

## ENTRE SUBCULTURAS E NEOTRIBOS: PROPOSTAS DE ANÁLISE DOS CIRCUITOS CULTURAIS JUVENIS. O CASO DA MÚSICA RAP E DO HIP-HOP EM PORTUGAL

*José Alberto de Vasconcelos Simões\**

*Pedro Belchior Nunes\*\**

*Ricardo Marnoto de Oliveira Campos\*\*\**

### 1. Introdução

Uma das interrogações centrais do debate acerca da juventude e do que supostamente seriam as suas práticas culturais diz respeito precisamente ao significado a atribuir a essas práticas. O presente artigo pretende ser um contributo para essa discussão, fornecendo simultaneamente uma reflexão crítica sobre as principais propostas teóricas e alternativas conceptuais a partir da análise dos resultados de um estudo de caso.

O caso que iremos analisar refere-se à produção da música rap em Portugal, inserindo-o no universo mais vasto da chamada cultura hip-hop. Para esta análise, recorreremos a um estudo<sup>1</sup> efectuado entre 2002 e 2004 a uma amostra de produtores<sup>2</sup> das diversas vertentes do hip-hop – graffiti, rap (MCing e DJing) e breakdance –, que será aqui apenas parcialmente apresentado.

As formas de expressão estético-simbólicas que fazem parte do chamado hip-hop, surgiram nos EUA, nos anos 70 do século XX, e desde essa data até à actualidade adquiriram um alcance planetário. As razões para esse facto são várias. Desde logo, porque aquilo que começou por ser um conjunto de práticas com um carácter espontâneo e restrito, depressa se transformou numa actividade estruturada e comercial, consumida e produzida nos vários recantos do mundo. É justamente no decurso deste duplo processo de comercialização e globalização que emerge o hip-hop em Portugal.

---

\* Assistente no Departamento de Sociologia da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (sjav@fesh.unl.pt).

\*\* Doutorado em *Media Studies* pela Universidade de Stirling, Escócia (p.m.s.b.nunes@stir.ac.uk).

\*\*\* Sociólogo. Doutorando em Antropologia Visual na Universidade Aberta. Bolseiro da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (rmocampos@yahoo.com.br).

A presente discussão deverá ser inserida no contexto mais vasto de reflexão sobre as alterações verificadas nas últimas décadas nas formas de produção, consumo e circulação de diversos objectos e símbolos a nível planetário. O debate em torno da globalização cultural será, por isso, um ponto de partida para iniciarmos a presente discussão, mas também funcionará como fio condutor na compreensão das práticas culturais juvenis nas sociedades contemporâneas.

Esta reflexão levanta, antes de mais, o problema da inadequação entre o que seria uma concepção estática e substancialista de cultura e as práticas que a mesma pretende descrever. A proposta do presente artigo será a de discutir, com base no trabalho empírico realizado sobre o hip-hop, o alcance e as limitações de tais propostas. A tendência, presente em diferentes tradições teóricas, para reificar através de conceitos como cultura, subcultura, ou mais recentemente, tribo urbana o que seriam práticas juvenis diversas, será discutida de forma crítica nas páginas seguintes. Tomamos o hip-hop como um exemplo de cultura juvenil, tendo em consideração dois dados. Em primeiro lugar, o facto de estas práticas culturais estarem basicamente circunscritas a indivíduos inscritos num intervalo etário que geralmente atribuímos à juventude. Em segundo lugar, porque o imaginário sobre o qual o hip-hop é fabricado e comercializado assenta, indiscutivelmente, num modelo cultural juvenil, representando valores, práticas, posturas e protagonistas juvenis. O ponto que se segue pretende, precisamente, fazer o enquadramento da problemática sobre música e juventude em tempos de globalização.

## 2. Música, culturas e subculturas juvenis em contexto de globalização

Como sabemos, a delimitação do período de vida que denominamos de *juventude* não é totalmente evidente, dependendo de factores que variam de época para época e de sociedade para sociedade. Considerada apenas como categoria etária, a juventude tende a ser tratada de um modo homogéneo, como uma *fase de vida*<sup>3</sup>. O problema da definição dos limites etários coloca-se principalmente no que respeita à transição para a *idade adulta*. É precisamente aqui que se levanta a questão da diversidade da própria juventude, na medida em que as formas de transição são múltiplas, pondo em causa a aparente linearidade deste processo.

Se a diversidade de condições e modos de vida na juventude nos leva a considerar a existência de uma pluralidade de *culturas* juvenis, e não apenas *uma cultura* singular, teremos igualmente de ter em conta, no interior destas, as diferentes subdivisões de natureza hierárquica, simbólica ou quantitativa que foram desde longa data objecto de curiosidade científica. No âmbito dos estudos soci-

ológicos sobre a juventude, o termo *subcultura*<sup>4</sup> assume uma importância crucial, sobretudo devido aos debates que gerou ao longo das últimas décadas.

O principal contributo para essa discussão, advém dos autores ligados ao *Centre for Contemporary Cultural Studies* de Birmingham, criado em 1964, responsáveis por um importante legado no âmbito dos estudos subculturais na área da juventude<sup>5</sup>. Basicamente, estes autores preocuparam-se com a relação entre as *ideologias* (ou, genericamente, a dimensão ideológica) e a *forma espectacular* que as subculturas juvenis assumiam (*Teds, Skinheads, Punks*, etc.). Sublinharam a importância do *estilo*, a capacidade de transformar os objectos culturais, o envolvimento em formas rituais de *resistência*, a relação ambivalente e estrutural que a subcultura estabelece com a cultura de origem familiar e, finalmente, a menor ligação das subculturas à cultura de massas.

Os novos contextos de *globalização e mediatização* deixam pouco espaço para que tal conceito permaneça ao abrigo de críticas ou possa sequer permanecer como o mais adequado para descrever certas manifestações juvenis. Surgem, por isso, abordagens que recorrem a conceitos alternativos, como os de *neotribo* e *socialidade* propostos por Maffesoli, menos preocupadas com as posições estruturais e mais centradas na fluidez dos interesses e práticas juvenis (Malbon, 1999; Feixa, 1998; Bennett, 1999).

É-nos relativamente fácil estar em sintonia com as críticas mais óbvias à teoria subcultural. Primeiro, porque a teoria subcultural nos dá uma definição essencialista das subculturas. Segundo, porque impõe divisões rígidas e filiações perduráveis, onde será mais provável encontrarmos níveis mais fluidos e superficiais de pertença por parte dos seus membros. Terceiro, porque as oposições principais que sustentam o conceito – entre cultura dominante e subordinada, valores burgueses e da classe operária, autêntico e comercial, *mainstream* e alternativo, produção activa e consumo passivo –, tendem a desaparecer ou a esbater-se. Finalmente, porque a situação de desvio ou resistência é bem mais complexa e ambivalente do que fariam supor as perspectivas subculturais clássicas.

