umas com as outras (i. e. elas partilham um problema, um interesse, uma prática) que as distingue de um modo significativo dos membros de outros grupos sociais (Thornton, 1997: 1)”.

estabelecidas ou de que forma contribuem para as alterar são, por isso, questões que importa tratar. O contexto do *rap negro* é especialmente pertinente por duas razões. Por um lado, porque estamos a falar de um produto de natureza amadora, sem grandes canais de distribuição, assente sobretudo nas redes sociais estabelecidas inter e intra-bairros, sendo geralmente ignorado pelo resto da população. Por outro lado, porque estamos a falar de um campo de produção cultural marcadamente etnicizado, caracterizado ainda por uma condição de classe que remete estes indivíduos para as franjas da exclusão social. Tal condição objectiva-se (e reforça-se) numa cartografia habitacional marcada pela periferização geográfica, pela falta de condições de habitabilidade e, frequentemente, pela evidente etnicização dos bairros. Não por acaso, o termo *gueto* surge como um dos qualificativos simbolicamente mais marcantes para estes jovens retratarem a vida nos bairros sociais, clandestinos e auto-construídos<sup>14</sup> da Grande Lisboa onde vivem.

Importa ter em consideração duas questões quando abordamos a internet. Em primeiro lugar, falar de internet, no geral, pode ser equívoco, na medida em que estamos perante uma grande diversidade de ferramentas cumprindo funções muito diversificadas. O *e-mail*, as salas de *chat*, os jogos *online*, o *Second Life*, as redes sociais, o *Youtube*, etc., representam diferentes redutos presentes neste extenso universo *online*. Em segundo lugar, a internet não pode apenas ser entendida como entidade isolada, pois está fortemente vinculada a uma série de extensões tecnológicas que servem à produção de variados conteúdos digitais. Compreender a forma como esta realidade *online* interage com determinadas facetas da realidade *offline* dos jovens exige um exame da forma como estes múltiplos utensílios são empregues, qual o seu papel simbólico e funcional.

Bennett (2004: 168) sugere que a internet “abre possibilidades criativas para os jovens que vão significativamente além daquelas associadas aos *media* mais convencionais”. Tendemos a concordar. As tecnologias digitais, dada a sua relativa acessibilidade e facilidade de utilização são, actualmente, recursos que potenciam a criação cultural e a criatividade dos jovens. O facto de o computador e a internet servirem como plataformas para o arquivo, tratamento e disseminação destes bens parece ser um factor motivador para quem produz de forma amadora. Fazer música, fotografia ou vídeo é, hoje, muito mais fácil, não apenas pela acessibilidade das tecnologias (maior disseminação e preços acessíveis), mas pela facilidade da sua integração numa rede que funciona sob uma linguagem comum, a digital.

No contexto do rap, os computadores tornam-se utensílios auxiliares que cumprem diversas funções nas etapas de produção musical, na medida em que permitem produzir e registar a música, criar ficheiros áudio e capas de CD, gravar CDs, divulgar as produções musicais, anunciar concertos, fazer circular sons e imagens, etc. As aprendizagens digitais são, regra geral, informais, resultando de uma socialização em que as tecnologias e os

---

<sup>14</sup> Grande parte dos bairros clandestinos e auto-construídos da Grande Lisboa, muitos deles conhecidos como bairros de barracas, foram desaparecendo ao longo das últimas décadas, tendo sido substituídos por bairros de habitação social. Todavia, ainda permanecem alguns bairros clandestinos na sua maioria de imigrantes africanos e que, nalguns casos, possuem poucas condições de habitabilidade. Os bairros de Santa Filomena ou Cova da Moura (ambos na Amadora), onde foram entrevistados alguns dos *rappers* constituem um bom exemplo disso.

seus modos de utilização são partilhados entre pares. É entre amigos que, tal como se aprende a fazer *beat box*, *beats* ou letras, também se divulgam os diferentes tipos de *software* de tratamento de som e de imagem ou as plataformas digitais mais interessantes para consumo e divulgação musical. Encontramos, igualmente, processos de natureza colectiva e solidária, onde as desiguais apetências e saberes técnicos dos indivíduos são geridos em prol de uma produção de grupo<sup>15</sup>. Há, pois, competências e literacias digitais que se adquirem nestes ambientes e que escapam ao desenho convencional dos processos de educação/formação digital, correndo o risco de serem ignoradas quando abordamos a questão da inclusão digital de um ponto de vista demasiado restritivo.

