

FESTA COMPLETA, COM AFETOS E PERTENÇAS, UM ESTUDO DE CASO EM TORNO DO “FESTIVAL DA COMIDA CONTINENTE”, PORTO-PORTUGAL

COMPLETE PARTY. WITH AFFECTIONS AND BELONGINGS. A CASE STUDY AROUND THE “FESTIVAL DA COMIDA CONTINENTE”, PORTO-PORTUGAL

Diego Soares Rebouças

PhD student in Sociology at the Faculty of Arts of the University of Porto (Porto/Portugal).
E-mail: diego Soares reboucas@gmail.com

Paula Guerra

Doutora em Sociologia pela Universidade do Porto (Porto/Portugal).
Professora Associada na Universidade do Porto – Faculdade de Letras – Departamento de Sociologia (Porto/Portugal).
E-mail: pguerra@letras.up.pt

Recebido em: 6 de março de 2024
Aprovado em: 16 de junho de 2024
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
BCIJ | v. 4 | n. 2 | p. 201-225 | jul./dez. 2024
DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v4i2.3825>



RESUMO

O universo dos festivais, para o estudo da cultura de *fandoms*, tem se tornado cada vez mais uma paragem obrigatória para a compreensão das dinâmicas culturais das/nas sociedades contemporâneas. Enfocando o "Festival da Comida Continente 2023" como caso emblemático, este artigo promove uma análise de como comida e música, como cernes da programação do evento, tornam-se vetores de agregação e sociabilidade para a elaboração do que alguns estudiosos têm chamado/identificado de cenas culturais (Bennett, 2004, 2014; Blum, 2001; Guerra, 2024, 2021, 2018, 2017, 2016). Importa referir que o caso em estudo levanta condições para desenharmos o conjunto de comportamentos do público do festival como o principal promotor de uma lógica de coletivização pulsante, de partilha de interesses que se inter-relacionam e se externalizam tornando-se uma fulcral parcela para a existência da cena cultural.

Palavras-chave: Festivais. "Festival da Comida Continente". *Fandom*. Cultura Alimentar. Cultura Musical.

ABSTRACT

The universe of festivals, for the study of fandom culture, has increasingly become an obligatory point for understanding the cultural dynamics of/in contemporary societies. Focusing on the "Festival da Comida Continente 2023" as an emblematic case, this article promotes an analysis of how food and music, as the core of the event's programming, become vectors of aggregation and sociability for the elaboration of what some scholars have called/identified of cultural scenes (Bennett, 2004, 2014; Blum, 2001; Guerra, 2024, 2021, 2018, 2017, 2016). It is important to mention that the case under study raises conditions for us to design the set of behaviors of the festival's public as the main promoter of a logic of pulsating collectivization, of sharing interests that are interrelated and externalized, becoming a central part for the existence of the cultural scene.

Keywords: Festivals. "Festival da Comida Continente". Fandom. Food Culture. Musical Culture.



1. INTRODUÇÃO

No presente artigo, adentramos ao universo dos festivais como caso paradigmático de vivência da cultura de fãs na contemporaneidade. Iremos ocupar-nos de um evento amostral entre os festivais com um enfoque específico: os que apostam no cruzamento de aspetos gastronómico-musicais da cultura de um dado local. O caso em análise é o “Festival da Comida Continente”¹, evento anualmente realizado pela rede de supermercados Continente – uma das empresas da maior rede retalhista de Portugal, a Sonae² – que oferece programação para um público amplo em que, além de atividades recreativas que visam atender diversas faixas etárias, atraindo, sobretudo, as famílias, ou seja, adultos, jovens e crianças de diversas faixas etárias, reúne atrações culturais no âmbito da música e da culinária, configurando esses dois últimos como os principais eixos programáticos do festival, e juntando num mesmo espaço, gerações, gêneros musicais e estilos culinários diversos.

Nos dias 8 e 9 de julho de 2023, no Parque da Cidade do Porto – Portugal, realizou-se a quinta edição do referido evento, apresentando os mais atuais destaques dos territórios culturais alimentar e musical, estruturando a programação em torno de experiências gastronômicas, *showcookings*, *workshops*, degustações/provas de vinho, shows musicais, passatempos e entretenimentos diversos. Além disso, a presença de uma icônica roda gigante a conectar o verde do parque e o azul do mar, atesta mesmo o tempo-espaço, numa cidade como o Porto, a chegada do verão, a época mais intensa da realização de festivais em toda Europa, na qual Portugal mantém participação ativa no circuito, atraindo públicos heterogêneos, desde os moradores locais, como portuenses em si – no caso em questão – e imigrantes residentes na cidade e arredores, mas sem esquecer da intensa circulação turística de pessoas de outras partes do mundo que para o norte do país acorrem, sobretudo, nessa altura.

Na era em que podemos considerar como de uma intensa festivalização da cultura (Bennett *et al.*, 2014) e tendo esse aspeto como um fator de socialização inerente às cenas contemporâneas mundiais (Guerra, 2017), problematizaremos o papel do “Festival da Comida Continente” na rota dos festivais nacionais de verão e no aspeto da celebração da cultura de fãs em torno de dois grandes eixos da

¹ O evento teve sua primeira edição em 2017, com o nome “Festa Continente”, realizado já no Parque da Cidade, onde acontece até hoje, e é produzido pela *Expanding World*, produtora nacional de eventos. Devido às restrições relativas à pandemia Covid-19, não foram realizadas as edições de 2020 e 2021.

² A Sonae é uma multinacional que gere um portfólio diversificado de negócios nas áreas de retalho, serviços financeiros, tecnologia, imobiliário e telecomunicações (...). Criamos valor económico e social de longo prazo, levando os benefícios do progresso e da inovação a um número crescente de pessoas. Cf. <https://sonae.pt/pt/>



vida social e cultural: a comida e a música, elementos de sociabilidade com grande potencial de evocar sentimentos de união e familiaridade, de identidade e representação (Guerra, 2018).

2. NO MEIO DA MULTIDÃO: OS PASSOS INVESTIGATIVOS

É relevante notabilizar que este trabalho é parte de uma pesquisa doutoral em curso que enfoca as culturas alimentares no âmbito das vidas de imigrantes cearenses (brasileiros) a viverem no Porto-Portugal³. A partir da realização de grupos focais com sujeitos relevantes para a pesquisa, desvelaram-se pistas de compreensão das formas de sociabilidade dos cearenses que vivem na cidade do Porto. Em algumas ocasiões, os participantes mencionaram uma espécie de organização prévia de pequenos grupos de amigos/conhecidos que acorrem para encontros integrativos e de lazer, como é o caso do Festival da Comida Continente, o que chamaram, por vezes, de “uma tradição”, por já ser habitual marcarem encontro em ocasiões específicas como no evento mencionado. Com essa pista metodológica, e a partir daí, apostamos nas incursões etnográficas especificamente nos dias do festival, tendo sido a primeira incursão em julho de 2023, na qual manteve-se contato com os sujeitos de tais grupos durante os dias do evento no Parque da Cidade do Porto, mas também a sondagem se deu com outros festivaleiros. A observação sistemática e ativa também foi possível em julho de 2024, quando o festival promoveu sua 6ª edição, o que, apesar de proporcionar a ratificação de algumas hipóteses, no âmbito do festival em 2024, não serão analisadas aqui nesse texto.

A efetiva recolha de material empírico prendeu-se tanto à realização de registos fotográficos e audiovisuais no curso da imersão etnográfica, quanto na recolha de dados de arquivos e *press clipping* em diversos canais digitais mediáticos, mencionados no decorrer da exposição textual e referenciados com os links para consulta. Para além disso, consultas/entrevistas rápidas e informais foram realizadas nos dias do evento com o público em geral, a partir de uma abordagem aleatória que acompanhou os movimentos de vivência do/no festival (socialibilidade nos diversos spots do festival; conversas informais durante a permanência das filas; conversas pós-evento etc.).

