

**TRAFICANDO INFORMAÇÃO:
Redes sociais como quinto elemento do movimento Hip Hop**

Eduardo José Moreira Sousa¹

Maria Fernanda de França Pereira²

Paulo César Pontes Fraga³

Tâmara Lis Reis Umbelino⁴

RESUMO

O artigo visa compreender como a juventude negra de bairros da periferia de Juiz de Fora (MG) que integram o movimento hip hop, estão encontrando nas denominadas redes sociais online uma possibilidade de formação de identidades e laços sociais e de construção de novas experiências sociais, por meio da articulação e interação entre sujeitos com seus grupos de interesse, adquirindo representatividade e visibilidade social que não encontra em meios de comunicação de massa. Esta comunicação apresenta resultados da pesquisa “Redes sociais como espaço de construção de identidades para jovens negros da periferia de Juiz de Fora”, desenvolvida com o apoio da FAPEMIG.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociais. Identidade. Hip Hop. Juventude. Negritude.

¹ Graduando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora, bolsista de iniciação científica pela Fapemig do projeto “Redes sociais como espaço de construção de identidades para jovens negros da periferia de Juiz de Fora”.

² Mestre em Comunicação e jornalista graduada pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Pesquisadora do Centro de Pesquisas Sociais da UFJF. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8685079422332892>

³ Bacharel e licenciado em Ciências Sociais pela Universidade Federal Fluminense, mestrado em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Realizou Pós-doutoramento na École de Criminologie da Université de Montréal, com bolsa concedida pela CAPES. Atualmente é professor de Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora, onde atua como membro efetivo do corpo docente do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais e diretor do Centro de Pesquisas Sociais. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0477617276709551>.

⁴ Doutoranda e mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2008). Especialista em Políticas Públicas e possui graduação em Comunicação Social pela mesma instituição. Atualmente é professora do curso de Comunicação Social pela Faculdade Estácio de Sá – Campus Juiz de Fora. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7911716429542965>.

INTRODUÇÃO

Na década de 60 as brigas de gangues eram freqüentes nas periferias de grandes cidades norte-americanas, em especial no bairro nova-iorquino do Bronx, habitado, em sua quase totalidade, pela comunidade negra e pobre. Uma destas gangues era a *Black Spades (Espadas Negras)*, conhecida por cometer atos de vandalismo para demarcar seu território e garantir espaço no bairro. A *Black Spades* era comandada por Kevin Donavan, produtor de festas e colecionador de discos.

No lugar das brigas de rua, começava a era da disputa através da música e dança. O movimento ganha força e, em 12 de novembro de 1973, é inaugurada a *Zulu Nation*, primeira e mais famosa “posse” (nome dado aos grupos formados por rappers que se dispõem a promover ações sociais para promoção da qualidade de vida na sociedade na qual estão inseridos) já conhecida (BALBINO; MOTTA, 2006).

Formada por Djs (disque-jóqueis), MC’s e b.boys (dançarinos), a “posse” ajudou a diminuir drasticamente o número de ocorrências de violência no Bronx. Com a chegada deste novo “movimento”, o desconforto e as agressões (não é possível negar que o clima de hostilidade e agressividade ainda persistisse) encontravam sua “válvula de escape” nas rimas e versos do Rap e nos concursos de dança de rua.

O Hip Hop – termo com origem na expressão norte-americana que quer dizer movimentar os quadris (to hip, em inglês) e saltar (to hop) – era formado, em sua origem, por quatro elementos fundamentais Rap (rhythm and poetry, isto é, “ritmo e poesia”), MC (Mestre de Cerimônias – responsável por versar ao microfone e dar, literalmente, voz ao movimento), Graffite (arte com sprays nos muros e telas) e o Break (dança de rua).

Com o passar do tempo, um quinto elemento foi adicionado às bases do movimento Hip Hop: a informação. O quinto elemento é introduzido na cultura Hip Hop a partir da década de 80 com o objetivo de preservar as raízes do movimento que estava sendo “deturpado” pelos veículos de comunicação de massa (BASTOS, 2008).

