

## O underground no programa de web rádio Nosso Rock

The underground on Nosso Rock webradio  
program

Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo



**GUILHERME GONÇALVES DE CARVALHO<sup>1</sup>**

### RESUMO

O programa *Nosso Rock* faz parte de um projeto de extensão desenvolvido por estudantes de cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional (Uninter), cujo objetivo principal é propor uma reflexão sobre a produção de música autoral em Curitiba, mais especificamente de bandas de rock da cidade. O programa, existente desde 2013, propõe dar visibilidade para a percepção de músicos, produtores culturais e pesquisadores de grupos tidos como underground, a respeito da identidade local. Até o momento foram produzidas mais de 60 edições do programa, colocando em contato artistas locais e estudantes. Além da visibilidade para a cena artística curitibana, o programa também visa ser uma ferramenta para a complementação da formação dos alunos, associando a pesquisa e o ensino ao projeto de extensão.

### PALAVRAS-CHAVE

Web rádio. Rock. Curitiba. Cultura underground.

### ABSTRACT

The program *Nosso Rock* is part of an extension project developed by Journalism and Advertising students of Centro Universitário Internacional (Uninter), whose main objective is propose a reflection on the production about authorial music in Curitiba, specifically rock bands. The program, which has existed since 2013, proposes to give visibility to the perception of musicians, cultural producers and researchers considered underground, regarding local identity. So far more than 60 editions of the program have been produced, bringing in local artists and students. In addition to the visibility for the artistic scene in Curitiba, the program also aims to be a tool to complement the students training, linking research and teaching to the extension project.

### KEYWORDS

Webradio. Rock. Curitiba. Underground culture.

Recebido em: 04/10/2016. Aceito em: 21/12/2016.

---

<sup>1</sup> Pós-doutorando em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Doutor em Sociologia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Especialista em Comunicação, Cultura e Arte pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela UEPG. Coordenador e professor do curso de Jornalismo do Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: [guilhermegdecarvalho@hotmail.com](mailto:guilhermegdecarvalho@hotmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5971850606457500>.

## 1 INTRODUÇÃO

O programa de web rádio *Nosso Rock* é um projeto de extensão que visa debater formas de expressão artística da música relacionadas ao chamado rock underground curitibano. A iniciativa consiste na aproximação entre os estudantes dos cursos de comunicação da instituição e músicos, produtores, pesquisadores, entre outros atores da cena musical da cidade, procurando identificar dificuldades e apresentar soluções ou alternativas que permitam a estes grupos planejar futuramente uma carreira artística.

A relação se estabelece a partir do uso da web rádio Uninter,<sup>2</sup> onde os debates ocorrem semanalmente, nas gravações realizadas todas as quintas-feiras, durante 40 minutos, sendo exibidas nas quartas-feiras, às 23 horas, com reprises nas sextas-feiras, às 11 horas. Além da exibição na rádio, são disponibilizados também os *podcasts* dos programas a partir de uma página do projeto no *Facebook*<sup>3</sup> onde os ouvintes podem interagir com o programa, sugerindo entrevistas, enviando perguntas e críticas aos produtores. O programa piloto foi gravado no dia 27 de junho de 2013. Desde então os episódios têm sido gravados semanalmente no laboratório de rádio do Centro Universitário Internacional (Uninter), chegando a um total de 60 programas até a redação deste artigo.

O projeto de extensão procura identificar os elementos que caracterizam a cena underground curitibana. Nesse sentido, queremos saber se um programa de web rádio é capaz de contribuir para apontar os limites e as especificidades que caracterizam a produção cultural da música underground em Curitiba, entendendo o conceito a partir de Carvalho e Nunes (2014).

Por meio do programa, os músicos e produtores da cena underground podem ter acesso a um veículo de comunicação que se propõe a contribuir no seu processo de comunicação, não apenas para a divulgação da manifestação cultural das bandas, mas também no reforço a uma nova maneira de compreender a música produzida localmente. Além disso, o programa também é um importante instrumento de aprendizado para os mais de 15 alunos de

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.uninter.com/radioweb/>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/nossorockcuritiba>>. Acesso em: 15 set. 2016.

## O underground no programa de web rádio Nosso Rock

Jornalismo e Publicidade e Propaganda que já integraram equipes nestes três anos de existência do projeto.

