



Dissertação de Mestrado

**MOTIVAÇÕES, COMPORTAMENTOS E PRÁTICAS
TURÍSTICAS EM EVENTOS DE *DARK TOURISM*:
O CASO DOS FESTIVAIS DE *HEAVY METAL***

Beatriz Jacinto e Melo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Ramo de Gestão Estratégica de Eventos

**MOTIVAÇÕES, COMPORTAMENTOS E PRÁTICAS
TURÍSTICAS EM EVENTOS DE *DARK TOURISM*:
O CASO DOS FESTIVAIS DE *HEAVY METAL***

Beatriz Jacinto e Melo

Orientador: Professor Doutor Miguel Gonçalves Belo Nunes

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, para a obtenção de grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Eventos, realizada sob orientação do Professor Doutor Miguel Gonçalves Belo Nunes

Estoril, 2023

Dedico esta dissertação a toda a comunidade do *Heavy Metal*, a todos os fãs, artistas, promotores, agentes, produtores e todas as pessoas envolvidas no planeamento, organização e divulgação dos concertos e festivais do género, principalmente em Portugal.

“I have a very strong connection to music and music can enhance emotions, it can make you happy, can make you feel strong, can make you feel nostalgic, sad, angry, aggressive... And those are all emotions that we have and that we can channel through music”

-SIMONE SIMONS (Epica)

“If heavy metal bands ruled the world, we’d be a lot better off.”

-BRUCE DICKINSON (Iron Maiden)

“Music is therapy for me. It's my outlet for every negative thing I've ever been through. It lets me turn something bad into something beautiful.”

-AMY LEE (Evanescence)

Agradecimentos

Gostaria de agradecer à minha família, pelo apoio, paciência e compreensão ao longo deste processo, em especial aos meus pais e avós que sempre demonstraram interesse em saber como tudo corria e tentaram sempre apoiar e ajudar o melhor que podiam. Sei que por vezes fui cansativa e agradeço-vos do fundo do coração por tudo!

Agradeço, também, aos meus amigos e colegas, em especial à Beatriz que me acompanhou desde o início do mestrado. Obrigada pelo apoio, amiga, e pelas nossas reuniões para nos focarmos nos nossos trabalhos! Um obrigado, também, à minha parceira de tudo e de sempre, a Iara, que mesmo indiretamente me ajudou muito e me deu oportunidades de me focar na investigação, à Marta, pela força e a todos os *metalheads* que demonstraram apoio para que esta investigação avançasse.

Um obrigado enorme a todos os meus entrevistados: à Sónia, minha amiga de longa data, que me ajudou com tantos contactos; ao Jorge e à Joana que tive o gosto de conhecer num concerto maravilhoso; ao Cody que entrou em contacto comigo a partir dos EUA; à Cláudia, em Inglaterra; ao Dico, não apenas pela participação mas também pela ajuda com documentos, publicações e obras que me sugeriu e me facultou, nomeadamente a *Breve História do Heavy Metal Português*, da sua autoria; ao António Melão, também muito conhecido por *Cameraman Metálico* que me convidou à sua loja, *Motorlica*, e me deu a honra de poder conversar com ele e ouvir as suas histórias; ao Duarte Dionísio, produtor e *manager* de vários eventos e bandas, que me facultou tantos contactos e que partilhou comigo algumas das suas experiências que me fazem acreditar que o sonho é possível; ao Tiago, que nunca perde a oportunidade de me dar a conhecer novas bandas; ao João e à Carla B., que me deram a conhecer um pouco sobre os festivais góticos; ao Gaurav, o entrevistado mais distante que me ajudou, diretamente do Dubai; à Carla G., diretamente da Alemanha; à minha amiga Bárbara, que manteve sempre comigo esta amizade peculiar desde um concerto que nos marcou tanto; e à Simone, provavelmente a festivaleira mais experiente que entrevistei e a quem agradeço muito pela ajuda e esforço em vir ter comigo para partilhar tantos momentos e memórias que viveu neste contexto. Agradeço, também, a todos os que se disponibilizaram a ajudar-me caso fosse preciso, bem como ao José Rocha (Mangualde *Hard Metal Fest*) e ao Marco (Milagre Metaleiro) que prontamente se disponibilizaram a ajudar em qualquer situação.