Consideramos, por isso, que é fundamental reequacionar toda esta problemática. As culturas e subculturas juvenis devem ser observadas tendo em consideração a intensificação e alargamento de fenómenos como a mediatização, consumo e lazer que alteraram os modos de construir cultura, formar identidades e moldar relações entre indivíduos, grupos e instituições localizados em diferentes pontos do planeta.

Parece-nos, então, que a questão da globalização é incontornável<sup>6</sup>. É necessário pensar hoje as sociedades e comunidades humanas, recorrendo a novos instrumentos conceptuais que substituam ou ajustem alguns dos conceitos e quadros teóricos mais tradicionais e que se revelam inadequados a uma abordagem das novas dinâmicas e composições socio-culturais (Hannerz, 1996, 1997;

Tomlinson, 1999). Neste contexto, a noção de *hibridismo* (Hannerz, 1996, 1997; Lull, 2000 [1995]; Pieterse, 1995), permite captar a natureza adaptável e criativa dos objectos culturais, num mundo cada vez mais conectado e interdependente. A cultura hip-hop globalizada, entre outras manifestações juvenis de alcance planetário, é um bom exemplo de híbrido cultural, na medida em que aquilo que encontramos actualmente por todo o mundo são derivações de um modelo original, ramificações geográficas que se distinguem pela fusão de diferentes elementos.

A *música popular urbana*<sup>7</sup>, enquanto *prática e produto* cultural é, aliás, desde há algumas décadas, um fenómeno de importância incontornável quando falamos de juventude, pelo papel económico e simbólico que detém nos circuitos da globalização cultural e na fabricação de modelos culturais juvenis. Embora a importância da música na juventude não se esgote num só género musical, grande destaque tem sido atribuído ao *rock* (Frith, 1981; Frith & McRobbie, 1990; Buxton, 1985; Grossberg, 1986). A partir de meados dos anos 80, contudo, outros estilos musicais disputam a hegemonia do rock e começam a ser alvo de atenção por parte de estudiosos da música popular<sup>8</sup>. A importância de outros estilos que não o rock surge no contexto de dois fenómenos importantes na indústria musical, que se interrelacionam: o da *globalização* e o da *segmentação* da música popular.<sup>9</sup>

A música popular urbana, com particular preponderância a de origem anglo-americana, tornou-se objecto de consumo à escala planetária basicamente na segunda metade do século XX, com tendência a densificar-se à medida que a indústria dos *media* vai renovando os suportes tecnológicos. Um número considerável de estudos reflecte o modo como géneros musicais globais são apropriados, recontextualizados e recriados em espaços locais (Finnegan, 1989; Cohen, 1991; Mitchell, 1996; Bennett, 2000). Comum a estes estudos sobre as dinâmicas entre o local e o global está a convicção de que o espaço nacional já não pode ser entendido como o contexto onde se desenrolam os conflitos culturais. Na verdade, tem sido consensualmente aceite que a regulação das indústrias culturais globais está hoje para além da escala do Estado-nação.

Os trabalhos desenvolvidos sobre a indústria musical transnacional/global (Wallis & Malm, 1984; Burnett, 1996; Gebesmair & Smudits, 2001) centram-se na concentração de propriedade e nas suas consequências para a indústria musical. Ao longo dos últimos vinte anos, um pequeno número de companhias multinacionais assumiram o controlo sobre a distribuição a um nível global. As estratégias de mercado, as tecnologias, a organização e as leis de regulação do mercado estão em primeiro plano no determinar de gostos e padrões de consumo (Peterson, 2001). Tais estudos apresentam a indústria musical como sendo central para discussões sobre globalização (Gebesmair & Smudits, 2001; Nunes, 2002, 2004). Para Burnett (1996:10) “a música é talvez o componente essencial na ligação dos diferentes sectores da indústria global do entretenimento”.

Chegados a este ponto, parece-nos importante sintetizar o percurso teórico empreendido. A nosso ver, em contextos sociais marcados por processos de globalização cultural e económica, que reforçam os estímulos ao consumo e a circulação de bens mediatizados, faz cada vez menos sentido falar de culturas juvenis enquanto entidades estáveis, coerentes, maciças e homogêneas, enraizadas no *local*. Julgamos, pelo contrário, que as culturas juvenis estão cada vez mais associadas a *estilos de vida*, entendidos enquanto respostas, individuais e colectivas, a uma realidade que apresenta uma crescente diversificação de campos sociais e comunidades culturais, permitindo, e em alguns contextos valorizando, a mobilidade, a flexibilidade e a experimentação de repertórios simbólicos, bem como a aparente autonomia na construção dos percursos individuais. Os estilos de vida apresentam-se, assim, como *escolhas*, mais ou menos limitadas e transitórias, assentando basicamente em opções de *consumo* e *padrões de lazer* (Chaney, 2001), que podem ser estrategicamente utilizados ao longo do percurso biográfico dos indivíduos. A música, seja esta o *rock*, o *heavy metal* ou o *rap*, é um recurso utilizado para compor estilos de vida contemporâneos. O que significa que também temos de estar atentos ao poder e ao papel das indústrias culturais e do mercado, na expansão e imposição de gostos. O papel da indústria musical é, neste contexto, de enorme relevância.

Todas estas questões implicam, necessariamente, uma reinvenção do olhar sobre a juventude. As diferentes culturas e subculturas juvenis que encontramos actualmente são, inevitavelmente, reflexo de dinâmicas complexas (Bennett, 2000, 2002; Campos, 2002; Simões, 2001, 2002). Fenómenos diversos contribuem para a emergência de culturas de juventude com características *globalizantes*, no interior das quais se distinguem perfis colectivos com alguma *especificidade local*.

Esta relação, nem sempre pacífica, entre o global e o local, entre práticas e produtos derivados com tradições geográficas e culturais distintas, conduz a uma reflexão no interior dos próprios territórios culturais, obrigados a questionar as suas origens e singularidades. A questão da *autenticidade* e *unidade* está cada vez mais presente, num contexto de heterogeneidade, servindo para discutir a essência identitária de comunidades cada vez mais virtuais e translocais. O que significa hoje, para um jovem, português ou norte-americano, ser adepto de hip-hop ou identificar-se com qualquer outro movimento cultural juvenil? Questão de difícil resolução. No entanto, o caso em análise neste artigo, é elucidativo, pois são os próprios protagonistas, conscientes da proliferação de vias e do mosaico cultural em que vivem, que se sentem impelidos a redefinir constantemente as fronteiras simbólicas do seu espaço. E o hip-hop, resulta, precisamente, desta encruzilhada de caminhos, com uma história e património próprios, exigindo aos protagonistas que façam as suas escolhas individuais, que se posicionem e discutam a sua identidade cultural, a partir de opções de consumo e práticas

culturais privilegiadas. E, como veremos, no interior do hip-hop encontramos protagonistas a viver imaginários bastante distintos.