Neste relato de experiência, apresentamos os procedimentos adotados para a realização das atividades, procurando relacionar a produção de um programa jornalístico de vertente cultural e o aprendizado dos alunos. Este projeto de extensão guarda relações com um projeto de pesquisa finalizado em 2015, cujo tema era *Movimentos antimainstream: cultura underground e ciberativismo*. Também estão associados os aprendizados nas disciplinas de *Radiojornalismo, Técnicas gerais de Rádio e Comunicação e Novas Tecnologias*, que compõem a grade do curso de Jornalismo do Uninter. O projeto *Nosso Rock* conta com apoio da coordenação de extensão da instituição por meio da concessão de bolsa para dois alunos de graduação.

## 2 O UNDERGROUND, O RÁDIO E A INTERNET

302 |

Pode-se dizer que o sentido clássico de underground no Brasil caracteriza-se pela proposta subversiva, ou seja, de oposição à ordem social. Traz elementos críticos sobre a cultura e a sociedade, uma vez que se opõe ao *establishment*. Implica no questionamento à cultura massiva e mercantil e, neste sentido, aproxima-se das análises da teoria crítica dos meios de comunicação, estabelecendo uma contradição para a chamada indústria cultural, na qual a obra de arte é transformada em produto mercantil e ao público, compreendido como massa, caberia a tarefa de consumir (ADORNO, 1987). Nesta perspectiva, as artes estão enquadradas em padrões estabelecidos pelos interesses do mercado, definidos pelo comportamento de consumo de produtos. O termo underground, portanto, era assimilado como conteúdos comunicacionais sobre elementos artísticos que apresentavam crítica a toda forma de censura e a tudo que se ligava às políticas governamentais brasileiras. Portanto, no Brasil, underground não é apenas estar fora do sistema mercadológico, mas também expressa a oposição a este esquema (CARVALHO; NUNES, 2014).

Uma das manifestações mais reconhecidas e associadas à cultura underground é o *rock'n roll*. Ela se expressa não apenas por letras de protesto ou de subversão à ordem e à moral quando fala de sexo, drogas, rebeldia ou

expõe contradições sociais, mas também pela autonomia exercitada por bandas que geralmente iniciam suas carreiras de modo independente, isto é, sem o apoio de gravadoras e sua estrutura de produção, promoção e distribuição.

Atualmente existe uma significativa produtividade no que diz respeito à música, sobretudo, quando relacionada ao rock em Curitiba. A maior parte das bandas mantém algum tipo de conteúdo na internet, a partir do qual divulga shows, músicas e informações em geral. De um total de 92 bandas mapeadas pelo grupo de pesquisa, apenas 13 não registraram nenhuma atividade na internet nos últimos dois anos (CARVALHO, 2013). São comuns as contas em redes sociais, mas algumas bandas contam com sites próprios e contas em outras redes menos populares entre a comunidade como *Reverbnation*, *Soundcloud*, *Letras.mus*, *Palco MP3* e *LastFM*, além do *Facebook*.

Os meios de comunicação segmentados reforçam a constituição de uma rede de informações disponível para trocas de conteúdos e participação dos integrantes do grupo de diferentes maneiras. Aliado ao uso das redes sociais como o *Facebook*, tanto em perfis e *fanpages*, como individualmente, e o uso de outras ferramentas da internet como email e armazenadores de arquivos para disposição em *players* de áudio e vídeo e toda a gama de conteúdos em hipertexto, observa-se a constituição do que pesquisadores como Castells identificam como comunidades virtuais. Isto é,

rede eletrônica de comunicação interativa autodefinida, organizada em torno de um interesse ou finalidade compartilhados. [...] podem ser relativamente formalizadas como no caso de conferências com apresentador ou de sistemas de boletins informativos, ou ser formadas por redes sociais que sempre acessam a rede para enviar e recuperar mensagens em horário optativo (mais tarde ou em tempo real). (CASTELLS, 1999, p. 389).

Há uma relação muito próxima entre a constituição das comunidades virtuais e seu caráter contracultural, reforçando a aplicabilidade e aceitação de redes de informação específicas. Inicialmente, as primeiras microrredes que surgiram na internet não aceitavam interesses comerciais, como pode ser identificado na criação da *Usenet*, uma rede de ligação por computadores criada por estudantes da Universidade Carolina do Norte (CASTELLS, 1999). Havia um sentido contraventor na constituição destas redes, já que as primeiras

## O underground no programa de web rádio Nosso Rock

contavam com a *expertise* de *hackers* para sua constituição, de modo que pudessem ser apropriadas em domínio doméstico e não apenas militar ou científico. Esta é também a trajetória do *Facebook*, a maior rede social do mundo (TORRES, 2009).