Um forte agradecimento a todos os artistas que me ajudaram e encontraram um espacinho nas suas agendas atribuladas para conversarmos um pouco: ao José Afonso (*Decayed*); ao Daniel Torgal (*Enblood* e *The Voynich Code*) que conheço há tantos anos; ao Matheus (*Vakan*) que me

ajudou a um oceano de distância, do Brasil; ao Rui Duarte (*Ramp*) com quem partilho tantas opiniões e pensamentos, um artista e pessoa excepcional; aos *Rageful* que me convidaram a assistir a um ensaio na sua sala, onde fizemos a nossa entrevista com todos os membros (Ricardo, Leo, João, Paulo e Tiago) e de onde trouxe um álbum oferecido pela banda; ao grande Mike Gaspar (*Seventh Storm* e ex-*Moonspell*) um artista internacional de uma humildade gigante; à fantástica Rute Fevereiro (*Enchantya* e *Black Widows*) cuja partilha, humildade, simpatia e carisma me cativou e me levou a estar presente na apresentação do *Cerberus*, muito obrigada querida Rute; ao Luís Figueira (*Attick Demons* e *Gwydion*), o músico com quem tive a conversa mais longa, com tantas histórias maravilhosas, agradeço muito a ajuda e carinho, neste e noutros contextos, e a oferta de dois álbuns e uma mão cheia de palhetas lindas para a minha estimada coleção; ao Isaac Delahaye (*Epica*) que mesmo sabendo que eu era fã, que fazia parte da minha banda preferida (tive a honra e a oportunidade de lhe agradecer pessoalmente) aceitou falar comigo de forma imparcial e com todo o interesse e disponibilidade, que privilégio; à querida Mafalda “Muffy” (*Karbonsoul*) com quem tive a conversa mais descontraída que me fez esquecer que era uma entrevista, sempre disponível, simpática e comunicativa como eu, foi uma honra conhecê-la e espero em breve poder vê-la ao vivo (também é a responsável pela minha recente viagem pelo *Death Metal*); ao Anson (*Acacia Ridge*), diretamente dos EUA; à Raquel (*Secret Chord*) pela disponibilidade e simpatia; e ao Lex (*Toxikull*) que tive o gosto de ver ao vivo duas vezes e que prontamente se disponibilizou a ajudar-me, mesmo no meio do caos das nossas agendas, e que tem sido sempre disponível e demonstrado sempre apoio em vários contextos! Agradeço, também, às bandas que se disponibilizaram a ajudar-me, mas que, infelizmente, não foi possível, *WAKO* e *Kandia*, e às bandas que, por motivos profissionais e/ou de disponibilidade analisaram o meu pedido, mas tiveram de recusar, *Blind Guardian*, *Visions of Atlantis* (um agradecimento especial à querida Clémentine Delauney) e *Erzsébet* (em especial à Elisabet).

Por último, mas não menos importante, um agradecimento enorme ao professor Miguel Belo, por todo o apoio, paciência, ajuda e disponibilidade. Foi sem dúvida uma peça essencial para o sucesso desta investigação e manteve sempre a sua calma característica quando o nervosismo e a teimosia se apoderavam de mim. Obrigada por tudo, estou eternamente grata pela ajuda que me deu e pela confiança no meu trabalho. Agradeço, por fim, à professora Susana Gonçalves que me ajudou a encontrar um orientador com vontade, dedicação e conhecimento para me ajudar neste tema, e pela disponibilidade sempre em ajudar-me no que fosse necessário.

Um bem-haja a todos!