Actualmente o universo *online* faz parte da vida destes jovens<sup>16</sup>. Exemplo disso é o impacto que os *weblogs*, *photologs* e, principalmente, as redes sociais como o *Myspace*, *Hi5* ou *Facebook* têm tido, actuando como nódulos de uma extensa cadeia de comunicação. Estes são expedientes que permitem aos jovens estabelecer a sua agenda, divulgar informações e conteúdos diversificados. No caso do *rap* negro isto não é excepção. Para o *rapper* *Kromo di gueto*, que entrevistámos, “a net é um *must*, é obrigatório”, acrescentando “sem *site*, sem página quem é que te vai conhecer?”. Esta frase expressa o que é mais significativo para os produtores culturais quando usam a internet: o facto de esta servir como uma plataforma praticamente ilimitada à divulgação do artista e das suas produções. Estamos, agora, a falar de uma exposição que se estende muito para além dos limites territorialmente circunscritos dos bairros, na medida em que se formam redes de carácter translocal e transnacional de produção e consumo musical:

*[Com o aparecimento do MySpace] há muita diferença porque depois de meteres o vídeo no YouTube e no MySpace também, são consultas mesmo... são consultas boas mesmo. A diferença antes e depois... por exemplo, porque antes eu divulgava através do CD. Se queria divulgar para a Holanda, Cabo Verde, Luxemburgo só se eu tivesse lá alguém conhecido, mandava pelo correio, que era para depois dizer: “, yah, espalhem lá pelo pessoal”. Com a internet não há essa barreira, estás a perceber?, chega a qualquer lado do mundo, seja na França, seja no Japão.*

(Entrevista a Jackson)

A exposição pública é, assim, factor fulcral para o reconhecimento e para a aquisição de estatuto no meio e o uso da internet não se faz ao acaso e pode ser tomado, inclusive, como a expressão de uma condição ou ambição neste campo cultural, como nos diz Djoek:

---

15 Isto ficou patente nas entrevistas, onde vários jovens salientaram o facto de os vídeos serem produzidos (filmados, montados) por amigos ou de os blogues serem geridos ou alimentados por amigos com mais experiência nesta matéria.

16 Isto apesar de, dada a condição socioeconómica destes jovens, alguns não disporem de computador com acesso à internet em casa. Todavia, a presença local de centros de inclusão digital (do projecto Escolhas, por exemplo) e os recentes programas de distribuição de computadores nas escolas parecem ter contribuído para limitar a exclusão digital nestes bairros, nestas faixas etárias.

*Quando um jovem entra para produzir música e no circuito da internet percebe-se mesmo qual a intenção. Expandir e ser conhecido pelas pessoas cada vez mais.*

(Entrevista a Djoek)