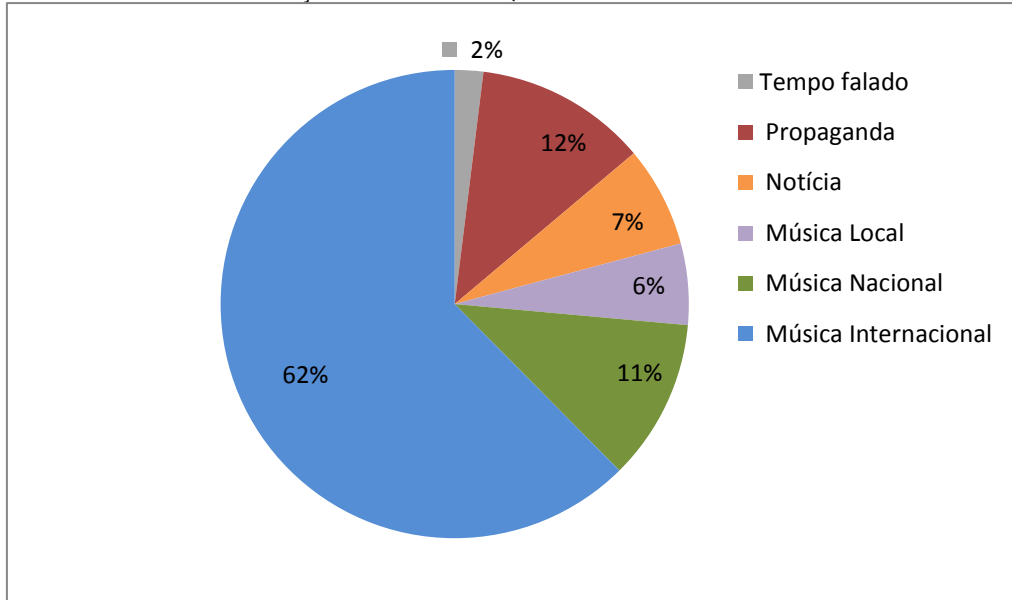
As informações coletadas nos programas dão conta de que o rock curitibano tem uma significativa produção, por vezes premiada nacionalmente. O crescimento da qualidade e da quantidade de bandas underground, por outro lado, contrasta com a pouca expressividade da cena no que diz respeito ao alcance regional ou nacional e, muitas vezes, localmente, conforme descrito por Neto (2004). Os shows das bandas locais dificilmente conseguem atrair grande quantidade de público. A maior parte das bandas mantém uma estrutura amadora, aliada a uma produção irregular e não têm apoio de empresas ou instituições de modo que possam desenvolver um trabalho sustentável exclusivamente voltado para este tipo de manifestação cultural. Não por acaso, uma das principais ações desenvolvidas por estes grupos está na internet. Nos espaços criados e geridos por membros da comunidade, ocorre a troca de informações como, por exemplo, sobre a agenda de shows ou lançamento de músicas novas.

Atualmente existem 24 rádios que compõem o meio de frequência modulada (FM) das rádios curitibanas. São classificadas por conteúdo misto, isto é, que inclui em sua programação produto musical, notícia, entretenimento, religiosidade entre outras, e duas rádios *all news* que exibem apenas notícias, a *BandNews FM* e a *CBN FM*, retransmissoras das chamadas cabeças de rede nacional. As rádios de entretenimento se dividem também por diferentes gêneros musicais.

Do gênero rock existem somente duas rádios exibindo esse tipo de música durante o período de análise. Somente a *Lumen FM* na qual predomina o gênero pop e a *Mundo Livre FM* ainda sobrevivem no dial. Em uma pesquisa sobre a quantidade de horas destinadas para bandas curitibanas na rádio *Mundo Livre* (CARVALHO; GRIMM, 2015), confirmou-se a hipótese de que o espaço dado para bandas locais é pequena em relação às bandas nacionais e internacionais. O tempo das bandas curitibanas correspondeu a sete horas, 37

minutos e 34 segundos, das 160 horas observadas, o que representa apenas 6% do tempo total de programação diária.