Índice

| | |
|--|------|
| Índice de Figuras..... | vi |
| Índice de Tabelas..... | vii |
| Resumo..... | viii |
| Abstract..... | ix |
| I - Introdução..... | 1 |
| 1.1 Pertinência do estudo | 1 |
| 1.2 Estrutura da Dissertação..... | 5 |
| II – Revisão Bibliográfica | 7 |
| 2.1 Dark Tourism: Práticas e Motivações | 7 |
| 2.1.1 Conceito e Evolução de Dark Tourism | 7 |
| 2.1.2 Eventos de Dark Tourism..... | 13 |
| 2.1.3 Motivações para a prática de Dark Tourism..... | 18 |
| 2.2 Festivais de Heavy Metal | 21 |
| 2.2.1 Eventos Culturais | 21 |
| 2.2.2 Festivais de Heavy Metal: características dos eventos e respetivos participantes. | 25 |
| 2.2.3 Heavy Metal: géneros e subgéneros..... | 27 |
| 2.2.3.1 Festivais de Black Metal | 29 |
| 2.2.4 Motivações e comportamentos característicos em festivais de Heavy Metal | 31 |
| 2.2.5 Heavy Metal em Portugal..... | 35 |
| 2.2.6 Contributo dos festivais de Heavy Metal para o Turismo..... | 38 |
| 2.2.6.1 Festivais de Heavy Metal em Portugal e os seus impactes no Turismo | 40 |
| III – Metodologia | 43 |
| 3.1 Objetivos | 43 |
| 3.1.1 Objetivo Central | 43 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 3.1.2 | Objetivos Específicos | 43 |
| 3.2 | Modelo conceptual e metodológico | 43 |
| 3.3 | Participantes do Estudo | 45 |
| 3.4 | Procedimentos e Análise dos dados | 45 |
| | IV – Análise de Resultados | 51 |
| 4.1 | Participantes em Festivais de Heavy Metal..... | 51 |
| 4.1.1 | Relação dos participantes com o <i>Heavy Metal</i> | 52 |
| 4.1.2 | Motivações para a participação em festivais de Heavy Metal | 56 |
| 4.1.2.1 | Emoções transmitidas aos participantes pelo Heavy Metal | 58 |
| 4.1.3 | Comportamentos e ambiente em festivais de Heavy Metal | 60 |
| 4.1.4 | Práticas turísticas associadas a festivais de Heavy Metal | 65 |
| 4.2 | Artistas de Heavy Metal..... | 68 |
| 4.2.1 | Subgéneros e temáticas das bandas entrevistadas | 70 |
| 4.2.2 | Emoções sentidas pelos artistas durante as performances..... | 73 |
| 4.2.3 | Comportamento e ambiente em festivais de Heavy Metal..... | 74 |
| 4.2.4 | Práticas turísticas associadas a festivais de Heavy Metal | 76 |
| | V – Discussão de Resultados | 79 |
| 5.1 | Motivações para a participação em festivais de Heavy Metal | 79 |
| 5.2 | Comportamentos em festivais de Heavy Metal..... | 82 |
| 5.3 | Práticas turísticas associadas à participação em festivais de Heavy Metal | 87 |
| 5.4 | Relação entre os festivais de Heavy Metal e o Dark Tourism | 89 |
| | VI – Conclusão..... | 94 |
| | Bibliografia | 100 |
| | Lista de Apêndices | I |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Dark Tourism Spectrum (Stone, 2006)..... | 16 |
| Figura 2 - Modelo conceptual da investigação..... | 44 |
| Figura 3 - Word Cloud: Se tivesse de definir os festivais de Heavy Metal em três palavras, quais utilizaria?..... | 54 |
| Figura 4 - Inscrição "Black Metal" em Helvete, pelos Mayhem (Fonte: Metal Injection) | 68 |
| Figura 5 - Word Cloud: Se tivesse de definir as performances em festivais de Heavy Metal em três palavras, quais utilizaria?..... | 70 |
| Figura 6 - elementos cénicos em performance de Okkultist (Fonte: Metal Imperium, 2023) | 72 |
| Figura 7 - apresentação de Muffy em performance de Karbonsoul (Fonte: Metal Imperium, 2023) 72 | |

Índice de Tabelas

| | |
|--|----|
| Tabela 1 - Shades of Darkness (Sharpley, 2005) | 15 |
| Tabela 2 - Exemplos de categorizações dos excertos das entrevistas | 49 |
| Tabela 3 - Perfil dos Entrevistados (participantes) | 51 |
| Tabela 4 - Festivais mencionados nas entrevistas com participantes..... | 53 |
| Tabela 5 - Subgêneros preferidos dos entrevistados | 54 |
| Tabela 6 - Perfil dos Entrevistados (artistas)..... | 69 |
| Tabela 7 - Temáticas dos subgêneros..... | 71 |

Resumo

Esta dissertação tem como objetivo o estudo dos festivais de *Heavy Metal* enquanto potenciais produtos de *dark tourism* em Portugal, através das motivações, comportamentos e práticas turísticas dos participantes. Pretende, ainda, potenciar a aposta nestes eventos em território nacional, demonstrando os seus impactes nas comunidades locais. Adicionalmente, pretende identificar as características inerentes aos participantes em festivais de *Heavy Metal*, bem como à sua experiência durante os eventos, posicionando-a no *dark tourism spectrum*.