Conhecer os motivos históricos que deram origem ao preconceito racial e/ou à desigual distribuição de renda nas sociedades e buscar, de maneira incansável, soluções para alterar o quadro de exclusão a que a grande maioria deles está submetida, é uma das molas mestras do movimento Hip Hop.

Rappers na rede

Com a expansão da internet e a popularização do serviço de banda larga nos últimos anos, o número de usuários da rede mundial de computadores também passou por um intenso alargamento. De acordo com a estimativa da Organização das Nações Unidas (ONU), a população mundial atingiu a casa dos 7 bilhões no ano de 2011⁵. Deste total, a previsão de número de usuários de computadores é de 2 bilhões até o final de 2012, segundo afirmou Michael Dell (2007), fundador e presidente da Dell Computers⁶, em conferência na cidade mexicana de Monterrey⁷.

No Brasil, no total da população de 190.732.694 pessoas, segundo dados do censo demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de usuários com acesso à internet alcançou a marca de 82,4 milhões no primeiro trimestre de 2012, conforme indica pesquisa do Ibope em parceria com a *Nielsen Online*⁸, Logo, aproximadamente 43% dos brasileiros têm acesso à web.

Deste total de usuários, 46,3 milhões acessam regularmente a internet: 38% das pessoas acessam à web diariamente; 10% de quatro a seis vezes por semana; 21% de duas a três vezes por semana; 18% uma vez por semana, de acordo com o site da empresa *To Be Guarany*. Somando, 87% dos internautas brasileiros entram na internet semanalmente.

Apesar de o Brasil ser o quinto país mais conectado na rede mundial, a desigualdade social e, conseqüentemente, de acesso também se manifestam no mundo digital. O trabalho do pesquisador Júlio Jacobo Waiselfisz (2007) revelam os índices das desigualdades de classe social. Constatou-se que, entre os 10% mais pobres, apenas 0,6% tem acesso a computador com Internet, entre os 10% mais ricos esse número é de 56,3%. No que tange a cor da pele, “somente 13,3% dos indivíduos de raça negra usam a internet, mais de duas vezes menos que os de raça

⁵ Disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/10/populacao-mundial-chega-7-bilhoes-de-pessoas-diz-onu.html>.

⁶ Com sede nos Estados Unidos da América, a Dell Computers é uma das principais empresas, em nível mundial, de desenvolvimento de hardware de computadores, além da produção, prestação de suporte técnico, e venda de uma grande variedade de computadores pessoais, servidores, notebooks, dispositivos de armazenamento, switches de rede, PDAs e softwares.

⁷ A matéria jornalística está disponibilizada em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL175349-6174,00.html>.

⁸ Publicado no portal do Jornal O Globo: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/acesso-internet-no-brasil-chega-824-milhoes-de-pessoas-5170241>.

branca (28,3%), o que demonstra que a exclusão digital tende a reproduzir as condições que perpetuam o racismo no Brasil” (WAISELFISZ, 2007, p.54).

A web 2.0 e as redes sociais *online*: o relacional e social na internet

Nos últimos anos, o desenvolvimento da internet conduziu-nos ao que se convencionou chamar de web 2.0, cujo fenômeno foi a transição de uma web instrumental com o uso mais individualizado⁹ para um novo paradigma em que a troca, compartilhamento, colaboração, interação e conectividade tornaram-se o modos de ser e estar no ciberespaço.

A web 2.0 possibilita a “cultura participativa” (JENKINS, 2009), “cultura da participação” (SHIRKY, 2010) ou “cultura expressiva” (ALLARD, 2007; TUFEKCI, 2008) na internet e, por conseguinte e menor grau, em outras mídias. Segundo Santos e Cypiano (2011, p.2), a participação é a seiva principal que alimenta a web 2.0 e esta característica permite a formação de uma plataforma de interação capaz de gerar coletivos *online*, arranjados sob o modo das redes sociais, seja por sua abertura para utilização ou pelos efeitos de rede que produz. Por esta razão também é chamada de web relacional.