³ O projeto #Somosquecomemos. Culturas alimentares diaspóricas – trânsitos, fluxos e interfaces cimenta-se na explicação e percepção/compreensão de um legado cultural alimentar partilhado entre o Norte de Portugal e o Ceará-Brasil desde meados do século XX até à atualidade, numa abordagem transdisciplinar e multissituada, fundada na apreensão da história social/geográfica dos sabores/práticas/identidades, composta por referências gustativas, sentimentos de pertença translocais diaspóricos. Saliente-se que se trata de um projeto de pesquisa de doutoramento financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia – FCT.



A partir desse desenho metodológico, buscaremos fazer uma leitura do festival e confrontá-la com um aparato teórico assente nas questões contemporâneas das culturais alimentares, da música e dos festivais e suas interseções com a cultura dos fãs, percebendo como esses aspectos tornam-se elementos aglutinadores de públicos e se configuram na ideia de cena cultural vistos na perspectiva da vivência nos dias do festival em análise.

3. UMA GENEALOGIA DO FESTIVAL DA COMIDA CONTINENTE 2023

Historicamente, os festivais têm-se afirmado como importantes formas de participação social e cultural, espaços-tempos de celebração e partilha (de valores, de ideologias, de mitologias, de crenças), fundamentais na estruturação das comunidades e sociedade. Na literatura antropológica, o festival é interpretado como ritual público; uma “carnavalização” do real face à qual os membros das comunidades participam (re)afirmando e celebrando vínculos sociais, religiosos, étnicos, nacionais, linguísticos e históricos, numa articulação entre a ontogênese dos seus valores vigentes e a sua projeção no futuro societal (Guerra *et al.*, 2017, p. 1).

“Um festival que bate recordes, ano após ano” é como se intitula o “Festival da Comida Continente” (Figura. 1), tendo, em 2022, ganho o segundo lugar na categoria ‘Festival e eventos próprios’ no prêmio internacional BEA World⁴, que concede destaques ao que de melhor se faz a nível de criatividade e inovação da indústria em escala global. Em 2023, seguindo o recorde de 2022, mais de 500 mil pessoas estiveram presentes no Parque da Cidade do Porto (local onde ocorre habitualmente) para participar da programação do festival da rede Continente, o qual reúne tanto artistas de destaque no campo musical, como também chefes de cozinha de renome, que têm sua participação configurada em capitanear as coordenadas culinárias da programação do evento, disponibilizando pratos representativos preparados durante o evento para a apreciação do público.

⁴ *Bea World is an initiative that recognises and promotes excellence in events and live communication across the whole world and takes place in the context of Bea World – The International Festival of Events and Live Communication. Created in 2006 to foster and advance the importance of events in the marketing plans of large and smaller corporations, the Best Event Awards (formerly known as EuBea – European Best Event Awards) have helped participating agencies from 40 countries in finding inspiration and new ideas for their events, and are now acknowledged as the main and most challenging international industry recognition. As in previous years, shortlisted agencies contesting for the renowned golden elephant awards will have the opportunity to present their projects live to the Jury and Bea World Festival delegates. Cf. <https://beaworldfestival.com/the-best-event-awards/>*



Figura 1 – Fotografia panorâmica do público presente no Parque da Cidade do Porto, em torno do Palco Continente, onde acontecem os shows e outras atividades da programação do Festival Continente



Fonte: site da rede Continente. Cf. <https://feed.continente.pt/novidades/festival-comida>

O Parque da Cidade do Porto, que anualmente recebe o festival, tem uma particular localização, já que é fronteiro com o litoral da cidade (Praia de Matosinhos/Oceano Atlântico), tratando-se do maior parque urbano de Portugal, planejado por anos, mas construído efetivamente à partir de 1991, de maneira a integrar-se ao tecido citadino embora preservando em si lagos e paisagens naturais, *spots* para convívio, leitura e outras atividades, tornando-se um espaço socialmente gestado contra a lógica costumaz da aceleração e do imediato que as grandes cidades tendem a seguir. É para lá que acorrem programações que contrastam com a rotina laboral, com o trânsito intenso e caudaloso, com a pressa para atender agendas e cronogramas, cedendo espaço para uma promoção voltada ao bem-estar social, como atividades físicas – individuais e em conjunto; para a frequente realização de feiras agroecologias; para a manutenção de um centro de educação ambiental e, como é o caso deste recorte, para encorajar a gesta de eventos/festivais de naturezas e dimensões diversas.

A maior (e principal) parte da programação do festival acontece em um pavilhão agregado ao espaço verde do parque conhecido como *Queimódromo*, uma área aberta de 45.000 m², “dotada de iluminação e infraestruturas elétricas, distribuição de água e saneamento. Beneficia de excelentes acessos e ótimo enquadramento, sendo contíguo à Praia Internacional do Porto e ao Parque da Cidade do Porto”⁵. O

⁵ O espaço tem vindo a ser alvo de diversas obras de melhoria e requalificação das suas infraestruturas, estando apto a receber os mais variados eventos, de que são exemplos, entre outros, a Queima das Fitas do Porto, o Primavera Sound, o Festival de Comida Continente, o Red Bull Air Race, a Maratona do Porto, entre outros. Cf. https://www.agoraporto.pt/plataformas/queimodromo_1



nome do pavilhão relaciona-se com a realização de outro grande evento da cidade do Porto de projeção nacional: a “Queima das Fitas”, basicamente, o desfecho festivo do ano letivo acadêmico em curso, tendo lugar no mês de maio de cada ano.

Procuramos trazer um breve panorama das características e dimensões espaciais do local que acolhe o “Festival da Comida Continente”, um circuito integrado e planejado para a sociabilidade e a reunião de públicos como os que ocorrem ao evento. Nos mapas a seguir (Figura 2 e Figura 3), relativos a diferentes anos de realização do festival, ratifica-se a integração dos diferentes ambientes do parque durante as atividades da sua programação, que visa sempre otimizar o fluxo dos públicos pelas diferentes áreas que compõe o projeto espacial e temporal do evento.

Figura 2 e Figura 3 – Da esquerda para a direita, o mapa do espaço físico da programação do 5.º Festival da Comida Continente (2023), e o do festival em sua 2ª edição (2018). As ilustrações funcionam como suportes orientadores para o fluxo dos públicos nos dias do evento.





Fonte: Respetivamente, site da Agenda Cultural do Porto Cf. <https://agendaculturalporto.org/eventos/festival-do-continente-porto-2023/> e site do grupo Sonae Cf. <https://sonae.pt/pt/media/press-releases/faltam-24-horas-para-comecar-o-festival-que-faz-da-comida-um-espetaculo/>

No âmbito das experiências gastronómicas, o festival apresenta opções distribuídas no espaço global do evento, tendo concentradas as atividades principais que envolvem os chefs convidados, no pavilhão "Cozinha Continente", que em edições anteriores chamava-se "Cozinha dos Chefs". Ali dispõem-se as cozinhas montadas, com todo aparato necessário para a atuação dos *chefs* nos dias do evento; as stands de atendimento ao público e uma grande praça de alimentação com mesas e bancos. O espaço é dotado, visualmente, de sinalizações orientadoras que facilitem o *flow* do público pelos vários ambientes do evento, e também onde são anunciados em formatos audiovisuais, as próximas atrações da feira. Ao lado da "Cozinha Continente", localiza-se o espaço antes chamado "Mega Churrasco", que depois passou a se intitular "Grelha do Chakall", como é chamado até hoje. O espaço é nomeado com uma referência ao comando ativo do *chef* argentino Chakall, radicado em Portugal, estando a frente da secção do preparo dos grelhados. Eduardo Andrés Lopez (Chakall), de 51 anos, é um *chef* de cozinha que nasceu na Argentina, mas que adotou a vila portuguesa de Lourinhã para morar, e que em parceria com



a irmã Silvína Lopez, passou a empreender no ramo da gastronomia no país, já tendo inaugurado, até o presente, nove negócios gastronômicos em cidades portuguesas.