### 3. O caso do hip-hop

#### 3.1. Hip-hop e rap como culturas transnacionais

A discussão em torno da problemática “juventude, música e globalização”, conduziu-nos a um conjunto de questões que podem agora ser avaliadas a partir de um objecto particular. O caso que trazemos para a análise, a chamada cultura hip-hop, é heterogéneo na sua composição e complexo na sua organização. Para além de compreender uma vertente musical (rap), inclui igualmente manifestações expressivas icónico-pictóricas (graffiti) e gestuais (breakdance). Neste ponto, tal como no resto do artigo, apenas nos iremos debruçar sobre a vertente musical.

Várias fontes parecem estar de acordo quanto ao momento e local de emergência da chamada cultura hip-hop: início dos anos 70, Estados Unidos, cidade de Nova Iorque (Toop, 2000 [1984]; Rose, 1994; Bennett, 2000, 2001). Apesar da especificidade da sua origem geográfica e histórica, o hip-hop transpôs a esfera local e perdurou ao longo do tempo. O alcance e a longevidade do hip-hop encontram-se associados a um mesmo fenómeno de globalização-localização que tende a gerar simultaneamente práticas gerais e reconhecíveis por um vasto conjunto de pessoas e práticas específicas associadas a fenómenos locais e circunscritos, apenas identificáveis por grupos mais restritos.

A globalização do hip-hop tem a sua origem histórica na forma como este passou de um fenómeno circunscrito, ligado a práticas de rua da juventude urbana de certos bairros das cidades norte-americanas, a um fenómeno progressivamente mais alargado, em virtude do reconhecimento das potencialidades comerciais dos seus elementos, particularmente da música rap. O impacto da comercialização na expansão do hip-hop não só foi historicamente determinante como continua a desempenhar um papel decisivo na sua evolução actual. De forma algo esquemática e simplificada podemos considerar três momentos de compreensão desta questão, que embora não tenham uma correspondência histórica exacta, funcionam como pontos de referência para compreender teoricamente os efeitos da comercialização na génese e evolução do campo do hip-hop.

Numa primeira fase, nos EUA, que podemos definir de fechamento, o consumo e a produção da cultura hip-hop eram não só circunscritos a manifestações espontâneas e improvisadas como restritas no seu acesso apenas a quem fazia parte do meio onde essas práticas tinham lugar, associando-as, portanto, a uma

*cultura de rua* e a uma vivência da juventude urbana (Toop, 2000 [1984]). Este fechamento, porém, deve ser considerado de forma relativa, na medida em que estas práticas vivem do consumo de produtos oriundos da cultura de massas e dos recursos provenientes dos *media* (Rose, 1994).<sup>10</sup>

Numa segunda fase, ocorre a abertura definitiva do meio ao exterior. A comercialização desempenhou um papel decisivo, dado que desenvolveu estruturas e formas de organização que permitiram a institucionalização do campo do hip-hop (Garofalo, 1994; Forman, 2002).<sup>11</sup> Todavia, esta abertura ao exterior desencadeou uma tensão (ainda por solucionar) entre, por um lado, tentativas de *preservação* do meio e, por outro, estratégias de expansão cada vez mais acentuadas (Garofalo, 1994). É a partir deste momento que nascem as discussões teóricas em torno da legitimidade e autenticidade dos produtos gerados nestes novos cenários e circunstâncias.

Finalmente, numa terceira fase, a comercialização é equacionada num cenário global mais complexo e diversificado. À abertura provocada inicialmente pelo impacto da comercialização do hip-hop, vem juntar-se actualmente, e cada vez mais, a dispersão territorial gerada pela globalização desta cultura. Cada país, região, cidade do mundo onde o hip-hop se enraizou, depara-se assim com a sua própria discussão acerca da autenticidade dos produtos e práticas que gera e, por isso, com sua própria relação entre *cultura* e *comércio*. À expansão global do hip-hop deveremos igualmente juntar a diversificação das suas manifestações. Esta diversificação tanto se encontra patente nos critérios e formas de produzir como nas estratégias e modalidades de consumir. Assim se explica que, no mesmo meio, coexistam artistas e produtos *mainstream* com artistas e produtos *underground*, grandes editoras com edições de autor, trabalhos legais e apoiados por diversas instituições com trabalhos ilegais e punidos criminalmente. A diversificação de modos de produzir o hip-hop parece comportar deste modo estratégias simultaneamente de preservação e expansão, abertura e fechamento. É neste contexto que podemos compreender a relação entre indústria e cultura já não sob a forma de uma oposição mas como o resultado de uma interligação e implicação mútua. Como sublinha Negus (1999) de forma lapidar, a “indústria produz a cultura” tanto como a “cultura produz a indústria”.

Resumindo, em virtude da diversidade planetária da cultura *hip-hop*, é, portanto, indispensável reavaliar os pressupostos que permitem distinguir as manifestações consideradas genuínas ou legítimas das que são consideradas não-genuínas ou ilegítimas. Neste sentido, torna-se evidente que deixa de ser possível falar de autenticidade de forma absoluta e global, para passar a ser necessário falar de autenticidade de forma relativa e local. O que nos conduz à seguinte conclusão: “por um lado, o *hip-hop* produz uma certa *convergência* cultural, pela criação de uma linguagem comum e que pode ser identificada enquanto tal pe-

los seus praticantes, por outro lado, e ao mesmo tempo, gera *divergência* cultural, pelo facto dessa linguagem ser localmente adoptada e adaptada” (Simões, 2002: 36; cf. ainda Bennett, 2001 e Mitchell, 2001).

### 3.2. O hip-hop em Portugal

A pesquisa que motivou a elaboração deste artigo decorreu numa área geográfica composta por diversos concelhos da Área Metropolitana de Lisboa, resultado da reconstituição de uma rede socio-geográfica no decurso do trabalho de terreno<sup>12</sup>. Daí que, como é facilmente compreensível, os dados analisados retratam uma situação socio-cultural específica e um território particular que poderá ter, e certamente terá, analogias com outros contextos geográficos onde a cultura hip-hop se (re)constrói, mas que não deve ser generalizada de modo absoluto.