De um modo geral, as redes sociais são espaços de relação entre pessoas, comunicação, interação, cooperação e de partilha de conhecimento em que seus membros disponham de interesses, necessidades e metas em comum e atuem para concretização ou satisfação de causas pessoais ou coletivas, atualmente podendo ser mediadas ou não por sistemas informatizados.

As redes sociais *online* são sites aglutinadores, que permitem a formação de redes sociais, que se desenrolam no ambiente digital e na internet, cujo núcleo de seu funcionamento depende de propriedades como conectividade e ubiquidade. Produto da web 2.0, seus usuários são participantes ativos e coprodutores de conteúdos nessas interfaces dialogáveis. Estes sites são uma categoria do grupo de *softwares* sociais, com aplicação específica para a comunicação mediada pelo computador.

As redes sociais, embora permitam a troca e compartilhamento de informações, arquivos e matérias, e por isso são consideradas mídias sociais, não

este objetivo como principal. Sua base está fundamentada na reunião de pessoas e interação de seus integrantes pela exposição de um perfil ou uma persona. São exemplos de rede sociais online o Facebook, Orkut, MySpace, GooglePlus, LinkedIn, Badoo, entre outros. De acordo com Lemos e Lévy (2010, p.45), os *softwares* sociais, como o Orkut (www.orkut.com) e o Facebook (www.facebook.com), podem ser definidos como “agregadores de instrumentos de relacionamento social que incluem chats, fóruns, blogs, fotos, vídeos, etc.”

Ou seja, a redes sociais tem por essência o estabelecimento de laços sociais e a sociabilidade como uma de suas principais características, diferentemente, por exemplo, de outras mídias sociais como o Youtube, em que o grau de interação entre os membros é mais baixo. É justamente esta propriedade de interatividade e sociabilidade que justifica o incremento de usuários em sites de relacionamento, além da expansão da internet e popularização da banda larga, que aumenta o número de navegantes no ciberespaço. De acordo com os dados IBGE de 2010, entre 2005 e 2008 o uso da rede social aumentou 75% no país.

As redes sociais *online* fomentam a formação de círculos sociais, seja por meio de comunidades virtuais ou categorização de grupos de interesse. Podemos montar uma comunidade no Orkut ou um grupo de discussão no Facebook, por exemplo, de amigos de faculdades, familiares ou de pessoas que compartilhem um mesmo gosto musical ou simplesmente que não gostam de dias nublados. Os participantes das redes sociais dividem com os círculos sociais que frequenta, materiais que encontram na internet pelos quais tem algum tipo de afinidade ou crítica e indignação. Dessa forma, a expressão de preferências, gostos e interesses são manifestos, através da seleção de disperso no ciberespaço.

Se por um lado as redes sociais suprimem as interações face-a-face entre os membros de uma comunidade, paradoxalmente, por outro, possibilita a superação das barreiras e distâncias geográficas. Os participantes de uma comunidade não precisam estar presentes em um mesmo lugar físico e não precisam, fundamentalmente, se conhecer pessoalmente.

Entendemos por comunidade, como “um conjunto de pessoas numa determinada área, normalmente geográfica, com uma estrutura social (existe algum tipo de relacionamento entre os indivíduos), podendo existir um espírito compartilhado entre os seus membros e um sentimento de pertença ao grupo”

(SILVA, 2004, p.9). Logo, as comunidades virtuais são as relações sociais virtuais que se desenvolvem no ciberespaço, elas estão onde o sujeito estiver.