GRÁFICO 1 - CLASSIFICAÇÃO POR TEMPO (DECUPAGEM DA RÁDIO *MUNDO LIVRE FM*)



Fonte: CARVALHO; GRIMM (2015).

Considerando o pouco espaço dado às bandas locais, o programa *Nosso Rock* busca dar visibilidade a esta cena, ao mesmo tempo em que procura entender os fatores que a caracterizam desta maneira a partir do ponto de vista de quem participa deste movimento. Assim, mais do que a divulgação da produção local, ainda que este seja um dos componentes do programa, a intenção principal é promover o debate entre os alunos do projeto, os participantes da cena e o público ouvinte que podem acompanhar o programa seja na web rádio ou pelos *podcasts* postados semanalmente. Desta maneira, o que se busca não é uma viabilidade financeira com vistas ao lucro ou sustentação patrocinada para o programa, mas uma produção que alie exclusivamente o interesse científico ao cultural que poderá trazer contribuições tanto para as pesquisas desenvolvidas pelos alunos do projeto de pesquisa, quanto para os participantes da cena na formação de um público local.

### 3 PROCEDIMENTOS APLICADOS

O projeto conta com um professor orientador e uma equipe composta de até cinco alunos. A seleção dos participantes ocorre por meio de análise do

## O underground no programa de web rádio *Nosso Rock*

currículo e entrevistas que visam identificar o perfil e o grau de interesse dos estudantes. Ou seja, é necessário que haja algum tipo de envolvimento dos alunos com aspectos culturais, sobretudo, com relação à música, além do objetivo de poderem participar de um programa de rádio que pode contribuir para sua futura vida profissional.

Para integrar a equipe, os estudantes são orientados de modo a compreender o processo de produção de um programa de rádio, identificando as rotinas produtivas. Também se demanda um determinado tempo para a pesquisa sobre o conteúdo a ser abordado em cada programa. Este trabalho acaba aliando o desenvolvimento da pesquisa científica ao projeto de extensão. Por fim, há também a preocupação sobre os aspectos técnicos para locução, apresentação e elaboração do roteiro. A edição também é uma das etapas a serem pensadas durante o trabalho. Estas atividades associam-se às disciplinas de cunho mais prático desenvolvidas durante os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

306

A produção do programa *Nosso Rock* conta com a seguinte lista de tarefas e funções: a) editor-chefe/apresentador (dirige a equipe e apresenta o programa); b) produtor de conteúdo (pensa em perguntas e seleciona demais conteúdos); c) produtor geral (agenda entrevistado); d) produtor pesquisador (organiza um breve texto sobre o tema proposto e sugere perguntas); e) promotor (quem faz a ponte com o editor de áudio e faz a divulgação via redes sociais e outros espaços); f) editor (faz a edição técnica dos programas).

É comum os alunos acumularem funções, dependendo da quantidade de participantes. O professor orientador atua apenas na revisão dos roteiros que são produzidos semanalmente pelos próprios alunos. Da mesma maneira, o professor orientador confere as propostas de nomes de convidados sugeridos pelos alunos e o tema a ser abordado, visando à manutenção da proposta inicial do projeto.

Além do professor orientador e dos alunos, o programa também conta com a participação de um técnico de som que opera a mesa de áudio do estúdio e ajuda nos processos de edição do programa.

Em um ano de programa, vários estudantes de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda já participaram da produção e contribuíram de alguma maneira para o andamento do projeto.

Observado os procedimentos e rotinas desenvolvidas, segue-se o padrão já consolidado no mercado de trabalho. Para tanto, utiliza-se as recomendações de Prado (1989) e Barbeiro e Lima (2003). Vejamos.

Primeiro passo: reunião de pauta para definição do próximo convidado e do tema e divisão de tarefas.

Segundo passo: alunos desenvolvem o roteiro e encaminham ao professor orientador para avaliação. Feitas as correções, o roteiro é devolvido aos alunos.

Terceiro passo: a gravação realizada todas as quartas-feiras conta com a presença da equipe. Enquanto o apresentador e o comentarista (um dos produtores) participam da gravação diretamente, o produtor fica encarregado de fazer fotografias do convidado para registro. O diretor acompanha o editor no processo de captação dos conteúdos, bem como dos cortes e avaliação da qualidade sonora.