O *movimento hip-hop*<sup>13</sup> conheceu em Portugal diferentes fases de desenvolvimento, marcado não só por influências externas, mas também pelo contexto social e político do país e, mais particularmente, pelo tipo de relações desenvolvidas com a indústria musical e com os *media*. A cultura hip-hop é conhecida em Portugal desde o início dos anos 80 do século XX, mas só nos anos 90 ganha alguma expressão pública. Após este breve momento de exposição, em meados da década de 90, o hip-hop retorna aos circuitos de menor visibilidade e a dinâmicas culturais mais circunscritas ou *underground*. A partir do ano 2000 deparamo-nos com uma intensificação dos processos de comercialização e um maior interesse da imprensa que não é indiferente ao facto de terem surgido novos nomes no panorama nacional e alguns casos de sucesso comercial.

Parece-nos evidente que, das várias vertentes culturais do hip-hop, a musical é porventura a mais complexa e diversificada internamente<sup>14</sup>. Desde logo, porque se insere no universo da produção musical, ele próprio organizado em torno de estruturas e processos que obedecem a uma lógica de produção e venda de um bem no mercado. Esta dinâmica cultural é marcada por uma diversidade de processos de produção e criação musical e não apenas por um único processo. Assim, tanto encontramos artistas inseridos em grandes editoras ou mesmo multinacionais, claramente orientados para o mercado, como artistas cuja escala é não só mais restrita como os processos de produção, de natureza artesanal, escapam à lógica e à estrutura do mercado. São precisamente estas duas grandes formas de produzir música na cultura hip-hop que dão origem a uma oposição entre as chamadas produções *mainstream* e as chamadas produções *underground*, e conseqüentemente a uma divisão entre artistas *comerciais* e artistas *alternativos*.



...neste momento, no meu ponto de vista, existem vários movimentos. Já não é um trajecto comum, as pessoas começam a traçar linhas diferentes. Isto nos últimos dois anos mudou radicalmente, porque o hip-hop ficou mainstream, pelo que os estímulos são diferentes. Já há pessoas que percebem que podem começar a poder fazer vida disto, ou ganhar notoriedade através disto e então começam a traçar trajectos completamente diferentes uns dos outros. Há pessoas que continuam a abordar o hip-hop como uma forma de expressão, um veículo político e essas cenas, há outras que já vêm isto tipo, é música, e o hip-hop é música, mas por ser música vou seguir o caminho da indústria, e isso é que é! [...] Dantes, quando eu comecei, nós pensávamos todos quase basicamente a mesma coisa, éramos “ya, somos todos underground, vamos memo pôr a boca no trombone”, essas cenas todas. Hoje em dia já se nota que mesmo dentro do hip-hop há 5, 6 formas de pensar diferentes. (MC entrevistado)

A tensão gerada por estas duas formas de produzir um género musical específico é vivida através de múltiplas práticas ou formas de inserção no campo do hip-hop. Estas duas formas de produção musical traduzem igualmente a tensão existente entre a abertura e o fechamento do meio ao exterior e, deste modo, o problema da *preservação* da integridade artística dos produtos musicais criados.

A grande oposição que atravessa o discurso comum<sup>15</sup> é estabelecida entre, por um lado, aquilo que é reconhecido como uma abordagem mais *purista* do hip-hop, fortemente enraizada nos valores e práticas culturais originais do movimento e, por outro lado, um universo caracterizado por uma menor fidelidade às origens, sendo portanto considerado *menos autêntico* ou *genuíno*.

A representação associada à natureza mais genuína do hip-hop remete para uma prática cultural: (a) alternativa e subversiva, com uma dimensão política; (b) destituída de intenções e objectivos comerciais; (c) defendendo uma identidade estética e um sistema simbólico particulares; (d) possuindo uma dimensão normativa própria e regulada internamente.

Como representante paradigmático deste universo, encontramos aquilo que de uma forma geral é denominado como rap de *intervenção*, *combate*, *protesto* ou *underground*, considerado o mais genuíno e próximo do que seria a essência da subcultura. O rap de intervenção, enquanto conteúdo/produção cultural, constitui um instrumento ideológico de sinalização de uma identidade subcultural específica, fortemente ligada ao carácter minoritário do movimento e ao sentimento de exclusão sociocultural, económica e étnica dos seus membros.

...vai ter sempre um fundo de luta, ‘tás a ver, não é que eu tenha todos os dias que falar do racismo ou da pobreza, ou disto, mas tem sempre aquele fundo de luta. Eu falo da cena do Bush, do imperialismo americano, ou da Europa... eu falo das

*cenar todas que me chateiam, [...] é uma música de luta. [...] é uma música política, mas não é só dos bairros, 'tás a ver, é tudo o que tem de ser mudado, dentro da minha cabeça. (MC entrevistado)*

Por oposição, encontramos um universo constituído por práticas e conteúdos que revelam uma maior cedência ao mercado e uma aproximação aos modelos da *sociedade maioritária*. Exemplar da negação dos princípios originais, é a *versão comercial do rap* e as cedências dos actores às regras de mercado e ao jogo económico estruturado em torno de editoras externas ao meio, nomeadamente de multinacionais da indústria discográfica.

*Quando tu tens mensagem não pode ser paradoxal e dizer: "ah, eu tenho uma mensagem para pôr mas quero vender" – então só quem tem poder de compra é que vai ouvir a tua mensagem, 'tás a ver? (MC entrevistado)*

*O comercial é assim quando eles limitam-se a fazer música com um objectivo: comércio. Se calhar é capaz de dizer que está todo alegre, enquanto a mãe faleceu. Tem que ser, os gajos tem que fazer o que agrada ao público. E no nosso caso não, nós estamos cá para mostrar a coisa como ela é. (MC entrevistado)*

Esta tensão e cisão identitária deve-se, em nosso entender, a um enfraquecimento das fronteiras subculturais, permitindo uma abertura do que era tido como um movimento único e coeso a públicos diversificados, obrigando a uma constante negociação das relações com a indústria, o mercado e a sociedade maioritária (representada pelas editoras, pelos *mass-media*, ou pelas autoridades públicas). A maior visibilidade social e a notoriedade adquirida por alguns elementos, implica um jogo estratégico de fechamento e de cedências ao exterior que pode colocar em perigo a suposta integridade subcultural do hip-hop. Daí que uma excessiva abertura e cedência ao exterior careçam de legitimidade interna. A pertença à comunidade é, portanto, regulada através de um reconhecimento interno que avalia a maior ou menor fidelidade para com os princípios básicos da mesma e, portanto, a autenticidade dos produtos e práticas culturais.