Facebook como espaço de representação e identidade e de produção de conhecimento

Nos últimos anos, assistimos a ascensão da rede social Facebook como a principal *software* social utilizado pelos brasileiros. Segundo o site Terra¹⁰, atualmente o Brasil é a quarta nação com maior número de usuários ativos (37 milhões), ficando atrás apenas dos Estados Unidos (157 milhões), Índia e Indonésia (41 milhões cada); desse montante, 51% acessa a rede diariamente. A quantidade de horas que os internautas brasileiros passam no site e a quantidade de páginas que acessam na rede comprovam que o Facebook superou o Orkut: “mensalmente, nós ficamos em média 6h57 no Facebook, contra 1h49 no Orkut; no mesmo período, visualizamos 997 na rede de Zuckerberg contra apenas 270 na rede da Google”.

A lógica de funcionamento do Facebook consiste na criação e manutenção de laços sociais entre seus usuários. Por isso, exige atenção, atualização, acompanhamento, disposição e habilidade, para que o *feedback* sempre seja dado aos “amigos” desta esfera do ciberespaço. É um investimento na ligação e um comprometimento com a amizade. Deste modo, a rede é alimentada constantemente, mantendo os seus membros vinculados, preferencialmente quase que em tempo integral. Tal dinâmica encontra força motriz na contínua atração pelo laço social que se realiza na sociabilidade.

A comunicação nesta rede social *online* está alicerçada na partilha de contatos, informações, ideias e conhecimentos originados pelos comentários das postagens, pela participação em grupos de discussão ou pelo uso de aplicações e jogos. Esta rede admite a conexão de vários recursos em sua plataforma, como blogs, Twitter, LinkedIn, Instagram¹¹, Pinterest¹², entre outros.

¹⁰ Disponível em <http://www.tecmundo.com.br/facebook/19481-e-oficial-facebook-e-a-rede-social-mais-utilizada-no-brasil.htm>.

¹¹ O Instagram é um aplicativo que permite aos usuários de dispositivos móveis tirarem fotografias e trabalharem na qualidade de imagens por meio de uma variedade de filtros e efeitos disponíveis e, depois, compartilhá-las em outras redes sociais, incluindo o próprio Instagram. O aplicativo foi desenvolvido por Mike Krieger e o Kevin Systrom, e é disponibilizado gratuitamente.

¹² O Pinterest é um site de compartilhamento de imagens e fotografias. Além de exibir suas próprias produções e “achados”, os usuários podem recompartilhar as de outros utilizadores e colocá-las em

Além de fornecer alternativas de acesso a diferentes serviços, permite também o controle de privacidade, o usuário pode administrar o acesso de seus “amigos” as informações que disponibiliza.

Os principais ambientes de socialização do Facebook são o mural, o *feed* de notícias e os grupos. O mural é o espaço para a publicação e alojamento de todo o material que o indivíduo compartilha com a rede. Conforme a política de privacidade, a inserção de um novo conteúdo é comunicada ao círculo social de cada usuário. Os posts podem ser repercutidos ou não através de comentários feitos pelos “amigos”, que, geralmente, reforçam os traços comuns. Estes registros sempre podem ser acionados e reavivados, atuando como um tipo de memorial do fluxo individual pelo Facebook.

O *feed* de notícias funciona como uma espécie de jornal, atualizado constantemente pelos posts que os “amigos” do círculo social publicizam. É por esta ferramenta que tomamos conhecimento sobre a vida do outro e interagimos com o mesmo. O grupo, como já mencionamos anteriormente, é direcionado para debates sobre assuntos e interesses específicos, que também atua como um eficiente moderador para o fortalecimento dos laços sociais.

Outras ferramentas interativas e muito utilizadas para a manutenção de laços sociais são os “botões” de curtir e cutucar. A opção curtir pode ser utilizado após as postagens de materiais de terceiros, para a demonstração de aprovação ou de que gostou do que foi ali veiculado. O botão cutucar não tem um uso específico, cada usuário atribui o seu próprio significado, mas de modo geral destina-se a chamar a atenção, iniciar uma interação ou até mesmo uma paquera *online*.