Quarto passo: veiculação na web rádio Uninter, realizada pela equipe técnica do laboratório de rádio e divulgação nas redes sociais para os ouvintes, realizada pela própria equipe de estudantes.

Eventualmente, nas reuniões semanais de pauta, também são realizados debates que visam avaliar o trabalho realizado na semana anterior. As orientações do professor coordenador do projeto incluem não apenas a definição do tema e dos convidados, mas também dicas para o trabalho em rádio, como tom de voz, elaboração de perguntas, técnicas de voz, entre outros elementos importantes para o trabalho em rádio.

A organização garante liberdade para os alunos elaborarem as pautas. Apesar das diferenças de função, a equipe trabalha de modo horizontalizado, priorizando a criatividade e o bom relacionamento.

A maneira como está organizado o projeto também traz limitações. Ao estarem responsáveis de forma autogerida das suas produções e de maneira sistêmica, ocorrem falhas eventuais quando um dos participantes não cumpre sua parte. Os problemas são avaliados nas reuniões de pauta realizadas



## O underground no programa de web rádio **Nosso Rock**

semanalmente e, desse modo, os próprios participantes da equipe estabelecem cobranças entre si para que o trabalho seja mais bem aproveitado.

A vantagem desse tipo de gestão está no treinamento promovido pela simulação de uma situação profissional que futuramente estes alunos podem enfrentar. Os conflitos são comuns em ambientes de trabalho e podem contribuir para que o grupo desenvolva produtos melhores, afinal, seus nomes estão listados nos créditos finais de todo programa.

### 4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Cada edição contém aproximadamente 40 minutos no total. O roteiro do programa é pensado a partir deste limite de tempo e inclui os seguintes elementos: abertura; músicas de bandas curitibanas; entrevista; dicas; créditos.

Para cada programa é pensado um tema diferente que tenha relação com o objeto de debate do programa, ou seja, a cena underground em Curitiba. O tema, no entanto, está condicionado ao perfil do entrevistado. No estúdio, o apresentador é responsável em conduzir o programa com as entrevistas, mas ele também conta com o apoio de algum outro membro da equipe para a locução das dicas e anúncio dos canais de contato.

As entrevistas seguem um roteiro jornalístico para exploração de assuntos variados, enquadrados na temática do rock underground local. Assim, a promoção das bandas dá lugar à promoção do tema, de modo que o entrevistado seja instigado a dar seu ponto de vista a respeito do tema central do programa.

FIGURA 1 - MODELO DE ROTEIRO DO PROGRAMA *NOSSO ROCK*

UNINTER CENTRO UNIVERSITÁRIO		<b>Nosso Rock</b>	
RÁDIO		TEMA: „A migração de bandas do interior para a capital, e a diferença entre as cenas” DATA: 12/11/2014 TEMPO TOTAL: 30 Minutos Nº: A-01	
<b>Técnica</b>	<b>VINHETA</b>	<b>Locutor A</b>	<b>APRESENTAÇÃO:</b> //Boa noite a todos, esta no ar o “Nosso Rock”, o programa dedicado a cena do rock curitibano. Você está na rádio web Uninter. o “Nosso Rock” é exibido as Quartas as 23h e Segunda as 1,30. (Cumprimentar quem mais estiver no estúdio) E o convidado de hoje é o vocalista da banda de Heavy Metal Beltrane, Marco Bührer.//
<b>Locutor B</b>	<b>CONTATOS:</b>	<b>Locutor B</b>	Criticas, sugestões e comentários. <a href="https://www.facebook.com/nossorockcuritiba">facebook.com/nossorockcuritiba</a> <a href="mailto:nossorocktba@gmail.com">nossorocktba@gmail.com</a>
<b>Locutor A</b>	<b>ENTREVISTA:</b>	<b>Locutor A</b>	Banda de Heavy Metal tradicional, formada 1996 em Itaiti, no interior do Paraná e que atualmente tem seus membros morando nas cidades de Ponta Grossa e Curitiba, ambas no Paraná. Caracteriza-se por fazer um som pesado, direto e energético, com grande sinceridade e autenticidade, sempre influenciado pelos grandes clássicos do metal, progressivo e rock and roll dos anos 70 e 80. São estas qualidades que fazem dos shows do Beltrane uma experiência empolgante e divertida, tanto para o público quanto para a banda.  A formação atual da banda conta com Marco Bührer nos vocais, Marcelo Ferrasa na bateria, Guilherme Silva na guitarra e Claiton Langner no baixo.  1) A banda foi formada em Itaiti, interior do paraná em 96. Como é a cena no interior do estado? O público tem uma aceitação maior?