Todavia, o acesso ao mercado e o sucesso comercial não são sinónimos de inautenticidade, desde que a *atitude* dos produtores ou o *conteúdo* dos produtos culturais proposto estejam de acordo com os modelos normativos e simbólicos do movimento. A profissionalização é desejada e valorizada, desde que não implique uma rejeição do passado e da sua coerência interna. Com o hip-hop e a vertente do rap a conhecerem ao longo dos últimos anos períodos de projecção mediática, existe uma consciencialização de que a construção de uma carreira dentro do movimento terá sempre que passar por uma situação de negociação e compromisso.

*Porque sempre houve, antes disso, sempre houve aquela grande cena: “Não queremos editoras! Fuck editoras!” Sempre ouvi isso. E ele serviu tipo naquela: “Não, está-se bem, vamos lá rendermo-nos um bocadinho...” (...) Houve ali um gajo que nos juntou, fez tipo as pazes! E o meu plano a longo prazo também é um bocado esse... (MC, Produtor entrevistado)*

Mais do que falar de um conflito entre uma indústria musical interessada em capitalizar um fenómeno marginal e uma cultura que permanece obstinada em manter-se à margem dessa indústria, podemos falar de uma gestão de interesses de ambas as partes. Será mais importante, seguindo a suposição de Negus (1995), tomar em consideração não tanto a oposição entre *underground* e *mainstream* ou entre *criativo/autêntico* e *comercial* mas a forma como estas noções são articuladas pelos participantes do universo em questão quando estes discursam sobre a relação do hip-hop com a indústria musical.

*Tu podes ser mesmo underground, a partir do momento em que tu vais vender 20 mil cópias, tu não és underground! Mas não significa que tu perdeste a tua reputação, ou que tu mudaste o teu discurso! É só que underground é uma coisa alternativa, ao início todo o mundo é underground; depois, quando a tua música vai passar na rádio – que é o teu objectivo, viver com a tua música, quando fazes música, é de viver; ganhar dinheiro, conseguir fazer mais um álbum que te vai trazer dinheiro, ou talvez fazer uma editora, um label, fazer um estúdio de gravação, ou talvez fazer outra coisa. Então, tu tens de saber fazer a promoção da tua coisa. Depois, tens que meter na rádio, tens de fazer videoclip para passar na televisão. Significa isso que quando tu passas na televisão, ou quando a tua música está a tocar 5 vezes por dia na Antena 3, tu não és mais underground? Não sei. (DJ entrevistado)*

#### 4. Conclusão

Nas várias abordagens das chamadas culturas juvenis deparamo-nos com propostas teóricas que radicam em paradigmas com pressupostos distintos acerca da relação entre a juventude e o que podem ser consideradas as suas práticas culturais. Nas *teorias clássicas* sobre a juventude, baseadas naquilo a que podemos chamar um paradigma moderno, prevalecem as explicações de tipo estrutural para as práticas culturais. As consequências teóricas desta leitura são visíveis através de um conjunto de pressupostos de análise com consequências na forma de conceber e interpretar as culturas juvenis. Primeiro, tende a assumir-se que entre determinadas *práticas, praticantes* e os seus respectivos *atributos* existe uma correspondência directa e absoluta. Segundo, concebem-se os universos resul-

tantes da anterior relação de forma estável e permanente. É o que acontece com o conceito de cultura, mesmo quando se pretende relativizá-lo em *culturas*, ou com o de subcultura, mesmo que sugerindo a subdivisão em partes de um todo. Todavia, independentemente da dimensão e conotação sugeridas pelos anteriores conceitos, parece resultar de todos eles uma mesma concepção que tende a enfatizar a estabilidade entre *grupo, práticas e identidades*.

Na realidade, porém, o que verificamos é uma relação mais variável, flexível e transitória entre todos estes elementos do que os anteriores conceitos supõem. Como vimos, nas propostas teóricas mais recentes, e que radicam em paradigmas que podemos designar pós-modernos, as noções estruturais de *cultura* e *subcultura* são substituídas por noções como *neo-tribo* ou *tribo urbana* (Bennett, 1999; Feixa, 1998; Pais e Blass, 2004). Todavia, se, por um lado, as neo-tribos, pelo seu carácter efémero e transitório (Maffesoli, 1987), resolvem alguns dos anteriores problemas conceptuais, por outro, levantam novas questões. Primeiro, porque inviabilizam qualquer explicação que possa ser imputada à estrutura social, fazendo depender as práticas essencialmente das escolhas individuais que vêm como efémeras e inconsequentes do ponto de vista prático. Segundo, porque parecem esvaziar ideologicamente essas mesmas práticas, considerando-as destituídas de qualquer motivação ideológico-discursiva e, por isso, sem efeito prático aparente.

O que nos conduz ao objecto desta reflexão. Podemos falar de subcultura a propósito do hip-hop ou devemos falar de (neo)tribo urbana? As características permanentes e estáveis são dominantes ou prevalecem os aspectos efémeros e transitórios? A resposta a esta questão, a nosso ver, não pode ser dada de forma simples e definitiva, porque o que parece ser a característica dominante deste universo é a fluidez das práticas e relações sociais, o que não se enquadra de forma absoluta nem na efemeridade pura nem na ausência de continuidade entre os elementos considerados. De facto, um problema comum às anteriores abordagens parece residir na mesma incapacidade para lidar simultaneamente tanto com os aspectos permanentes e efémeros das práticas juvenis, como com a estabilidade e a instabilidade dos universos simbólicos por estas formadas.

O problema, no entanto, não radica apenas no facto de se considerarem as características destes universos mais ou menos estáveis, mas igualmente no facto de estes serem considerados em si mesmos homogéneos. O que pode ser induzido pelo sentido equívoco dos conceitos de subcultura ou tribo urbana que parecem sugerir pequenos grupos ou interesses muito específicos e por isso tendencialmente homogéneos. Ora, como procurámos explicitar, o universo do hip-hop não só não é homogéneo como apresenta linhas de divisão mais ou menos evidentes entre diversos tipos de práticas e praticantes, que não originam homogeneidade e unidade, mas dispersão e fragmentação internas.