Afora Chakall, no ano de 2023, outros cinco profissionais da cozinha estiveram no comando da produção culinária, tais como o *chef* Diogo Rocha, que atua com um restaurante de base regional em Viseu – Portugal; o *chef* Kiko Martins, com seis restaurantes no país e também livros de gastronomia publicados; o *chef* Hélio Loureiro, portuense que foi chefe executivo das cozinhas de diversos hotéis renomados e também do Futebol Clube do Porto; a *chef* Noélia Jerónimo, mais conhecida como a “Cozinheira dos *Chefs*”, ou a “Rainha da Ria Formosa”, que dedica-se ao desenvolvimento da cozinha algarvia e mediterrânica; e o *chef* Manuel Almeida, um cozinheiro que se engaja com as diversas experiências que podem vir de um insumo específico: o bacalhau, uma das suas maiores especialidades.

Além das degustações gratuitas, que ficaram a cargo das *stands* dos parceiros e fornecedores, outros ambientes voltados para a culinária estiveram na base programática do evento/espço. Os ambientes “Cozinha de rua e Oktoberfest”; “Sobremesas”; e “Praça dos Vinhos”, também dispuseram de opções culinárias/degustativas. Nos dois primeiros, o circuito era montado com a presença de *stands* e *roulottes* com ementas variadas de *finger foods* a preços que constavam divulgados nos suportes visuais de cada expositor.

Já a “Praça dos Vinhos” teve o custo, para os festivaleiros, apenas para se adquirir o copo de acrílico para vinho, caracterizado com o logo do festival, no qual se podia fazer degustações à vontade nas *stands* dos expositores vlnicos. É importante destacar o papel do vinho não apenas no festival em questão, mas mesmo na gastronomia portuguesa, visto que é um dos exponenciais da cultura alimentar de Portugal e a bebida mais consumida pelos portugueses⁶, segundo o SICAD⁷, seguido da cerveja, em segundo lugar. O relatório anual⁸ da mesma instituição revelou, em levantamento finalizado em 2023, que em 2022 Portugal liderou o *ranking* como país que mais consumiu álcool *per capita* ao redor do mundo, destacando que a bebida fermentada advinda da uva é a preferida entre os portugueses. O sentimento de pertencimento e identidade passa, dessa forma, pela experiência enogastrnômica, sendo, portanto, uma secção que

⁶ No topo da lista dos consumidores de vinho, está a população mais velha, enquanto que os mais jovens, preferem a cerveja e outras bebidas. Disponível em: https://www.sicad.pt/BK/Publicacoes/Lists/SICAD_PUBLICACOES/Attachments/193/Sumario_Executivo_ALCOOL_2022.pdf. Acesso em: 07 jan. 2024

⁷ SICAD – Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências. Disponível em: <https://www.sicad.pt/pt/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 07 jan. 2024

⁸ Relatório Anual 2022 – A situação do país em matéria de álcool. Disponível em: https://www.sicad.pt/BK/Publicacoes/Lists/SICAD_PUBLICACOES/Attachments/193/Sumario_Executivo_ALCOOL_2022.pdf. Acesso em: 07 jan. 2024



não poderia faltar ao “Festival da Comida Continente”. As outras bebidas como cervejas, cidras, sangrias, licores e afins eram vendidas em *stands* respetivas, a copo reutilizável e a preços comerciais.

Ao todo, e conforme registos da imprensa e dados de circulação e de vendas fornecidos pela organização do evento no *clipping*, foram servidas mais de 50 mil refeições durante os dois dias do festival, que fez circular em torno de 500 mil pessoas nos dois dias de realização. Apesar de ter sempre acesso gratuito, bem como boa parte das atividades e programações de entretenimento, o festival manteve, em 2023, o custo de €5,00 por cada um dos pratos de autor preparados pelos próprios *chefs* presentes no *catering* dessa edição do festival. Ao todo, foram oferecidos seis preparos diferentes e descritos conforme o quadro abaixo (Figura 5). Em seguida, algumas imagens dos pratos feitas durante nossa incursão no evento (Figura 6).

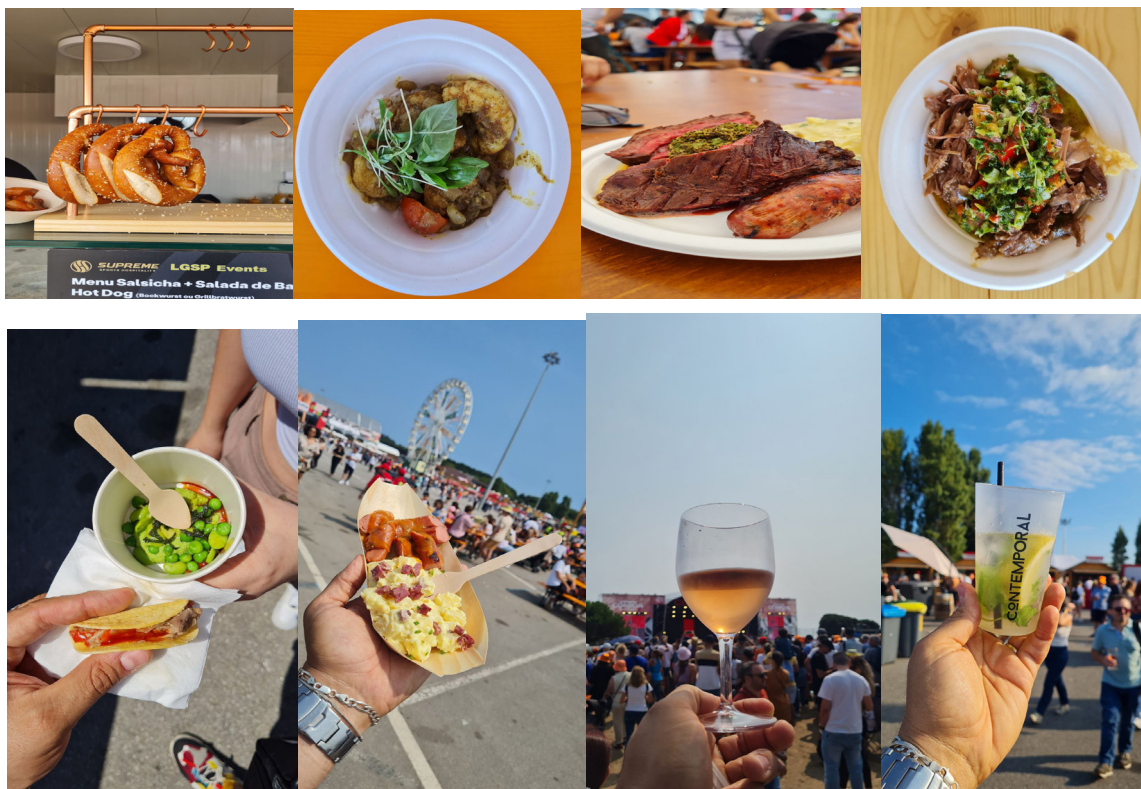
Figura 5 – Lista, em sequencia alfabética, dos *chefs* de cozinha que atuaram no Festival da Comida Continente 2023

FESTIVAL DA COMIDA CONTINENTE 2023		
CHEFS DA COZINHA CONTINENTE		
CHEF	NACIONALIDADE	PRATO
CHAKALL	ARGENTINA	SALCHICHA ARGENTINA CRIOLLA, FRALDINHA CHIMICHURRI E SALADA DE BATATA FRIA
DIOGO ROCHA	PORTUGAL	VITELA A MODA DE LAFÕES
HÉLIO LOUREIRO	PORTUGAL	TRIPAS À MODA DO PORTO
KIKO MARTINS	BRASIL/PORTUGAL	CARIL DE CAMARÃO COM MAÇÃ VERDE E ARROZ BASMATI
MANUEL ALMEIDA	PORTUGAL	LOMBO DE BACALHAU COM ARROZ DE TOMATES E COENTROS
NOÉLIA JERÓNIMO	PORTUGAL	COUSCOUS DO MAR COM CORVINA

Fonte: projeto #Somosoquecomemos



Figura 6 – Alguns dos pratos⁹ dos *chefs* do Festival da Comida Continente 2023 e outras comidas das *stands* e Cozinha de Rua / Oktoberfest.