UNINTER CENTRO UNIVERSITÁRIO		<b>Nosso Rock</b>	
RÁDIO		TEMA: „A migração de bandas do interior para a capital, e a diferença entre as cenas” DATA: 12/11/2014 TEMPO TOTAL: 30 Minutos Nº: A-01	
<b>Técnica</b>	<b>Loc.</b>	<b>Locução</b>	
<b>Locutor B:</b>		2) O interior do paraná tem como tradição, formar duplas sertanejas. Qual o motivo para fugir desta tradição e montar uma banda de heavy metal? Algum integrante da banda pensou em seguir carreira neste estilo de musica tradicional?	
<b>Técnica:</b>	<b>ÁUDIO:</b>	Beltrane - Lord of Death	
<b>Locutor A:</b>		Você está na Rádio Web Uninter <a href="http://www.uninter.com/radioweb/">http://www.uninter.com/radioweb/</a> . No programa de hoje, estamos recebendo aqui no estúdio o vocalista da banda de Heavy Metal Beltrane, Marco Bührer.  3) Comparando a cena do interior do estado com a da capital, quais as diferenças entre elas, e o que elas tem em comum?  4) Faz quanto tempo que a banda migrou para capital? Qual foi o ponto chave que levou a banda a tomar esta decisão?	

Fonte: O autor.

TABELA 1 - LISTA DE ENTREVISTADOS (ORDEM ALFABÉTICA)

Alexandre (Xaca)
Ana Heck
André - Rádio 91 Rock
Augusto
Banda Clamore
Banda Confraria Costa
Banda FAL 762
Banda Oh My Dogs
Banda Big Time Orchestra
Banda Black Maria
Banda Braveheart
Banda Cefa
Banda Clau
Comunidade Golgota
Especial Xaca, Leo, Andre 91 Rock
Fabiano Guolo
Fabio Elias
Fernando Cavalaro
Guilherme Carvalho

## O underground no programa de web rádio Nosso Rock

Hallan Depetriz
Henrique Vivi
Janghi Sebastian e Adriano Ribeiro
Jean Fermino
Johaine Droppa
Juliano Bertelli
Juliano Lutz e Adriano Santos
Machete Bomb
Máira Nunes
Mano Seixas
Marcelus Santos
Marco Buhner
Marco Lacerda
Matte Na'Marra
Mauro Mueller
Medicos de Cuba
Michele Mabele
Milk'n Blues
Otacílio Vaz
Patricia Filus
Paulão de Carvalho
Pedro Hey Branco
Rato
Régis Luis Cardoso
Renegados do Folk
Ricardo Brito e Gabriel do "Morthure"
Ricardo Maranhão
Rodrigo "Bob" Godoy (Efrata)
Ruído/mm
Sole/Tiago
Studio Play 31
Thais Choma
The Boogie Woogie Pinelands
Toda Herança Corrupta (THC)
TV Fusão
Vladimir Urban
Wigand
Yeanpierre Caipo

Fonte: O autor.

Por meio dos canais de contato o público ouvinte pode participar da programação tecendo sugestões ou comentários que podem ser enviados pela página do grupo no *Facebook* ou email. Este recurso é utilizado como ferramenta de interatividade, entendendo, a partir de Meditsch (1999), que a uma web rádio exige maior grau de interatividade com o público, considerando-o participante do conteúdo, diferentemente do ouvinte passivo.

Assim, além da disponibilização do conteúdo ao vivo no *link* da rádio, os programas também são disponibilizados em formato MP3 por meio de *sites* como *YouTube* e *Groovshark*. Os *links* destes programas são postados no *Facebook*, onde é possível encontrar comentários, curtidas e compartilhamentos dos conteúdos do programa. A conta também inclui posts promocionais e fotos dos entrevistados.