Conforme debatemos, a internet pode ser considerada um lugar com características de multiplicidade e de heterogeneidade. Os sujeitos podem reinventar o mundo fazendo uso de distintas tecnologias, produzindo sentidos nas redes digitais e novos ambientes de sociabilidade. Segundo André Lemos (2002, p.80-81), “a cibercultura pela sociedade que nela atua, parece, antes de isolar indivíduos terminais, colocar a tecnologia digital contemporânea como instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários”.

suas coleções, também podem comentar e realizar outras ações disponibilizadas pelo site. Parecido com um quadro de avisos, o Pinterest permite a organização das imagens segundo temáticas. Para que os usuários possam interagir de uma forma mais ampla com outras comunidades, o site é afiliado com o Twitter e Facebook.

Também podemos abalizar, que a internet, por sua arquitetura descentralizada, inaugurou novos espaços de reivindicação e de encontro, permitindo o desenvolvimento de novas vozes de oposição e resistência à cultura hegemônica e novas formas de agrupamentos sociais, que podem atuar e trabalhar em âmbito local, regional e até mesmo global.

Os *softwares* sociais, como o Facebook, convocam os seus usuários a se integrarem a uma grande teia relacional, em que laços sociais vão se estabelecendo e sendo alimentados cotidianamente. Todavia, para fazer parte desta esfera cibernética, os indivíduos são evocados constantemente a fazer uma “construção de si”, “narração do eu” e até mesmo uma “espetacularização do sujeito”. Para Recuero (2009), as ferramentas sociais interativas são apropriadas pelos atores como formas de expressão do self. É por meio da percepção desse espaço pelos demais atores que as redes sociais irão emergir.

É a partir da construção e da narração do eu nas redes sociais *online*, que o sujeito passa a delimitar suas marcas identitárias e a se representar no ciberespaço. Esta identidade virtual pode descartar aspectos físicos ou mesmo traços de personalidade. Novas identidades podem ser engendradas no ciberespaço e ao mesmo tempo manipuladas, conforme a vontade do indivíduo.

Os discursos no ciberespaço sugerem que se pode caminhar para fora do EU numa extensão tal que pode mesmo recriar-se do EU, conferindo-lhe uma identidade virtual, em que o ciberespaço constitui a metáfora da pessoa – o utilizador é levado a reinscrever a sua identidade, que pouco tem a ver com a sua voz, aparência física ou mesmo personalidade. (SILVA, 2004, p.8-9)

Traços da identidade social e cultural de um indivíduo também podem ser esboçados a partir do rastreamento das comunidades ou grupos que ele faz parte e interage. Porém esta identidade só pode ser apreendida em uma concepção sistêmico-relacional da interatividade considera os sujeitos como seres pensantes e criativos nesse processo.

Não é demais repetir que interagir não é algo que alguém faz sozinho, em um vácuo. Comunicar não é sinônimo de transmitir. Aprender não é receber. Em sentido contrário, quer-se insistir que interação é um processo no qual o sujeito se engaja. Essa relação dinâmica desenvolvida entre os interagentes tem como característica transformadora a recursividade. E para que isso seja compreendido, é preciso observar o próprio conhecer como relação. (PRIMO, 2007, p.72)

Aplicação e resultados obtidos

Na busca de compreender como os jovens que fazem parte do Movimento Hip Hop em Juiz de Fora utilizam as redes sociais, em especial o Facebook, para promover o quinto elemento (a informação) foram aplicados 102 questionários sendo a grande maioria deles durante os eventos Café com Hip Hop (realizado no dia 28 de junho de 2012) e Encontro de MC's (realizado em 01 de julho de 2012). Os pesquisadores levaram ao local dois notebooks com acesso à internet e abordaram os participantes do evento, assim que chegavam, fazendo o convite para que respondessem ao questionário. Como havia este contato visual com os entrevistados foi possível já no momento do convite pré-selecionar quem, visualmente, atendessem aos critérios da pesquisa: jovem, negro, integrante do Movimento Hip Hop.