O anterior problema coloca-se igualmente a nível ideológico. As práticas culturais juvenis demarcam-se normativamente do que poderia ser considerado a cultura dominante ou permanecem a esta ligadas? Os elementos de contestação e resistência simbólica atribuídos às subculturas juvenis são incontornáveis ou devemos considerar apenas a superficialidade e inconsequência conferidas às tribos urbanas? É no quadro destas questões que nos podemos interrogar se o hip-hop, originalmente tido como cultura de contestação, poderá ser considerado uma cultura com uma vocação ideológica própria, alternativa e autónoma. Tal preocupação, aliás, parece estar presente no próprio meio do hip-hop desde os seus primórdios, associada à noção de *movimento*, que parece sugerir não só unidade entre praticantes mas também a ideia de afirmação ideológica e contestação político-simbólica.

Contudo, também aqui as nossas objecções não são apenas teóricas e conceptuais mas igualmente empíricas. De facto, observando as manifestações actuais da cultura hip-hop, e acima de tudo, se tivermos em conta o que dissemos a propósito da crescente globalização cultural, verificamos que a comercialização do hip-hop constitui o principal obstáculo à sua própria afirmação enquanto *movimento cultural* com propósitos ideológicos, contestatários, ou mesmo subversivos, opostos à cultura de massas, aos *media*, ou ao que seria a sociedade de consumo dominante.

A nosso ver, no entanto, pela heterogeneidade e dinamismo que o caracteriza, o universo formado pelas práticas hip-hop aproxima-se mais de um *campo cultural*, no sentido que lhe é atribuído por Pierre Bourdieu (1993), com relações de força e diferença entre protagonistas que ocupam posições diferenciadas e que por isso avaliam de forma diversa a sua actividade e o meio, do que de uma cultura, subcultura ou tribo urbana. De facto, como dissemos, quando confrontadas com a realidade empírica que pretendem descrever, os conceitos de subcultura ou tribo urbana revelam as insuficiências dos seus pressupostos teóricos. A ideia de campo cultural parece-nos, pois, mais adequada para captar a complexidade do universo em questão do que as propostas conceptuais anteriormente discutidas. Por um lado, porque permite ter em conta as divisões internas e deste modo interpretar tanto relações de conflito como de cooperação. Por outro lado, porque entendido de forma relacional, permite integrar a dinâmica do meio, as suas transformações estruturais e os efeitos dessas alterações para o funcionamento do universo em questão.

Todavia, ainda que possa ser considerado um campo cultural único e distinto, o hip-hop é internamente diferenciado em *subcampos* que decorrem da autonomia relativa entre as suas várias vertentes expressivas. Alguns destes subcampos são mais estruturados do que outros (como acontece com o caso da vertente musical), na medida em que envolvem maior número de protagonistas,

agentes e estruturas mais diversificadas e complexas e deste modo revelam um maior grau de institucionalização. Contudo, tal facto não anula por completo a importância conceptual das anteriores noções, apenas nos leva a considerá-las de outra forma. Este facto pode ser compreendido mais claramente se tivermos em conta a própria evolução do meio, que passou de um universo restrito e relativamente homogéneo a um universo alargado e heterogéneo. Assim, a referida falência das anteriores noções, principalmente a de subcultura, deveria ser entendida como o resultado da sua desadequação conceptual às características actuais do campo, e não como sintoma de irrelevância teórica. Em certo sentido, podemos dizer que certos traços *subculturais* sobrevivem no campo do hip-hop (resultantes da sua própria heterogeneidade), tal como certas características *tribais* emergem sob diversas formas no seu interior.

Voltando, por isso, à questão inicial, ao interrogarmo-nos se as práticas culturais que constituem o universo hip-hop se enquadram no interior de culturas, subculturas ou tribos urbanas, encaminhamo-nos a considerar que nos encontramos perante um *campo cultural* composto por diversos *subcampos* (que compreendem atributos tanto *tribais* como *subculturais*) que mantêm uma relação dinâmica entre si e que por isso possuem fronteiras em permanente negociação. Como as fronteiras dos universos culturais se definem por quem as habita, podemos dizer que a discussão em torno das formas de participação permitiu igualmente dar resposta ao problema da sua definição e, neste sentido, ajudar-nos a responder ao problema da escolha conceptual adequada às práticas culturais juvenis.

## Notas

- <sup>1</sup> Projecto intitulado *Subculturas Juvenis Urbanas: ideologia, performatividade e consumo cultural. O caso do movimento hip-hop*. Projecto desenvolvido no Departamento de Sociologia da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (Universidade Nova de Lisboa) coordenado pelo Prof. Doutor Sérgio Grácio e financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do POCTI. A fase do trabalho de campo, para além dos actuais autores, contou com a participação de duas bolsistas de investigação, Luísa Amorim e Violeta Alarcão.
- <sup>2</sup> A presente investigação incide sobre o que podemos considerar os produtores da cultura hip-hop em sentido estrito, isto é, entendidos enquanto criadores, protagonistas ou praticantes das diferentes formas de expressão ou vertentes do hip-hop. Neste sentido, a dimensão de consumo surge apenas enquanto “consumo dos produtores” e não como categoria vasta e indiferenciada composta por todos os potenciais consumidores. A vertente que nos propomos analisar – a música – é a que apresenta uma organização mais complexa e um maior número de praticantes e adeptos.
- <sup>3</sup> A aparente unidade da juventude encontra-se associada a certos elementos das culturas juvenis que, de facto, são comuns a todos os jovens e que nos remetem para uma certa homogeneidade (na qual os *mass media* e os lazeres juvenis desempenham um papel fundamental). Por outro lado,

existem certos atributos que caracterizam a juventude que são comuns a todos os que partilham a mesma fase de vida, nomeadamente um conjunto de traços de dependência: familiar (habitam com os pais ou outros familiares), em primeiro lugar, mas também educativa (encontram-se a estudar) e económica (não se encontram a trabalhar). Para uma análise mais detalhada destas questões ver Pais (1994), Frith (1984).