Fonte: projeto #Somosquecomemos

Adentrando ao outro eixo principal do evento – a música – o “Palco Continente” foi montado com proporções e produção como as de qualquer outro festival em que se pague pelos bilhetes, com destaque para a qualidade estrutural, sonora e de iluminação (Figura 1). O cerne da programação musical ficou a cargo de uma *line up* de festival de verão europeu, nada ficando a desejar frente aos demais eventos musicais realizados nessa altura. Em 2023, foi composta por artistas nacionais e internacionais com atuações e popularidade relevante entre os públicos de festivais portugueses. Destaque-se que, por ter uma tradição de festivais musicais, a linha curatorial torna-se clara e objetiva, sendo mesmo a materialização de consultas aos *trending topics* do consumo musical no país, por exemplo. Podemos

⁹ Em sentido horário, Vitela à Moda de Lafões (*Chef* Diogo Rocha); Salchicha Argentina Criolla, Fraldinha Chimichurri e Salada de Batata Fria (*Chef* Chakall); Caril de Camarão com Maçã Verde e Arroz Basmati (*Chef* Kiko Martins); Pretzel (Comida de Rua); *Finger foods* (Stands promocionais); Menu Salsicha *Bockwurst* e Salada de Batata (Oktoberfest); Sangria de vinho branco (Praça dos Vinhos); Vinho rosé (Praça dos Vinhos) em frente ao Palco Continente à espera do concerto.



perceber isso tanto pela recepção e audiência dos festivaleiros à programação proposta, quanto pela repetição de alguns artistas em diferentes edições do festival (Figura 7), o que não significa que a cada ano não se façam novas apostas.

Figura 7 – Lista dos artistas que performaram no palco principal de cada ano de realização do evento¹⁰.

FESTIVAL DA COMIDA CONTINENTE 2023
LINE UP PALCO CONTINENTE

ANO	ARTISTAS							
2017	ANA MOURA	PEDRO ABRUNHOSA	DENGAZ	D.A.M.A	XANA TOC TOC	TONY CARREIRA		
2018	HMB	DAVID CARREIRA	XUTOS E PONTAPÉS	O MUNDO DA SARA	DIOGO PIÇARRA	TONY CARREIRA		
2019	MICKAEL CARREIRA	CALEMA	AMOR ELECTRO	ANDOR VIOLETA	XANA TOC TOC	AGIR	LUIS FONSI	THE TOWN BAR
2022	NENNY	PEDRO ABRUNHOSA	FERNANDO DANIEL	DAVID CARREIRA	CAROLINA DESLANDES	TONY CARREIRA	DANIELA MERCURY	
2023	ANA MOURA	CALEMA	SEBASTIAN YATRA	NINA TOC TOC	DIOGO PIÇARRA	TONY CARREIRA	RITA ROCHA	
2024	MANINHO	ROMANA	IVANDRO	MANUEL TURIZO

Fonte: projeto #Somosoquecomemos

Na seara dos concertos, em 2023, o arsenal ficou assim descrito: no primeiro dia de festival estiveram ao palco 1) Rita Rocha, uma jovem cantora de 16 anos que ascendeu carreira após se destacar no streaming *The Voice Kids 2021*, sendo uma das novidades da cena musical portuguesa; 2) Diogo Piçarra, um dos artistas de mais sucesso na atualidade, tendo vencido o concurso *Ídolos 2012* e, desde então, feito inúmeras parcerias artísticas nacionais e internacionais; 3) Tony Carreira, veterano no meio artístico português e com produção musical que abarca diferentes grupos etários. Carreira está regularmente nas *top lists* de músicas/artistas no país.

Ao segundo dia, a programação contava com 4) Nina Toc Toc, uma jovem artista portuguesa que circunscreve sua produção musical prioritariamente ao público infantil, com canções educativas e visualmente lúdicas, dando continuidade ao trabalho de sua mãe, Xana Toc Toc, que atua no mesmo nicho musical; 5) Ana Moura, cantora portuguesa que vem traçando novas formas de explorar o fado, sua primeira predileção, junto da música *pop*, tornando-se uma cantora versátil e vibrante ante seu público e garantindo-lhe, ao longo da carreira, parcerias nacionais e internacionais fortemente representativas

¹⁰ Relativamente ao ano de 2024, constam na tabela os nomes dos artistas confirmados para a *line up* do evento até a data de elaboração desse artigo. Em 2024, o evento terá lugar nos dias 6 e 7 de julho de 2024, no Parque da Cidade do Porto, conforme informações divulgadas nos canais midiáticos.



para o seu processo criativo; 6) Calema, um duo musical – Fradique e Antônio Mendes Ferreira – radicado em Portugal, mas nascidos em São Tomé e Príncipe, que encontraram na cena portuguesa a base de onde partiram para internacionalizar a música santomense; e 7) Sebastián Yatra, referência da música pop latina internacional, Yatra é um cantor colombiano com sua produção musical bastante difundida em Portugal. *Tacones Rojos*, uma composição do cantor, foi uma das músicas mais tocadas nos *streamings* no país no ano de 2022.

Figura 8 – Cartazes dos artistas a compor a programação do Festival Continente 2023



Fonte: Pesquisa em bases de dados/ clipping do histórico do Festival Continente.

Para além das atividades em torno da cultura culinária e dos concertos musicais que compõem a programação, atividades de desporto e entretenimento são oferecidas, como *slide*, jogos de acerto e erro, de mira e também concursos que atrelaram o evento em sua realização física ao espaço-tempo virtual, como passatempos e *giveaways* relâmpagos restritamente pensados para a duração do evento. Além disso, o passeio na roda-gigante também se tornou emblemático e serviu como *check-in* na participação do festival. Para cada uma das atividades da programação, ocorreu imenso público que, de maneira integrada, fez-se participar das atividades de forma rotativa, garantindo uma lógica



de circulação distributiva pelo espaço do parque, evitando aglomeração excessiva em cada sítio, muito embora que, a nível da alimentação, os horários de almoço e jantar eram sempre de fluxo mais intenso nos pavilhões para isso destinados, como também a nível de programação musical, era inevitável uma maior concentração no *front* do palco principal nos momentos dos concertos. Na literatura académica sobre as comunidades de fãs, os conceitos fãs e *fandom* nem sempre são distinguidos e em muitos casos são usados como sinónimos. Para Jenkins *et al.* (2006) a diferença é a seguinte: um fã pode ter uma ligação emocional muito forte com um clube de futebol ou uma série televisiva, mas isso não o torna parte de um *fandom*. Este último conceito refere-se a atividades e práticas coletivas. É necessário fazer a distinção entre fãs, com as suas ações individuais, e *fandom*, que remete para grupos e comunidades de fãs com significados e práticas partilhados. E nem sempre existe uma correspondência entre o que o fã sente e as ações partilhadas de um *fandom*. Ora, o Festival em apreço tem atuado numa dialógica recursiva entre comida e música, operando como uma *comunidade fandom Continente*.

4. A MONTAGEM DE UMA CENA ENTRE COMIDA E MÚSICA

Eventos como o “Festival da Comida Continente” são planeados no intuito de terem grande proporção e abrangência, arregimentando grande volume de audiência e terminando por se tornarem verdadeiros vetores de desenvolvimento económico local (Guerra, 2016). Nesse caso, não apenas pela espetacularização advinda da trama musical programática, mas também pela promoção de fazeres culinários / pratos de autor – a preços acessíveis. Estamos aqui a falar de ao menos dois circuitos logísticos que se mobilizam para a realização do referido festival, o que envolve contratualizações, permutas, parcerias, celebração de convênios e redes, divulgações, matérias jornalísticas, etc. Tudo concorrendo para a gesta de um espaço de sociabilidade, exposição e partilha no qual os participantes/festivaleiros, e porque não dizer o *fandom*, possam encontrar-se com a materialização da própria cultura ou de uma cultura adjacente, no caso do público não-português (imigrantes e turistas).