Identificamos um uso estratégico da internet pois, como afirmava Kromo di Gueto, não é indiferente escolher MySpace ou Facebook para colocar informações, dados pessoais ou as produções musicais. As diferentes ferramentas apresentam funcionalidades diferenciadas e destinam-se a públicos distintos, que se podem sobrepor. Conhecer a realidade do universo *online* e o uso de diferentes aplicativos pode, pois, ser uma mais-valia importante para a disseminação do trabalho e, principalmente, para atingir os públicos desejados. As redes sociais cumprem então funções diversificadas. Para além de servirem como espaço público de divulgação dos trabalhos (música), funcionam como espaço de troca informação permanente, permitindo aos jovens manterem-se a par dos acontecimentos mais relevantes no meio, deste modo fortalecendo um sentido de comunidade. Igualmente importante é o facto de estas plataformas incentivarem *processos auto-reflexivos*, na medida em que os artistas recebem comentários ao seu trabalho, tendo a possibilidade de ter acesso a indicadores sobre o nível de *sucesso* do mesmo (medido pelo número de visitas ou pela quantidade de *downloads* de uma música). Deste modo, podem aferir, em permanência, o impacto que uma determinada produção cultural obteve, delineando estratégias de produção e de promoção a partir destes elementos.

No entanto, a omnipresença das tecnologias digitais e da internet é tal que, em certas circunstâncias, a mobilidade de bens musicais e audiovisuais e a gestão da informação ocorrem à margem daquilo que pode ser a estratégia de visibilidade pública delineada pelos produtores musicais. De certa forma, a disseminação de informação e de bens culturais (visuais, audiovisuais, sonoros) escapa ao controlo dos produtores, na medida em que as tecnologias e *media* digitais potenciam uma situação onde o consumidor é, igualmente, alguém que alimenta as redes de informação, criando-se uma situação de multiplicação exponencial dos bens e informações em trânsito<sup>17</sup>:

*O pessoal produz e circula aí entre os Mp3 através dos bluetooth. O pessoal sai passando de Mp3 para Mp3 e sempre tem aquele atrevido que vai e coloca no Youtube. Em dois dias se o som for bom ele se propaga. Depois tem sempre um que não pergunta e coloca no Youtube. Mas é sempre bom porque é divulgação. Temos sempre que ouvir coisas novas. As coisas novas é que sempre evoluem.*

(Entrevista a Machine)

---

<sup>17</sup> Esta é uma situação potenciada pelas características da internet, na medida em que permite que os indivíduos se apropriem dos bens digitais (músicas, filmes, fotografias, documentos textuais, etc.), os reproduzam, coloquem em circulação e usem com diferentes propósitos. Daí as questões recorrentemente debatidas acerca da "pirataria digital" que afectam os direitos de autor dos produtores e indústrias culturais.

Daí que o consumo obedeça, igualmente, a uma lógica de alguma imprevisibilidade. A quantidade de informações e bens musicais (e audiovisuais) em circulação e disponíveis *online* é muito significativa e está sempre em renovação, tornando possível a descoberta de novos artistas ou de produções recentes, a partir das redes de informação. As redes sociais virtuais (Facebook, Hi5, MySpace, etc.) revelam-se de importância crucial, dada a adesão generalizada dos jovens a estas plataformas. Estes dispositivos cumprem funções diversificadas, mas que no caso do *rap* permitem uma fácil e rápida propagação de informações acerca de eventos e produtos musicais, possibilitando a criação de novos vínculos entre produtores e consumidores, como se entende pelas palavras de Jackson:

*Primeiro fizemos uma mixtape, tinha 4 faixas e eu vi que gravar e vender ou oferecer não era um meio suficiente para divulgação, estás a perceber? Vi que no MySpace metias uma música hoje, amanhã já tinhas 20 pessoas que tinham ouvido. É a mesma coisa quase que teres oferecido 20 CDs, estás a perceber? (...) Depois fui metendo, fui metendo músicas e cada dia que passa sabes como é que é, é uma consulta mesmo benéfica. Se for de um grupo que é conhecido cá da área de Lisboa tem várias consultas por dia, se fores fazer as contas num mês é quase uma caixa de CDs de 1.000, estás a ver?*

(Entrevista a Jackson)