- <sup>4</sup> Todavia, este é um termo que adquire vários significados na literatura sociológica, não exclusivamente dedicada à temática da juventude. De uma forma ou de outra, parece relativamente consensual a ideia de «que 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). Se considerarmos o prefixo “sub”, vemos que este sugere que as subculturas são *subordinadas*, *subalternas* ou mesmo *subterrâneas*.
- <sup>5</sup> As influências destes autores são múltiplas: vão da semiologia de Roland Barthes às concepções de Antonio Gramsci sobre ideologia e hegemonia, passando pelo estruturalismo de Lévi-Strauss, pela psicanálise de Lacan e, nos últimos anos, pelas concepções teóricas de Pierre Bourdieu. A obra de referência, denominada *Resistance Through Rituals*, organizada Stuart Hall e Tony Jefferson (1976), é exemplar e marcou claramente os debates que se seguiram no âmbito dos estudos juvenis.
- <sup>6</sup> Podemos entender globalização como a junção de diferentes fenómenos de natureza económica, social, cultural ou demográfica que, no seu conjunto, contribuem para um processo histórico, longo e gradual, de diluição das fronteiras espacio-temporais. Deste modo, para pensar a globalização temos de considerar, por um lado, a diminuição dos constrangimentos de ordem geográfica e consequentemente temporal; por outro lado, uma consciencialização crescente destas mutações, com a emergência de um sentimento algo difuso de *globalidade*.
- <sup>7</sup> A expressão *música popular urbana* corresponde a uma tentativa de traduzir a noção anglo-saxónica de *popular music*, que não significa, como indica a tradução literal em língua portuguesa, *música popular*, no sentido de música do povo, folclórica ou tradicional, mas possui um significado que remete para processos de produção e consumo gerados através dos modernos meios de produção e difusão musicais, associados essencialmente a contextos de urbanidade. Deste modo, quando falamos da influência da *música popular urbana*, referimo-nos a vários subgéneros: pop, rock, punk, rap, reggae, tecno, heavy-metal, entre alguns dos que têm sido objecto de atenção por parte de cientistas sociais e musicólogos.
- <sup>8</sup> Os estilos ligados àquilo que podemos designar genericamente como *música de dança* passam a assumir maior destaque no estudo das culturas juvenis (Redhead, 1993; Thornton, 1995; Bennett, 1999, 2000; Malbon, 1999).
- <sup>9</sup> No caso do hip-hop, que motiva este artigo, é notório um interesse por esta forma musical no decorrer dos anos 90 em reconhecimento do seu crescente protagonismo no universo cultural dos jovens (Rose, 1994; Mitchell, 1996; Bennett, 2000; Forman, 2000, 2002).
- <sup>10</sup> Portanto, podemos dizer que este fechamento não é absoluto, mas traduz antes, numa determinada fase, o fluxo dominante apenas num dos sentidos.
- <sup>11</sup> Rose (1994), citando Hebdige (1979), refere-se a este facto como o momento de *incorporação* ou *recuperação* pela cultura dominante de uma cultura dominada. Este processo assume duas formas: por um lado, os símbolos subculturais *convertem-se* em objectos produzidos pela cultura de massas, por outro lado, os comportamentos desviantes são *redefinidos* e *rotulados* pelos grupos dominantes.
- <sup>12</sup> As denominadas metodologias *qualitativas* ou de base etnográfica (tais como a observação participante, entrevistas em profundidade, recolha documental, registo fotográfico e vídeo) são assumidas

neste projecto como a estratégia fundamental de recolha de informação. Foram realizadas 34 entrevistas a protagonistas (48 entrevistados no total) das quatro vertentes de hip-hop. Foram realizadas, igualmente, 5 entrevistas a indivíduos exteriores ao movimento que podem ser considerados como *informantes privilegiados*.

- <sup>13</sup> Utilizamos aqui a noção de *movimento*, na medida em que o termo é largamente utilizado por aqueles que se assumem como partes integrantes de um conjunto social vasto, com uma identidade própria, cuja filiação entre indivíduos decorre da partilha de uma série de modelos ideológico-simbólicos e práticas culturais singulares. O termo é, portanto, utilizado enquanto *construção social*, fruto da difusão e institucionalização das representações públicas desta cultura globalizada.
- <sup>14</sup> A vertente musical, vulgarmente conhecida como rap, é produzida por dois actores com papéis distintos: o MC (mestre-de-cerimónias ou cantor) e o DJ (Disc Jokey ou manipulador de discos). Ainda que surjam associados na maior parte dos casos, a verdade é que correspondem a dois papéis que se podem autonomizar, dando origem a duas vertentes distintas dentro da cultura hip-hop. Existem ainda outras actividades para as quais alguns protagonistas reivindicam o estatuto de vertente da cultura do hip-hop: o *beatbox* e a *produção*.
- <sup>15</sup> Ainda que no plano geral e abstracto seja possível identificar um discurso ideológico onde surgem demarcadas de forma clara duas opções, a verdade é que, na realidade, as posições são mais ambivalentes e a coerência entre diferentes papéis desempenhados pelo mesmo protagonista poderá nem sempre ser evidente. Muitas vezes os discursos produzidos pelos protagonistas resultam de uma incorporação de modelos massificados e estereotipados, difundidos via *media* ou internet, que tendem a reforçar a ideia de campos e subcampos culturais homogêneos e internamente coerentes. Em todo o caso, a compreensão das incoerências, ambivalências e afastamentos face ao discurso e representação dominantes, exige que se comece por identificar as oposições patentes nesse mesmo modelo geral.

## Bibliografia

- BENNETT, Andy (1999), "Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste", *Sociology*, Vol. 3, n.º 3, pp. 599-617.
- BENNETT, Andy (2000), *Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place*, London, MacMillan.
- BENNETT, Andy (2001), *Cultures of Popular Music*, Buckingham, Open University Press.
- BENNETT, Andy (2002), "Estilos globais, interpretações locais: reconstruindo o 'local' na sociologia da cultura juvenil", *Fórum Sociológico*, n.º 7/8 (2ª série), pp. 49-67.
- BOURDIEU, Pierre (1993), *The field of cultural production. Essays on art and literature*, editado e introduzido por Randal Johnson, New York, Columbia University Press.
- BURNETT, Robert (1996), *The Global Jukebox: the International Music Industry*, London, Routledge.
- BUXTON, David (1985), *Le Rock: Star-système et Société de Consommation*, Grenoble, La Pensée Sauvage.
- CAMPOS, Ricardo (2002), "Elementos para uma reflexão em torno das culturas juvenis: Okupas, capoeiristas e os filhos da imigração", *Fórum Sociológico*, n.º 7/8 (2ª série), pp. 69-102