Os festivais também servem ao objetivo de atender a um desejo de exibicionismo, de expor-se à troca social e cultural, convertendo-se em espaços também de transgressão, não precisamente no sentido de desconstruções bruscas ou rompimentos com lógicas e estilos de vida e valores culturais estabelecidos, como é o caso das (sub)culturas, mas na mera ideia da proposição ao diferente, ao excêntrico, ao que não é habitual praticar no cotidiano. O festival oferece a livre oportunidade à audiência de fazer parte do espetáculo, de ser-espetáculo, e não apenas de manter postura passiva quanto à sua realização/integração, como, por exemplo, quando participamos, em meio a certo público, de um karaoke, como consideraria Blum (2001: 16-18, 22-25). É mesmo uma forma de imersão em uma determinada



atmosfera criada para provocar um sentimento específico, fazendo dos próprios elementos simbólicos uma trama de envolvimento e identificação. Estamos a falar de uma resinificação de estruturas cognitivas culturais em forma de espetáculo direcionada aos públicos.

Guerra (2024) chama à atenção para esse crescente fenómeno, como já referido, que é o da festivalização da cultura, com tendência de abrangência a nível global e para se tornar, cada vez mais, poroso à vanguardas, diversificado a nível de programação, ousado na seara da estrutura, circunscrevendo diversas áreas e, por isso, mobilizando um conjunto de redes (Crossley; Emms, 2016) que se articulam em torno de um mesmo fim. Trata-se de um constructo espaço-temporal impregnado, também, de elementos da economia política, tornando-se “ocasiões oportunas para os investimentos e para a criação de consumidores”; e, por isso, “são feitas e desfeitas sob o insaciável desejo de maximização de lucros e minimização de perdas (...), segundo Blum (2001: 25), para quem “este desejo de mercantilizar as cenas ou, vice-versa, de transformar os mercados em cenas, exprime a vingança concertada do espectador ocioso sobre a cidade, que tenta tornar a criatividade desta em algo lucrativo”. Estamos a falar de um conceito basilar para problematizarmos os festivais: a cena cultural (Guerra; Oliveira, 2022), uma noção que consegue abranger os estudos das dinâmicas culturais, e que tem por *background* tanto o conceito de campo e habitus, de Pierre Bourdieu¹¹, quanto o de *Art Worlds* de Howard Becker¹², sendo mesmo uma reformulação/atualização dos referidos aparatos teóricos, mas sob os auspícios das inevitáveis mudanças nos campos sociais e culturais da atualidade.

As cenas culturais seriam clusters de atividades socioculturais potencialmente agregadas pela localização – em geral, uma cidade ou distrito – ou por um tipo específico de produção cultural – um saber fazer, um estilo de música, um insumo local. Entretanto o conceito nasceu no meio jornalístico como forma de identificação de determinadas agregações sociais (Guerra, 2024). Apenas a partir da famosa publicação de Will Straw em 1991, que a noção foi mais explorada pelo campo académico. Straw (2013) problematiza, em seguida, a porosidade das fronteiras que delineiam as atividades culturais urbanas e as complexidades das relações nessas atividades, sugerindo que as atividades culturais não permanecem

¹¹ Para Pierre Bourdieu (2007) o habitus seria constituído pelas disposições, os estilos de vida e os gostos incorporados. Já o conceito de campo, considera como um espaço social estruturado e autónomo em relação a outros espaços sociais, balizado por uma lógica própria de funcionamento e estratificação que servem como reguladores das relações entre os agentes internos a esse campo.

¹² Em *Art Worlds*, Becker (1982) desenvolve a proposição de que a análise dos mundos artísticos deve considerar que a centralidade não está no objeto artístico/estético ou no artista, como já era habitual assumir, mas na importância de olhar para a ação coletiva, empreendida em rede, mobilizada de forma multipolar, ou seja, a partir da atuação de diversos atores.



circunscritas e limitadas às cenas, mas atuam como fatores estruturantes das cidades, modelando as formas de saber e os comportamentos.

No escopo da análise em questão, que se refere ao “Festival da Comida Continente”, podemos considerar que o discurso das cenas se constrói tanto a partir dos festivaleiros – que podem ser os turistas, como também os moradores locais, os imigrantes, uma audiência heteróclita e também os curiosos – como também da seara dos negócios, do comércio e da mediatização e massificação inerentes a eventos como esse, criando um arco de atuação que se expande para fora do festival, colocando a própria cidade do Porto – Portugal como a materialização da cena. “Uma mistura de comércio e criatividade marca a cidade e as cenas” (Guerra, 2010: 456), pondo-a em movimento de transformação devido aos fatores que corroboram para uma modificação da dinâmica cotidiana do espaço-tempo em questão. Aqui nesse artigo estamos recortando e enfocando, a partir do “Festival da Comida Continente”, o papel das culturas alimentares e musicais no âmbito das cenas.

Podemos considerar que a comida seja um forte fator de agregação e sociabilidade, não como temática privilegiada dos processos sociais da atualidade, mas desde os tempos remotos na vida das sociedades, uma leitura de base simbólica pode ser atribuída ao papel social do comer. Nos últimos anos, contudo, as culturas alimentares têm voltado a estar entre os objetos mais problematizados no debate sociológico, não apenas nos aspectos que tocam a saúde e o corpo (Germov; Williams, 2008), mas sobretudo no cruzamento com temas emergentes como mudanças de estilos de vida e, com isso, de consumos alimentares (Reckwitz, 2002; Schatzki, 2005; Evans, 2012); governança alimentar mundial e crises humanitárias (Blas, 2009; Clapp; Cohen, 2009); ascensão e descrédito do mercado global de suplementos alimentares (Blaxter; Garnett, 2022); elaborações de identidades diaspóricas via culturas alimentares (Bauman, 2010); significados simbólicos de pratos e ingredientes no escopo de uma dada cosmologia (Flandrin; Montanari, 1998), entre outros.

Ao ser colocada no centro da programação de um festival, a comida, enquanto suporte simbólico/cultural, ganha oportunidade de se refazer perante os comensais, visto que uma curadoria prévia é realizada para definir, por exemplo, quais preparos serão servidos naquele ano do evento. A ideia de cena, no caso em estudo, destaca-se, sobretudo, pelo facto de que as cenas não são somente a consequência de socialidades, mas a decorrência da economia da cultura e do capitalismo estético global. Se o festival é promovido por uma das corporações retalhistas de gêneros alimentícios que mais tem popularidade entre os cidadãos portugueses, está a mostrar que ela própria é capaz de criar uma sintonia identitária para com os públicos que comparecem ao festival, embora, e não podemos desconsiderar esse fator, esteja igualmente focada em tornar a própria marca uma forte lembrança entre os consumidores/festivaleiros que, com a promoção do festival, devem entender que estão a ser “presenteados” ou “contemplados”



com um momento tão representativo de sociabilidade e apreciação/vivência cultural que, além do mais, é de acesso gratuito. E não apenas isso: a realização de um evento como o festival da rede Continente, torna-se um expositor do desenvolvimento e da evolução/transformação de aspetos da cultura nacional. Nele, além da comida, a música também passa a desempenhar papel similar.