Outro dispositivo que merece ser destacado é o Youtube que tem servido como veículo privilegiado de comunicação, ao possibilitar o carregamento e consumo de conteúdos audiovisuais diversos. Afirma-se como uma espécie de canal audiovisual alternativo e democrático, aberto à participação de todos e que, deste modo, escapa à lógica dos *media* audiovisuais tradicionais<sup>18</sup>. Sabemos até que ponto a produção musical está associada à produção audiovisual. Os *videoclips* têm servido como produtos culturais que servem à fabricação de encenações visuais tendo por intuito a divulgação musical através dos *media* audiovisuais. A televisão foi sendo, ao longo de décadas, veículo privilegiado para a exibição dos *videoclips*, existindo inclusive canais que se dedicam quase por inteiro a este género audiovisual (o caso da MTV talvez seja o mais paradigmático). Ora, actualmente, as tecnologias digitais existentes facultam as condições para a criação de um espaço de produção audiovisual de natureza amadora. Esta é, por isso, uma via não descurável para quem produz música:

*Montei o meu primeiro vídeo no Movie Maker. A música foi feita no dia e o instrumental foi feito na hora e depois meti-me a filmar, coloquei umas fotos e misturei tudo. Mostrei ao pessoal e os meus amigos disseram logo 'yeah, vamos colocar no Youtube' e a partir daí já foi aquela conexão. Meti no Youtube, no MySpace, criei um para mim e coloquei outras músicas e fotos minhas.*

(Entrevista a Machine)

---

18 Ver Burgess e Green (2009), para uma discussão geral acerca das funções do Youtube, principalmente o seu potencial no desenvolvimento de uma cultura participativa.

O Youtube permite a fabricação de um espaço imagético (e de um imaginário) composto a partir de complexas redes de produtores e espectadores. E, mais uma vez, ao expandir as possibilidades de divulgação permite um acesso muito mais facilitado àquilo que é produzido em distintos contextos:

*Vemos vídeos no Youtube do que o pessoal está a produzir aqui em Portugal. Vídeos em francês, inglês, norte-americano, belgas. Vou procurar os vídeos que não vemos na MTV, cenas da rua.*

(Entrevista a Machine)

O que estas entrevistas revelaram é que os últimos anos são marcados por alterações profundas na forma como o *rap* negro (*underground* e político) começou a ser produzido e disseminado. Torna-se evidente que o aparecimento de certas plataformas digitais incentivou a mudança de práticas sociais tendo, inclusive, servido como catalisador cultural, incentivando o aparecimento de novos produtores, de novos produtos musicais e de novos públicos. Actualmente, esta música amadora já não circula exclusivamente de mão em mão, através de cassetes ou CDs com *mixtapes*. Reduzem-se custos de produção e de reprodução inerentes a este processo. Os concertos já não funcionam como único espaço de congregação dos adeptos e produtores deste género musical. A internet e as tecnologias digitais (*hardware* e *software*), operando numa cadeia que integra produção-disseminação-divulgação-consumo, alteram por completo quer os ritmos quer os canais de circulação dos bens musicais.

## Conclusão

Partindo de entrevistas realizadas a *rappers* vivendo em bairros periféricos da Grande Lisboa procurámos avançar com uma análise exploratória a um contexto muito circunscrito onde se pode atestar a pertinência e variabilidade de aplicação dos próprios conceitos de *inclusão* e *participação* digital. Vimos que as perspectivas científicas sobre esta matéria têm vindo a divergir das preocupações iniciais, marcadas pelas desigualdades de acesso. Actualmente, dada a enorme expansão digital que se traduziu numa acentuada democratização de acesso, importa ter em atenção formas distintas (e eventualmente mais subtis) de utilização dos *media* digitais que poderão reproduzir, igualmente, uma série de desigualdades sociais.