- CHANEY, David (2001), "From ways of life to lifestyle: rethinking culture as ideology and sensibility", in James Lull (Ed.), *Culture in the communication age*, London and New York, Routledge.
- COHEN, Sarah (1991), *Rock Culture in Liverpool: Popular Music in the Making*, Oxford, Clarendon Press.
- CONNELL, John e GIBSON, Chris (2003), *Sound Tracks. Popular music, identity and place*, London and New York, Routledge.
- CONTADOR, António e FERREIRA, Emanuel (1997), *Ritmo e Poesia: os caminhos do rap*, Lisboa, Assírio & Alvim.
- FEIXA, Carlos (1998), *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona, Ariel.
- FINNEGAN, Ruth (1989), *The Hidden Musicians: Music Making in an English Town*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FORMAN, Murray (2000), "Represent': Race, Space and Place in Rap Music", *Popular Music*, vol. 19, n.º1, pp. 65-90.
- FORMAN, Murray (2002), *The 'hood comes first. Race, space and place in rap and hip-hop*, Middletown (Connecticut), Wesleyan University Press.
- FRADIQUE, Teresa (2003), *Fixar o movimento – Representações da música rap em Portugal*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- FRITH, Simon (1981), *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock'n Roll*, New York, Pantheon (publicado originalmente como *The Sociology of Rock*, 1978, London, Constable).
- FRITH, Simon (1984), *The Sociology of Youth*, Lancashire, Causeway Press.
- FRITH, Simon (1988), *Music for Pleasure*, New York, Routledge.
- FRITH, Simon (2002), "Globalização e fluxo cultural: o caso da música rock anglo-americana", *Fórum Sociológico*, n.º 7/8 (2ª série), pp. 127-143.
- FRITH, Simon e GOODWIN, Andrew (Eds.) (1990), *On Record: Rock, Pop and the Written Word*, London, Routledge.
- FRITH, Simon e McROBBIE, Angela (1990 [1978]), "Rock and Sexuality", in Simon Frith e Andrew (Eds.), *On Record: Rock, Pop and the Written Word*, London, Routledge.
- GAROFALO, Reebee (1994), "Culture versus commerce: the marketing of black popular culture", *Popular Culture*, 7, pp. 275-287
- GEBESMAIR, Andreas and SMUDITS, Alfred (eds) (2001), *Global Repertoires: Popular Music Within and Beyond the Transnational Music Industry*, Aldershot, Ashgate.
- GRÁCIO, Sérgio et al (s/d [1999]), *Culturas Juvenis em espaços de exclusão: Jovens anarquistas e movimento Oçupa*, relatório, Lisboa, FCSH-UNL/ CEOS, Projecto financiado pelo Programa PRAXIS XXI, policopiado.
- GRÁCIO, Sérgio et al (2000), *A construção social da exclusão: estudo de duas subculturas juvenis em contexto urbano*, relatório, Lisboa, FCSH-UNL/CEOS, policopiado.
- GROSSBERG, Lawrence (1986), "Is There Rock After Punk?", in Simon Frith e Andrew Goodwin (Eds.) (1990), *On Record: Rock, Pop and the Written Word*, London, Routledge.

- HALL, Stuart e JEFFERSON, Tony (Eds.) (1976), *Resistance Through Rituals*, London, Hutchinson.
- HANNERZ, Ulf (1996), *Transnational connections – culture, people, places*, London and New York, Routledge.
- HANNERZ, Ulf (1997), “Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional”, *MANA - Estudos de Antropologia Social*, Vol. 3, nº 1.
- HEBDIGE, Dick (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, London, Methuen.
- LULL, James (2000 [1995]), *Media, Communication, Culture. A Global Approach*, Cambridge, Polity Press.
- MAFFESOLI, Michel (1987), *O tempo das tribos - declínio do individualismo nas sociedades de massa*, Rio de Janeiro, Forense-Universitária.
- MALBON, Ben (1999), *Clubbing: Dancing, Ecstasy and Vitality*, London, Routledge.
- MITCHELL, Tony (1996), *Popular Music and Local Identity: Rock, Pop and Rap in Europe and Oceania*, London, Leicester University Press.
- MITCHELL, Tony (2001), “Introduction: Another Root – Hip Hop outside the USA”, in Mitchell (Ed.), *Global Noise: Rap and Hip-Hop Outside the USA*, Middletown, Connecticut, Wesleyan University Press, pp. 1-38.
- MUGGLETON, David (1997), “The post-subculturalist”, in Redhead, Wynne e O’Connor (Eds.), *The Clubcultures Reader. Readings in Popular Cultural Studies*, Oxford, Blackwell, pp. 185-203.
- NEGUS, Keith (1995), “Where the Mystical Meets the Market: Creativity and Commerce in the Production of Popular Music”, *The Sociological Review*, Vol.43, No.2, pp.316-341.
- NEGUS, Keith (1999), “The Music Business and Rap: Between the Street and the Executive Suite”, *Cultural Studies*, vol. 13, nº 3, July, pp. 488-508.
- NUNES, Pedro (2002) “ ‘É português? Não gosto’ ideologias e práticas dos jornalistas de música face à música portuguesa e à crise da indústria discográfica”, *Fórum Sociológico*, n.º 7/8 (2ª série), pp. 145-168.
- NUNES, Pedro (2004), *Popular Music and the Public Sphere: the Case of Portuguese Music Journalism*, PhD thesis, University of Stirling.
- PAIS, José Machado (1994), *Culturas Juvenis*, Lisboa, IN-CM.
- PAIS, José Machado e BLASS, Leila Maria (2004), *Tribos urbanas – produção artística e identidades*, Lisboa, ICS.
- PETERSON, Richard (2001), “Globalization and Communalization of Music in the Production Perspective” in Andreas Gebesmair and Alfred Smudits (eds), *Global Repertoires: Popular Music Within and Beyond the Transnational Music Industry*, Aldershot, Ashgate.
- PIETERSE, Jan Nederveen (1995), “Globalization as hybridization”, in Featherstone *et al.* (Eds.), *Global Modernities*, Londres, Sage Publications, pp. 45-68.
- REDHEAD, Steve (Ed.) (1993), *Rave Off: Politics and Deviance in Contemporary Youth Culture*, Aldershot, Avebury.

- ROSE, Tricia (1994), *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*, London, Wesleyan University Press.
- SIMÕES, José Alberto de Vasconcelos (2001), “Globalização e consumo: reavaliando o conceito de audiência. O caso das (sub)culturas juvenis”, *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 30, pp. 77-106.
- SIMÕES, José Alberto de Vasconcelos (2002), “Globalização e diferenciação cultural: hegemonia e hibridismo na construção das (sub)culturas juvenis”, *Fórum Sociológico*, n.º 7/8 (2ª série), pp. 13-47.
- THORNTON, Sarah (1995), *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge, Polity Press.
- THORNTON, Sarah (1997), “General Introduction”, in Ken Gelder e Sarah Thornton (Eds.), *The Subcultures Reader*, London e New York, Routledge, pp. 1-7.
- TOMLINSON, John (1999), *Globalization and Culture*, Cambridge, Polity Press.
- TOOP, David (2000 [1984]), *Rap Attack 3: African Rap to Global Hip Hop*, London, Serpent’s Tail.
- WALLIS, Roger and MALM, Krister (1984), *Big Sounds from Small People: The Music Industry in Small Countries*, London, Constable.