Se, por um lado, a comida é um facto social que carrega em si compreensões sobre o que é o social, sendo capaz de traduzir a estrutura de uma sociedade apontando diversos caminhos para tal, por outro lado, a música tem sido considerada como um produto da racionalização estética ocidental, já explorado por Max Weber (1921) a partir da estandardização e do enfoque dado ao cruzamento entre teoria urbana, teoria de classes e até mudanças climáticas (Turley, 2001) no âmbito do campo musical, buscando atualizações e aprofundamentos das componentes sociais do campo musical no âmbito das indústrias culturais (Conner; Katz, 2020; Ceribašić, 2021), das performances e dos públicos (Guerra, 2024), como também na ideia de cenas musicais locais, translocais e virtuais (Mckay, 2000; Bennett, 2004; Bennett *et al.*, 2014; Guerra, 2018), seus públicos/fãs e a ascensão do cosmopolitismo estético do qual a música é forte vetor.

Diversos são os festivais gastronómico-musicais ao redor do mundo. Pode-se dizer que hoje, várias cidades em diversos países realizam seus modos de festivalização no âmbito cultural. O verão europeu, em especial, carrega a marca da realização desses eventos, os quais têm oferecido potencial de recolha de dados mediante um cruzamento trans-setorial: comida, música, indústria criativa, formação de públicos, estilos de vida, etc. Para além de serem estratégias de intermediação e fruição culturais na cena das cidades, os festivais tornaram-se, no século XXI, índices para a compreensão das transformações estruturais da indústria criativa cultural contemporânea, tanto ao nível dos produtores quanto ao nível dos públicos, nessas mesmas cidades. Esses eventos têm um impacto veemente no território e na sociedade em que ocorrem, destacando-se os efeitos na economia local, visto que arregimenta um arsenal de equipamentos, mão-de-obra (genérica e especializada) e, no caso dos festivais que envolvem programações gastronómicas, além do tocante à estrutura, podemos falar em insumos e ingredientes, mas também material e equipamento próprios para montagem de cozinhas e *spots* que sejam adequadamente funcionais e permitam a realização de atividades culinárias.

O facto é que os territórios gastronómico e musical, substancialmente representados no “Festival da Comida Continente”, constituem-se como partes de uma mesma trama, buscando elaborar um sentimento de identificação cultural com a cidade do Porto, mas não só: a sensação de pertença torna-se nacional, visto que tanto no elenco de *chefs* (e nos pratos que cozinham), quanto no de artistas, a abrangência e a multiplicidade de aspetos culturais caros aos portugueses revelaram um esforço para



que a pluralidade simbólica do país estivesse ali representada, tanto em forma de preparos culinários, quanto nas escolhas dos artistas convidados.

Festivais como esse são resultado de uma estrutura social complexa, desde sua concepção e planejamento até a sua realização, sem esquecer o pós-evento. Se comida e música desempenham um papel central na promoção do festival – que realiza sua 6ª edição, em 2024 – há um conjunto de elementos subjacente de redes a mobilizar a criação de uma atmosfera cultural/afetiva de onde emerge a cena. O poder político e a força do capital financeiro, por exemplo, são elementos estruturantes para que os festivais, em geral, tornem-se possíveis. Ao mesmo tempo em que o evento garante presença e fortalecimento do *branding* de uma das maiores redes retalhistas de Portugal, também reforça a forma como a corporação busca alinhar-se com a sustentabilidade e o compromisso para com as mudanças sociais que se tornaram urgentes na atualidade. Por exemplo, o grupo empresarial reforça, ao longo de sua programação, estar perfilado com o “12º Objetivo do Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 das Nações Unidas”¹³, materializando o intento com a iniciativa denominada “Missão Continente”¹⁴ em que, entre outras ações, garante a doação de excedentes alimentares para entidades de combate à fome.

5. O FANDOM DO FESTIVAL DA COMIDA CONTINENTE

Durante a década de 1960, em França, gestou-se o conceito de democratização cultural, tornando-o uma forma de compreender de que forma a arte espraiou-se entre os grupos sociais cumprindo um papel de coesão e integração exercido durante bastante tempo pela religião (Guerra, 2021). Entretanto a novidade urgia por estratégias de cunho societal, visto que não se fazia suficiente proliferar os equipamentos e espaços culturais. Havia algo para além disso, que tocava as disposições incorporadas (ou não) pelos indivíduos em suas trajetórias, fazendo com que houvesse complementaridade frente à oportunidade de acesso a bens culturais, quer fossem materiais ou imateriais. Entretanto, a ideia de democratização cultural também apontou e aponta para uma espécie de rompimento entre as duas esferas: criadores e

¹³ Objetivo 12 – Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis: reduzir o desperdício global de alimentos na produção e consumidor. Alcançar a gestão ambientalmente saudável de produtos químicos ao longo de seu ciclo de vida. Reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização. Disponível em: <https://ods.pt/objectivos/12-producao-e-consumo-sustentaveis/>. Acesso em: 07 jan. 2024

¹⁴ A Missão Continente tem como compromisso a Sustentabilidade, contribuindo positivamente para as comunidades em que se insere e atuando em três eixos: Alimentação, Pessoas e Planeta. Disponível em: https://missao.continente.pt/?_gl=1*1dwzpqf*_up*MQ..*_ga*NDEwMTM4OTkzLjE3MTUxMDE5NTDDisponível em: M.*_ga_SOTDHK20T1*MTcxNTEwMTk1Mi4xLjAuMTcxNTEwMTk1Mi4wLjAuMA. Acesso em: 07 jan. 2024



públicos, o que passa tanto por desconstruções, como pela dessacralização dos processos criativos, visto que a ideia seria facultar ao apreciador (distante, passivo) a possibilidade de participação, diluindo as fronteiras e aumentando o envolvimento com a construção da cultura via arte ou outros saber-fazer, como por exemplo, é o caso da gastronomia. Isso conferiu aos públicos mais autonomia e envolvimento, conferindo competências culturais (Horner, 2016) àquela audiência que antes era limitada e conformada com seu posto.

Sob essa ótica, olhar para o “Festival da Comida Continente”, é enxergar esse movimento de quebra das fronteiras e a possibilidade de atuação e envolvimento mais ativo dos atores sociais para com as ações programáticas. Um dos fatores decisivos para o volume de circulantes nos dias de realização do festival é, certamente, o facto de ser um evento com entrada gratuita. Outro fator é o de ser um evento com programação alargada, começando mesmo pela manhã e indo até a noite, o que permite escolher os horários/programações mais convenientes, embora haja os que vivem o “Festival da Comida Continente” com intensidade, participando de maior parte do esquema de programação. Tanto no âmbito das apresentações musicais quanto da oferta gastronômica, espraiam-se as atividades pelo decorrer do dia/noite, nos dois dias do evento ocorrido em julho de 2023. No Palco Continente, as atrações são divulgadas antecipadamente com a designação dos horários do show de cada artista, tanto nas redes sociais como nos canais mediáticos convencionais. A parte gastronômica, aquela que envolve a atuação dos chefes, fica organizada para funcionar em torno do horário do almoço e também o do jantar, embora os espaços Comida de Rua/Oktobrfest e os demais *spots* de degustação funcionem ao longo do dia.

O conceito de cultura participativa, termo cunhado por Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton e Robison (2006, p. xi) no seu estudo etnográfico de fãs de conteúdos televisivos, remete para uma “cultura que diminui barreiras à expressão artística e ao compromisso cívico, mostrando um forte apoio à criação e partilha de conteúdo e um tipo de orientação informal onde participantes mais experientes transpõem conhecimento aos principiantes”. Esta definição salienta o importante papel dos indivíduos, destacando a produção de conteúdos de forma individual e/ou colaborativa, a partilha de informação e inclusive a introdução de um sistema informal de instrução onde utilizadores mais experientes tendem a partilhar saberes e competências. Estas transformações ao nível da sociedade e do papel dos indivíduos também ajudam a salientar a necessidade de modificar determinados conceitos por se encontrarem muitas vezes associados a ambientes industriais, como o de produtores, produção e produto (Bruns; Schmidt, 2011), já que através da utilização de diferentes ferramentas digitais, os utilizadores contribuem continuamente com diversos tipos de criações mediáticas, informação e conhecimentos para este ambiente digital, desempenhando atividades de produção sem se encontrarem ligados a estes contextos corporativos, atuando assim enquanto “producers” (Bruns, 2008).