No caso dos jovens, mais do que a questão das *desigualdades*, importa ter em atenção a natureza *distintiva* do uso das ferramentas. Ou seja, e seguindo aquilo que tem sido a leitura dominante dos estudos juvenis, a nossa preocupação foi a de reflectir sobre como as tecnologias digitais e a internet podem ser estrategicamente utilizadas pelas diferentes culturas juvenis, de modo a constituírem uma plataforma para expressão cultural e distinção simbólica. Nesta óptica, o binómio *inclusão/exclusão digital* perde algum do seu sentido e da sua força conceptual enquanto quadro explicativo. Isto porque a existência de recursos tecnológicos pobres ou a carência de determinados capitais (culturais, edu-

cacionais, económicos, etc.) não impedem que os jovens usem de forma criativa, hábil e estratégica as matérias-primas do quotidiano, de modo a vincar identidades e a reforçar solidariedades grupais. O caso em estudo é, por isso, extremamente interessante, pois estamos a falar de uma população caracterizada por uma acumulação de atributos tendencialmente estigmatizantes (pertença étnica, classe social, periferização e guetização residencial, etc.) que a relegam para uma condição de exclusão<sup>19</sup>. Ora o que é facto é que, apesar das condições socioeconómicas e culturais aparentemente desvantajosas, os jovens *rappers* conseguem tirar partido dos *media* digitais, utilizando de forma estratégica estas ferramentas de modo a superarem os constrangimentos decorrentes do facto de produzirem música amadora, num contexto de pouca visibilidade.

Estes dados levam-nos a considerar que, definitivamente, a internet é um recurso de *empowerment* para determinadas populações privadas do acesso aos meios mais convencionais de comunicação e de expressão cultural na esfera pública. Por outro lado, obrigam-nos a reequacionar uma assumpção algo simplista de inclusão digital que tem em consideração, em exclusivo ou de forma dominante, o factor *acesso*. Neste caso, vemos como jovens, alguns com baixa escolarização e de baixa condição social, fazem um uso criativo e solidário destas ferramentas, sendo agentes extremamente activos na produção individual e colectiva de conteúdos digitais.

#### REFERÊNCIAS:

- BUCKINGHAM, D. (2000), *After the death of childhood. Growing up in the age of electronic media*. Cambridge: Polity.
- BUCKINGHAM, D. (2006), "Is there a digital generation?" in D. Buckingham & R. Willett (Eds.), *Digital Generations*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- BUCKINGHAM, D. 2007. *Beyond Technology: Children's learning in the age of digital culture*. Cambridge: Polity.
- BURGESS, Jean e Green, Joshua (2009), *YouTube. Online video and participatory culture*. Cambridge: Polity.
- CAMPOS, Ricardo (2010), *Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica ao graffiti urbano*. Lisboa: Fim de Século
- CARDOSO, G., Espanha, R. e Lapa, T. (2007), *E-Generation: Os usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: CIESISCTE/Fundação Portugal Telecom.
- CARDOSO, G., Espanha, R. e Lapa, T. e Araújo, V. (2009), *E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: CIESISCTE/Obercom/Fundação Portugal Telecom.
- DE Juan, Edurne (2008), "Prácticas Creativas y de Intervención: el rap político en la Cova da Moura, Lisboa", *Fórum Sociológico*, dossiê Brighenti, A. e Campos, R. (org.) "Explorando os interstícios urbanos", nº18.
- DIMAGGIO, P. et al. (2004), *Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use*, in Kathryn Neckerman (ed.), *Social Inequality*. New York: Russell Sage Foundation. 355-400.

---

19 A condição de exclusão e a consequente estigmatização social são assumidos como traços de identidade por parte destes jovens, que se representam para o exterior (nomeadamente através do rap) como jovens pertencendo a uma minoria étnica vivendo no gueto.