Das 102 amostras, 68,3% dos que responderam se autodeclararam negros, 20,8% brancos, 3% amarelos e 3% indígenas. Os 5% restantes marcaram a opção OUTRO e se declararam negro e índio; e negro e pardo. Homens e mulheres foram quase igualmente representados (54,5% x 45,5%) e, a maioria, (63,9%) disse realizar alguma atividade remunerada.

Quando perguntados sobre o acesso à internet, 38,1% dos entrevistados disseram acessar a internet mais de 12 horas por semana e 20,6% de seis a doze horas. A totalidade dos entrevistados (100%) afirmou utilizar uma rede social com frequência. Dentre os consultados, 95,7% utilizam o Facebook, 31,2% o Twitter, 29% Orkut, Messenger 50,5% e Youtube 52,7%. Desses, 79,6% dizem acessar as redes cinco ou mais dias por semana.

O tempo gasto diariamente por esses jovens nas redes sociais é relativamente alto, girando em torno de duas (28%) e cinco horas (26,9%). Os entrevistados que declaram acessar o conteúdo das redes sociais durante até uma hora por dia somaram 7,5%, enquanto um índice intermediário disse acessar durante até oito (17,2%) e acima de oito horas diárias (11,8%). Dos consultados, 3,2% declarou que nenhuma das alternativas anteriores correspondia ao tempo de acesso às redes sociais.

A grande maioria (91,3%) dos jovens acessa a internet de casa, sendo seguida pelos aparelhos móveis, como celulares e tablets (32,6%), trabalho (30,4%), lan houses (10,9%) e outros (30,4%). Outro ponto abordado foi a participação

desses jovens nas redes sociais quanto à discussão de assuntos comuns aos bairros onde vivem. Mais da metade (55,4%) afirmou não discutir questões acerca da região em que vivem no meio virtual, enquanto 21,7% declararam envolvimento nessas questões, enquanto 22,8% diz discutir parcialmente essas questões.

Entre aqueles que têm o hábito de levar assuntos de seus bairros às redes sociais, os tópicos preferidos, apresentando um empate de 30,2%, são segurança / violência e eventos nos bairros. Em segundo lugar aparece cultura (25,6%), seguida por educação (15,1%), saúde (10,5%) e esportes (2,3%). Outros assuntos, como o movimento Hip Hop, transporte público e relacionamentos somaram 5,8%, restando os 46,5% daqueles que declararam não discutir o bairro na rede. Dentre os assuntos que mais chamam a atenção desses jovens, cultura foi o mais citado, com 77,3%, seguido por esportes, com 38,6%, assuntos ligados à cidade ou região em que moram (34,1%), política (28,4%), celebridades (21,6%), outros (14,8%) — dentre as respostas obtidas, foram citados temas como jornalismo, dança e atualidades — e religião, com 13,6%.

Outro ponto abordado no questionário tange os motivos que levaram os jovens a fazer seus perfis nas redes sociais e a utilização das ferramentas disponíveis. Grande parte deles (65,5%) afirmou ter utilizado as redes sociais para fazer algum tipo de pesquisa escolar, enquanto 44,8% diz participar de jogos online. Há também aqueles que dizem se utilizar do meio virtual para encontrar emprego (39,1%) ou iniciar um relacionamento amoroso (19,5%).

A divulgação e pesquisa de eventos, assim como o contato com amigos distantes foi a resposta de 11,5%. Aumentar o contato com amigos já conhecidos foi o principal motivo que levou os entrevistados a criar um perfil nas redes sociais (70,9%), seguido pela possibilidade de conhecer novas pessoas (62,8%), estabelecer relações profissionais (50%) e também pela abertura para dar suas opiniões sobre os assuntos de interesse (32,6%). Na opção de outros motivos (8,1%), surgiram respostas como a possibilidade de retomar o contato com pessoas distantes e a curiosidade que esses meios despertam.