Na verdade, os atores sociais em presença – ao constituírem uma cena *fandom* – participam na vida dessa cena, não obstante com graus de intensidade diferentes. Algumas pessoas viverão intensamente e plenamente a vida da cena, mas uma grande parcela do público que compõe/frequenta a cena experimentarão identidades e comportamentos diferentes, conforme estejam dentro ou fora da cena, como se lhes fosse facultada a possibilidade do uso de uma máscara. Esse comportamento corresponde a uma espécie de teatralidade e ao contexto de fugacidade e transitoriedade das identidades. O festival em questão inscreve-se, assim, nos consumos e formas modernas de apropriação cultural. São, por isso, momentos bastante valorizados pelos seus públicos, que procuram conservar as sensações desencadeadas pelos festivais, não só frequentando as várias edições de um mesmo festival, como também elaborando o seu próprio “roteiro de festivais”. Desta forma, podem ler-se os festivais como importantes constituintes do estilo de vida moderno, urbano, jovem e esclarecido e também como espaços de “consumo total”, onde estão evidenciadas as diferentes esferas de reprodução social. Vários autores, como Benkler (2006) consideram este quadro de informação em rede e cultura participativa como um espaço mais democrático, onde os utilizadores possuem maior poder sobre aquilo que querem desenvolver e partilhar. Contudo, vários autores são críticos desta visão otimista de participação enquadrando-a antes como dominação do capitalismo avançado sob uma *illusio* da possibilidade de escolha (Vesnic-Alujevic; Murru, 2016) num quadro de uma economia da atenção.

Para colmatar as proposições teóricas apresentadas nesta secção, precisamos dizer que as incursões durante os dias do festival e a abordagem aos festivaleiros enquanto estavam a usufruir das atividades do evento, ajudaram sobremaneira a confirmar o que os relatos nos sites e vídeos da web apresentam como a presença de uma *cena fandom* inerente ao festival em destaque. Ao serem questionados, de maneira informal, sobre se estavam a participar do evento a primeira vez, os participantes ou diziam que não eram a primeira vez, ou que estavam ali a convite de pessoas que já o frequentavam em anos anteriores.

Associando as atividades do festival – que se espraia por boa parte do parque e do queimódromo – às atividades que já se praticam habitualmente nos *spots* do Parque da cidade do Porto, números realmente relevantes de pic-nics puderam ser vistos durante os dias do evento. Famílias e amigos reuniram-se ao redor do convívio, da comida e do clima festivo do evento, e estavam em número de pelo menos 50 grupos, ao que conseguimos identificar. Ao que parece, e de acordo com as conversas no decorrer do evento, essa organização em *clusters* para viver o festival é já uma das formas de comportamento coletivo e habitual nessa cena. O uso de determinado tipo de roupas, de cariz leve, descontraído e com cores mais vibrantes que habitual, comunicam uma permanência mais longa naqueles espaços abertos em que se está exposto à luz solar e ao calor, condição *sine qua non* para participar das atividades que



o festival propõe, o que torna-se ameno pela presença constante de promotores de produtos com fatores de proteção solar a oferecer doses de protetores aos festivaleiros. Essa ação de promoção, por exemplo, ajuda o público a permanecer mais tempo no local, por se tornar um fator de reforço quanto aos incômodos que exposição solar possa causar, comprometendo a permanência da audiência naquele espaço que acolhe o festival cuja programação musical e gastronômica estende-se da manhã até a noite.

6. PISTAS CONCLUSIVAS

Embora estejamos acompanhando uma forte tendência ao cosmopolitismo na modernidade tardia e aos avanços nos processos de reconhecimento de identidades múltiplas, inclusive muito fortes na realização dos festivais ao redor do mundo, não podemos dizer que o *Festival da Comida Continente* tenha como objetivo principal orientar-se para uma agenda de identificação com estilos de vida diferentes, ou com práticas ético-políticas transnacionais, focando nos fenômenos de mobilidade e assimilação do outro à própria cultura e respeitando as diferenças e especificidades numa perspectiva de conectividade global. Dito isto, não podemos deixar de mencionar, por outro lado, que a própria trajetória de vida dos músicos e dos cozinheiros que compuseram a *line up* do "Festival da Comida Continente" na edição de 2023 são, em si, exemplos vivos da fusão, da mobilidade e do apreço pela prática da resinificação, quer de maneira consciente e ativa, quer de forma inconsciente. O *savoir-faire* de cada um dos principais agentes realizadores da programação do evento em específico está atravessado por influências e referências que apontam para as transformações a nível social e cultural que refletem em cada um dos territórios em questão: a comida e a música. Portanto, é possível a apreensão de identidades contruídas sob o condicionamento de alteridades que permeiam a cena cultural. Notadamente, a própria elaboração do conceito do "Festival da Comida Continente" é bastante alimentada no espaço das redes sociais translocais, uma vez que se constrói sob a máxima "dá palco a todos os gostos", sugerindo um caráter agregador que atravessa o simples reunir.

É imprescindível notar, dessa forma, que a coletivização que irradia do "Festival da Comida Continente" muito pouco tem a ver com o conceito de comunidade tradicional. Tem muito a ver com o conceito de cena cultural local, global e translocal na medida em que assenta numa forte espacialidade. Nesta noção de cena, o espaço é um vetor de sociabilidade de grande importância. Nele se inscrevem práticas diferenciadas e inter-relacionadas que com ele também mantêm uma relação de reciprocidade. Como vimos, o festival em estudo similarmente se caracteriza pela regularidade. A existência de cenas só é possível porque as pessoas as percorrem frequentemente, regularmente; na medida em que possuem clientes assíduos que com ela desenvolveram um compromisso real e que, por isso, se for necessário, estão



inclusivamente dispostos a sacrificar-se para poderem continuar a frequentá-la. Note-se, entretanto, que as cenas contemporâneas também se caracterizam pela efemeridade, mortalidade, volatilidade, ou seja, as cenas fazem-se e desfazem-se rapidamente. Essa efemeridade até lhes possibilita ter um papel ainda mais criativo, produtivo e funcional dentro da vida atual quando estamos a falar da oferta de produtos alimentares e de *line-up* musical como vimos.

As cenas, na maioria das vezes, surgem por vontade dos seus atores, o que (para além de revelar mais uma vez a importância que estas têm) revela a pulsante vontade de coletivização. Ou seja, a existência de intensas sociabilidades, de grupos de indivíduos que compartilham interesses interrelacionados e que exteriorizam, partilham, trocam ideias acerca desses interesses e gostos é uma parte importante da existência da cena, e podemos dizer que isso está patente no “Festival da Comida Continente”. Outra característica importante do festival aqui em recorte é aquela que diz respeito a uma certa teatralidade, pois na existência das cenas, exige-se uma certa performance como código de acesso, de inclusão e de encantamento para com a comunidade que ali se elabora, uma espécie de compromisso social que passa a existir entre os festivaleiros, que estão de acordo em agir de uma determinada maneira num determinado espaço e num determinado momento temporal. Nas cenas, todos querem (e têm que) ser vistos a ver; todos possuem um desejo não simplesmente de voyeurismo (ver) mas de exibicionismo (ser visto) e, por isso, as cenas acabam por se transmutar em ocasiões para a exibição, o que acaba por funcionar via performatismo e coletivização das atitudes, dos modos de viver o festival, tornando-o um espaço-tempo descolado da realidade cotidiana, do tempo e do espaço em que não há festival, por isso o “Festival da Comida Continente” se configura como um espaço extraordinário.