- EUROBAROMETER (2006), *Safer internet, Special Eurobarometer 250/ Wave 64.4*. Brussels [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/sip/docs/eurobarometer/eurobarometer\\_2005\\_25\\_ms.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/docs/eurobarometer/eurobarometer_2005_25_ms.pdf)
- EUROBAROMETER (2008), *Towards a Safer Use of the internet for Children in the EU: A Parents' Perspective*. Luxembourg, European Commission.
- FORMAN, Murray (2002), *The 'hood comes first. Race, space and place in rap and hip-hop*. Middletown (Connecticut): Wesleyan University Press.
- GRÁCIO, Sérgio *et al.* (2004), *Subculturas juvenis urbanas: ideologia, performatividade e consumo cultural. O caso do movimento hip hop*. Relatório, Projecto financiado pelo Programa POCTI, FCSH/UNL, policopiado.
- GELDER, Ken (2007), *Subcultures. Cultural histories and social practice*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- HARGITTAI, E. (2010), "Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the 'Net Generation'". *Sociological Inquiry*, 80(1):92-113.
- HARGITTAI, E. (2008), "The Digital Reproduction of Inequality", in David Grusky (ed.) *Social Stratification*. Boulder, CO: Westview Press. 936-944.
- HARGITTAI, E. & Hinnant, A. (2008), "Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet". *Communication Research*, 35(5): 602-621.
- HARGITTAI, E. & G. Walejko (2008), "The Participation Divide: Content Creation and Sharing in the Digital Age". *Information, Communication and Society*, 11(2): 239-256.
- ITO, Mizuko *et al.* (2008), *Living and learning with New Media: summary of findings from the Digital Youth Project*, MacArthur Foundation". Disponível em: <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-WhitePaper.pdf>
- JENKINS, Henry (2006), *Convergence culture. Where old and new media collide*. Nova Iorque: New York University Press.
- LENHART, Amanda *et al.* (2007), *Report "Teens and Social Media" – Pew Internet & American Life Project*. Disponível em: [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP\\_Teens\\_Social\\_Media\\_Final.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf).
- LIVINGSTONE, S. (2009) *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity.
- LIVINGSTONE, S., and Helsper, E. J. (2007), "Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide". *New Media & Society*, 9: 671-696.
- LIVINGSTONE, S., Haddon, L., Görzig, A., and Ólafsson, K. (2011), *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online.
- MACHADO, Fernando Luís (1994), "Luso-africanos em Portugal: nas margens da etnicidade". *Sociologia - Problemas e Práticas*, n.º 16: 111-134.
- OECD (2007), *Participative Web and User-created Content. Web 2.0, wikis and social networking*, OECD
- PRENSKY, Marc (2001), "Digital Natives, Digital Immigrants". *On the Horizon*, 9 (5). Disponível em: <http://www.marcprensky.com/writing/default.asp> [Acedido em 13 de Maio de 2009].
- ROBARDS, Brady, e Bennett, Andy (2011), "My Tribe: Post-subcultural Manifestations of Belonging on Social Network Sites". *Sociology*, 45(2): 303-317.
- ROSALES, Marta *et al.* (2009), *Crescer fora de água? Expressividades, posicionamentos e negociações identitárias de jovens de origem africana na região metropolitana de Lisboa*, ACIDI, Lisboa.



- SIMÕES, José Alberto (2010), *Entre a rua e a internet. Um estudo sobre o hip-hop português*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- SIMÕES, José Alberto (2009), "Redes, Internet e hip-hop: redefinindo o espaço dos fluxos", in R. M. Carmo e J. A. Simões (orgs.), *A Produção das mobilidades: redes, espacialidades e trajectos*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 71-89.
- SIMÕES, José Alberto; Pedro Nunes; e Ricardo Campos (2005), "Entre subculturas e neotribos: propostas de análise dos circuitos culturais juvenis. O caso da música rap e do hip-hop em Portugal", *Fórum Sociológico* 13/14 (2ª série): 171-189.
- THORNTON, Sarah (1997), "General Introduction", in Ken Gelder e Sarah Thornton (orgs.) *The Subcultures Reader*. Londres e Nova Iorque: Routledge, 1-7.
- TAPSCOTT, Don (1998), *Growing up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: MacGraw Hill.