Entretanto, a grande vantagem das redes sociais para esses jovens é a abertura que elas proporcionam. Dos 102 questionários obtidos, 37,2% deles mostram que os jovens se sentem mais à vontade para se expressar nas redes sociais quando comparadas aos meios de comunicação de massa — como rádio,

TV, revistas e jornais —, enquanto 33,7% acreditam ter maior liberdade para dar suas opiniões. O espaço dado pelos meios virtuais também foi levado em conta, revelando que 18,6% se sentem com mais espaço para dar suas opiniões e que 3,5% dizem ter maior espaço para fazer suas reivindicações nas redes sociais. Alguns entrevistados (4,7%) citaram os recursos de informação fornecidos pelas redes sociais, o fato de não se sentirem manipulados e também o policiamento tido por eles ao emitir opiniões sobre determinados assuntos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como base as informações obtidas através dos questionários aplicados durante a pesquisa pudemos verificar que as redes sociais se apresentam cada vez mais como espaço de fortalecimento e afirmação do conhecimento produzido e disseminado pelo movimento.

Em redes como o Facebook estes jovens encontram terreno fértil para divulgar seus eventos, se informarem sobre as novidades do cenário Hip Hop, ofertarem seus serviços como Dj's ou Grafiteiros e conhecer jovens de outras regiões do país, onde grande parte muito provavelmente não terá condições financeiras de ir e comparar as atividades promovidas nos grandes centros, em especial São Paulo e Rio de Janeiro, com o que está sendo produzido na cidade.

Através de seus perfis pessoais (onde centenas de fotografias apresentam seus talentos como cantores, grafiteiros, DJs ou dançarinos) ou de páginas como a que promove o Encontro de MC's em Juiz de Fora e do Movimento Café com Hip Hop os eventos do cenário Hip Hop da região são divulgados e as impressões sobre eles compartilhadas. Fotos e folders feitos para divulgar os encontros são compartilhados pelos frequentadores, sem nenhum custo financeiro, e os participantes voltam aos fóruns após a realização dos mesmos para comentar sobre o desempenho dos MC's e Dj's e postar fotos dos grafites feitos nos muros e placas.

Diante dos dados vistos neste artigo que atestam sobre a expansão do universo digital no Brasil e no mundo, bem como seu acesso desigual, podemos inferir que a sociedade, e em especial nosso grupo de jovens, experimenta cada vez mais a navegação e comunicação pela rede mundial de computadores, co-construindo novas formas de conhecimento, sociabilidade e representação. Existe

um novo modo de ser e estar no mundo, que agrega a vida *online*, ou seja, conectada a web, com a *offline*, que diz respeito ao mundo externo e atual.

Devido as características, anteriormente citadas, o Facebook, assim como outras redes sociais *online*, também pode se configurar como um ambiente de aprendizagem e construção de conhecimento. A interatividade promove o compartilhamento de informações, o diálogo com diferentes interlocutores e a produção de novas ideias e conhecimentos como fruto da troca e do debate entre os participantes. Outro facilitador é a velocidade rápida e a disponibilização para “todos” sobre o tema debatido.

Diante das várias possibilidades elencadas nesta pesquisa, podemos inferir que as redes sociais *online*, e, especialmente, o Facebook, atuam como espaço de sociabilidade e de formação e manutenção de laços sociais, em que os jovens negros, participantes do movimento Hip Hop de Juiz de Fora, participam ativamente na construção da sua identidade e representação social, assim como produz conhecimento coletivamente. Cotidianamente, novas experiências como estas estão emergindo da rede. A partir deste complexo contexto, iremos buscar compreender como os jovens, principalmente os negros, estão utilizando o Facebook para representar a si e difundir alguns aspectos de sua identidade cultural.