No que diz respeito à interatividade, nota-se pouca participação de ouvintes. Em geral, as reações em redes sociais são pontuais e ligadas aos participantes do programa, marcados nas postagens. O problema muito provavelmente está relacionado ao pouco conhecimento sobre a rádio e por estar exclusivamente em ambiente digital.

Uma das ações desenvolvidas para buscar audiência foi a realização e promoções com sorteios de CD's de bandas que participaram do programa. A baixíssima participação nas promoções apenas demonstraram que a audiência continua sendo o maior problema do programa. Ainda assim, toda a produção segue com a percepção de que existe um público ainda que hipotético, uma vez que os arquivos estão disponíveis em forma de *podcast* e podem ser acessados a longo prazo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com relação à música underground, considera-se que a acessibilidade de conteúdos produzidos por bandas locais alimenta a produção da chamada música autoral. Pela primeira vez as bandas sem espaço em veículos de comunicação tradicionais ou mesmo os fanzines impressos em papéis e distribuídos um a um em locais específicos, ganharam um mundo inteiro de potenciais ouvintes.


A possibilidade de produzir conteúdos é justamente o que se potencializa com a difusão da internet, permitindo que o público seja também produtor de conteúdos (ANDERSON, 2006). A 'nova arquitetura da participação' promove a democratização de ferramentas de proliferação e distribuição, de modo a quebrar o esquema de grandes empresas já consolidadas. Essa condição, no entanto, parece distante da realidade, uma vez que existe pouca interatividade e participação do público sobre o programa. É raro observar

## O underground no programa de web rádio *Nosso Rock*

algum tipo de engajamento na página do programa no *Facebook*, curtida por mais de 500 pessoas, ainda que as postagens sejam frequentes (cerca de três por semana, incluindo o áudio dos programas). O problema pode estar relacionado a pouca visibilidade do programa. Por este motivo, um dos objetivos do grupo é estabelecer parceria com alguma rádio local para exibição dos programas no *dial*.

Reforçando a quebra dos esquemas de hits, os membros dos grupos também têm melhores condições de mapear os conteúdos que gostariam de acessar. No caso das bandas de Curitiba, observa-se o uso de diferentes ferramentas da internet para disponibilização e busca de conteúdos, acelerando-as vertiginosamente, tanto na velocidade dessas trocas, como no volume de conteúdos que podem ser acessados e de modo personalizado.

A partir do programa *Nosso Rock*, pudemos observar os fatores que influenciam a produção musical underground em Curitiba. Por outro lado, o programa tem contribuído para o aprofundamento deste debate. Ao possibilitar que participantes da cena e pesquisadores tenham um ponto de encontro público para o debate, ambos assumem um compromisso social. Os primeiros são orientados pela promoção de uma identidade cultural própria, enquanto que os segundos passam a ter mais elementos para suas análises acadêmicas.

Além disso, os alunos participantes também podem desenvolver suas habilidades, participando de todo o processo produtivo. Nesse sentido, o *Nosso Rock* passa também a ser um instrumento para a complementação da formação dos alunos. 

312 |

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**: produção, ética e internet. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARVALHO, Guilherme. **Webbangers**: quando o heavy metal curitibano invade a internet. 2013, 84 f. Monografia (Especialização em Comunicação, Cultura e Arte) – Escola de Comunicação e Artes, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2013.

CARVALHO, Guilherme; GRIMM, Thaís. Rock marginal: o local na rádio curitibana Mundo Livre FM In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL,

**Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 6, n. 19, p. 300-313, jul./dez. 2016

ISSN: 1981-4542

17., 2016, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0247-1.pdf>>. Acesso em: 2 jul. 2016.

CARVALHO, Guilherme; NUNES, Máira. Underground e ciberespaço: uma leitura atual para estudos da Comunicação. **Revista Uninter de Comunicação**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 201-216, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.uninter.com/web/revistacomunicacao/index.php/revistacomunicacao/artic le/view/554/315>>. Acesso em: 7 maio 2015.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999. (v. 1).

MEDITSCH, Eduardo. A nova era do rádio. O discurso do radiojornalismo como produto intelectual eletrônico. In: DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sônia Virgínia (Orgs.). **Rádio no Brasil**: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro: EDUERJ; Brasília: Editora UnB, 1999.

NETO, Manoel (Org.). **A (des)construção da música na cultura paranaense**. Curitiba: Aos quatro ventos, 2004.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.