Por fim, olhar para o “Festival da Comida Continente” como o espaço-tempo da elaboração de uma cena cultural – via comida e música – é também admitir que uma comunidade (efêmera, no caso) se forma, ou seja, o público do evento vive uma experiência de *fandom* e cultura participativa, embora a maioria não tenha consciência e esclarecimento a respeito dessa vivência. Isso pode notar-se por meio das práticas festivaesca, do compartilhamento dos gostos, da circularidade do fluxo nos diversos ambientes do festival, na retroalimentação das práticas relativamente às atividades programáticas e mesmo na convergência dos públicos aos meios midiáticos digitais relativos ao festival, que congrega os agentes tanto antes e durante, como depois de sua realização, e, especificamente, reúnem-nos na expectativa de realização da próxima edição, o que fica patente no frisson causado pela divulgação da *line-up* e de outros detalhes – como datas e local – de realização do festival. O *fandom*, nesse caso, está assente numa lógica participativa/colaborativa que gira em torno da comida e da música, principalmente.



REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. (2010). Migration and identities in the globalized world. **Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana – REMHU**, ano XVIII, n. 34, pp. 11-25, jan.-jun. 2010. Disponível em: <http://remhu.csem.org.br/index.php/remhu/article/view/206>.
- BENKLER, Y. (2006). **The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom**. Haven Connecticut: Yale University Press.
- BENNETT, A. et al (2014): **The Festivalization of Culture**, Farnham: Ashgate.
- BENNETT, A. (ed.) (2004). **Remembering Woodstock**, Aldershot: Ashgate.
- BECKER, H. (1982). **Art worlds**. Berkley: University of California Press.
- BLAXTER, T., & GARNETT, T. (2022). **Primed for power: a short cultural history of protein**. TABLE, University of Oxford, Swedish University of Agricultural Sciences and Wageningen University and Research. <https://doi.org/10.56661/ba271ef5>.
- BLAS, J. (2009). **Number of Chronically Top 1 bn.** Financial Times. 26 March.
- BLUM, A. (2001). **Scenes**. Public [em linha]. n.º 22/23, pp. 7-35. Disponível em: <http://www.publicjournal.ca/>.
- BOURDIEU, P. (2007). **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva.
- BRUNS, A. (2008). **Blogs, Wikipedia, Second Life and beyond: From production to produsage**. Nova Iorque: Peter Lang.
- BRUNS, A., & SCHMIDT, J. (2011). Produsage: A closer look at continuing developments. **New Review of Hypermedia and Multimedia**, 17(1), pp. 3-7.
- CERIBAŠIĆ, N. (2021). Music as Recording, Music in Culture, and the Study of Early Recording Industry in Ethnomusicology: A Take on Edison Bell Penkala. **International Review of the Aesthetics and Sociology of Music**, 52(2), pp. 323–354. <https://www.jstor.org/stable/48640866>.
- CLAPP, J. & COHEN, M. (2009) **The global food crisis : governance challenges and opportunities**. Canada: Wilfrid Laurier University Press.
- CONNER, C. T., & KATZ, N. (2020). Electronic Dance Music: From Spectacular Subculture to Culture Industry. **YOUNG**, 28(5), pp. 445-464.



CROSSLEY, N. & EMMS, R. (2016). **Mapping the musical universe: A blockmodel of UK music festivals, 2011–2013**, Methodological Innovations. Disponível em: <http://mio.sagepub.com/content/9/2059799116630663.abstract>.

EVANS, D. (2012). Beyond the Throwaway Society: ordinary domestic practice and a sociological approach to household food waste. **Sociology**, [S.l.], v. 46, n. 1, pp. 41-56, 2012. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/003803851141615>.

FLANDRIN, J., L.; MONTANARI, M. (1998) **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade.

GERMOV, J. & WILLIAMS, L. (2008). **A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite**. Oxford University Press, New York, USA.

GUERRA, P. (2024). Junta-te à tribo. Lazer, memória e patrimonialização dos festivais na contemporaneidade [Join the tribe. Leisure, memory and the patrimonialisation of the festivals in contemporary times]. In: FONTINELES, C. C. da Silva, AGUIAR JÚNIOR, J. de A. Freitas & MENESES, L. S. S. Moraes (orgs.). **Ramificações da história: política, cultura e sociedade** (pp. 23-42). Teresina - Piauí: EdUESPI.

GUERRA, P. (2021). Uma Lisboa só dele(s): processos ativistas de recriação de paisagens sonoras contemporâneas. **PerCursos**, 22 (50), pp. 15-42.

GUERRA, P. (2018). Ceremonies of pleasure: An approach to immersive experiences at Summer Festivals. In: Simão, E., & Soares, C. (orgs.). **Trends, experiences, and perspectives in immersive multimedia and augmented reality** (pp. 122-146). Hershey: IGI Global.

GUERRA, P. (2017). A revolução do festival: um percurso pela agenda dos festivais pop rock portugueses na última década. In: Pires, V. de A. N. & Almeida, L. B. F. de (orgs.). **Circuitos urbanos, Palcos midiáticos: Perspectivas culturais da música ao vivo** (pp. 29-53). Maceió: Edufal.

GUERRA, P., (2016). 'From the night and the light, all festivals are golden': The festivalization of culture in the late modernity. In: Guerra, P., & Costa, P. (orgs.). **Redefining art worlds in the late modernity** (pp. 39-67). Porto: Universidade do Porto – Faculdade de Letras.

GUERRA, P., (2010). **A instável leveza do rock**. Porto: Universidade do Porto – Faculdade de Letras.

GUERRA, P., JANNOTTI JÚNIOR, J., LIMA, J. C., GELAIN, G. C., & BITTENCOURT, L. (2017). A Música em Carne Viva: Dinâmicas Recentes de Festivalização da Cultura Contemporânea. In: **Anais do 40.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom e ECA-USP, 04 - 09 setembro 2017. ISSN 2175-4683. URL: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3035-1.pdf>



GUERRA, P., & OLIVEIRA, A. (2022). A sonic paradise in the countryside. Pop-rock festivals as drivers of creative tourism development in small cities and rural areas in the post-pandemic era. In: WOODWARD, I., HAYNES, J., BERKERS, P., DILLANE, A., & GOLEMO, K. (orgs.). **Remaking culture and music spaces. Affects, infrastructures, futures** (pp. 137-149). London: Routledge.

HORNER, L., K. (2016). **Co-constructing Research: A Critical Literature Review**. Bristol: University of Bristol/AHRC Connected Communities Programme.

JENKINS, H., PURUSHOTMA, M., WEIGEL, K., CLINTON, & ROBISON, A. (2006). **Confronting the challenges of participatory culture. Media education for the 21st century**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

MCKAY, G. (2000): **Glastonbury: a very English fair**, London: Gollancz.

MCLAREN, D. S., (1974). The great protein fiasco. **The Lancet**, v. 304, issue 7872, pp. 93-96.

RECKWITZ, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in cultural-ist theorizing. **European Journal of Social Theory**, [S.l.], v. 5, n. 2, pp. 243-263. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/13684310222225432>.

SCHATZKI, T. R. (2005). Introduction: practice theory. IN: SCHATZKI, T. R.; CETINA, K. K.; SAVIGNY, E. V. (ed.). **The practice turn in contemporary theory**. Nova Iorque: Ed. Rutledge Taylor & Francis Group. pp. 11-23.

STRAW, W. (2013). Cultural Scenes. *Loisir et Société*. **Society and Leisure**. 27, pp. 411-422. 10.1080/07053436.2004.10707657.

STRAW, W. (1991). Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music. **Cultural Studies**, 5(3), pp. 368-388.

TURLEY, A.C. (2001). Max Weber and the Sociology of Music. **Sociological Forum** 16, pp. 633-653.

VESNIC-ALUJEVIC, L., & MURRU M. F. (2016). 'Digital audiences' disempowerment: Participation or free labour', *Participations*. **Journal of Audience & Reception Studies**, 13(1), pp. 422-430.

WEBER, M. (1921). **Economy and Society**. New York: Scribner and Sons.