DEALING INFORMATION

Social networks as the fifth element of the Hip Hop movement

ABSTRACT: This article aims to understand how the black youth from peripheral neighborhoods from Juiz de Fora, who integrate the hip hop movement, find a possibility for a construction of identities, new social experiences and social bonds into the social networks. Through articulation and interaction among people from their groups of interest, these teenagers gain social visibility and representativeness, which they don't find in the mass media. This communication show the results from the research “Social networks as a space of construction of identities for black teenagers from the peripheral area of Juiz de Fora”, developed with the support of FAPEMIG.

KEYWORDS: Social networks, Identity. Hip Hop Movement. Youth. Negritude



REFERÊNCIAS

ALLARD, Laurence. **Émergence des cultures expressives, d'Internet au mobile**. Média Morphoses, nº 21, 2007.

BALBINO, Jéssica; MOTTA, Anita. **Hip Hop: a cultura marginal**. Rio de Janeiro: (Produção e edição independentes), 2006.

BASTOS, Pablo Nabarrete. *Ecos de espelhos. Movimento Hip Hop do ABC Paulista: sociabilidade, intervenções, identificações e mediações sociais, culturais, raciais, comunicacionais e políticas*. Tese de mestrado. São Paulo: ECA/USP, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. Os sentidos da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. In: LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010, p. 21-31.

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **Anjos interativos e retribalização do mundo**. Sobre interatividade e interfaces digitais. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Acessado em: 12/05/2012.

_____. **Ciberespaço e Tecnologias Móveis**. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. (sem data). Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/territorio.pdf>. Acessado em: 25/06/2012

_____; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **As Tecnologias da Inteligência - O Futuro do Pensamento na Era da Informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. Teorias das redes e redes sociais na internet. Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e Fotologs. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação



(INTERCOM). 2004. Porto Alegre: PUC-RS. **Anais do Intercom...** Porto Alegre: PUC-RS, 2004.

SANTOS, Francisco Coelho e CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. In: V Simpósio Nacional ABCiber. 2011. Santa Catarina: UDESC/UFSC. **Anais eletrônico...** Santa Catarina: UDESC/UFSC. 2011. Disponível em: <http://simposio2011.abciber.org/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%204/4.E4/113.pdf>. Acessado em: 13/04/2012.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

SILVA, Adelina Maria Pereira da. **Ciberantropologia**. O estudo das comunidades virtuais. [online]. 2004. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/silva-adelina-ciberantropologia.html>. Acessado em: 05/01/2012.

TUFEKCI, Zeynep. Grooming, Gossip, Facebook and Myspace. In: **Information, Communication & Society**, vol. 11, nº 4, 2008.

WASELFISZ, Julio Jacobo. **Lápis, borracha e teclado: tecnologia da informação na educação** – Brasil e América Latina. Brasília: Rede de Informação Tecnológica Latino-Americana (RITLA), Instituto Sangari, Ministério da Educação (MEC), 2007.

Internet:

Acesso à internet no Brasil chega a 82,4 milhões de pessoas. **Globo.com [online]**. Publicado em: 11/06/2012. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/acesso-internet-no-brasil-chega-824-milhoes-de-pessoas-5170241>. Acessado em: 17/07/2012.

Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a Internet no Brasil. **To Be Guarany [online]**. Publicado: 22/04. Disponível em: http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php.

É oficial: Facebook é a rede social mais utilizada no Brasil. **Portal Terra [online]**. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/facebook/19481-e-oficial-facebook-e-a-rede-social-mais-utilizada-no-brasil.htm#ixzz21ZUXOI2R>.

IBGE. **Acesso à Internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**. 2008. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2008/default.shtm>. Acessado: 14/07/2012.

Número de usuários de computador vai dobrar até 2012, diz Dell. **Globo.com [online]**. Publicado em: 09/11/2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL175349-6174,00.html> Acessado em: 17/07/2012.

População mundial chega a 7 bilhões de pessoas, diz ONU. **Globo.com [online]**. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/10/populacao-mundial-chega-7-bilhoes-de-pessoas-diz-onu.html>.