A metodologia utilizada nesta investigação assenta em entrevistas semiestruturadas, realizadas a participantes de festivais de *Heavy Metal*, bem como a artistas de bandas do género. Procurou-se aceder às suas motivações e emoções associadas à experiência do festival, bem como aos comportamentos que observam e levam a cabo nos eventos, e identificar os produtos e serviços turísticos consumidos durante a experiência.

Concluiu-se que a grande motivação para a participação nestes festivais é a música, seguindo-se a socialização. Porém, existe uma enorme componente emocional associada aos festivais de *Heavy Metal* e que se assume como imprescindível para o pleno usufruto da experiência. Os participantes procuram sensações cada vez mais autênticas e intensas, enquanto os artistas procuram proporcionar experiências cada vez mais memoráveis. É passível de se inserir os festivais de *Heavy Metal* no *dark tourism spectrum*, enquanto experiências *Lightest*, ou mesmo *Lighter* se se considerarem os festivais dedicados a subgéneros mais extremos. As comunidades locais têm beneficiado cada vez mais com a realização destes eventos, compreendendo que a violência que antes era praticada fora do contexto do festival, atualmente é exteriorizada dentro do evento, de forma controlada e como mecanismo de canalização de emoções. Os festivais de *Heavy Metal* assumem-se, cada vez mais, como um nicho de grande potencial turístico e que merece uma real aposta por parte dos destinos.

Este projeto contribuiu para potenciar a atratividade dos festivais de *Heavy Metal*, enquanto ferramentas de promoção turística e desenvolvimento económico e cultural das localidades em que se realizam. Procurou, ainda, apresentar formas de inovar e diversificar a experiência turística especializada para o nicho dos festivais de *Heavy Metal*.

Palavras-chave: *Dark Tourism*; Festivais de *Heavy Metal*; Experiência turística; Portugal; Música

Abstract

This research aims to study Heavy Metal festivals as potential dark tourism products in Portugal, through the attendees' motivations, behaviors, and tourism practices. It also aims to boost the investment in these festivals across the country, by demonstrating their impacts on local communities. Additionally, it seeks to identify the characteristics inherent to the participants in these events, as well as their experience, placing it in the dark tourism spectrum.

The methodology used in this investigation is based on semi-structured interviews, with Heavy Metal festivals' participants and Heavy Metal bands' artists. The interviews sought to access their motivations and emotions, associated with the festival experience, as well as the behaviors they observe and carry out at the festivals, and identify the touristic products and services consumed during the experience.

It was possible to conclude that the main motivation to participate in Heavy Metal festivals is music, followed by socialization. Nevertheless, there's a huge emotional component associated to these events, which is essential for the maximum enjoyment of the experience. The participants seek for increasingly authentic and intense feelings, while artists work to provide increasingly memorable experiences. It is possible to place the Heavy Metal festivals in the dark tourism spectrum, as Lightest experiences, or even Lighter, if extreme metal festivals are considered. The local communities have been benefiting more and more from these events, understanding that the violence that was practiced out of the festivals, some decades ago, nowadays is externalized at the event, in a controlled way, as a mechanism for channeling emotions. The Heavy Metal festivals are a growing potential tourism niche that deserves a greater investment from the destinations.

This project has contributed to increase the attractiveness of Heavy Metal festivals, as tools for tourism promotion and economic and cultural development of the local communities. It also sought to present forms of innovation and diversification of the specialized tourism experiences focused on the Heavy Metal festivals niche.

Key Words: Dark Tourism; Heavy Metal Festivals; Touristic experience; Portugal; Music

I - Introdução

1.1 Pertinência do estudo

O turismo é um setor de atividade em constante desenvolvimento e inovação. Ao longo das últimas décadas, as práticas turísticas têm vindo a tornar-se cada vez mais diversificadas, na tentativa de corresponder às expectativas dos turistas, cada vez mais exigentes. A transformação da sociedade e daquilo que a envolve tem dado origem a um aumento da procura turística, bem como à procura de uma experiência com cada vez mais qualidade, mais autêntica e mais diversificada (Han, 2022). A experiência turística contemporânea vai muito além do mero produto ou serviço, envolvendo um vasto leque de sensações, emoções e vivências, vistas como essenciais para a satisfação do turista (Vieira, 2023).

Inovar o setor turístico resulta em inovar as regiões e torná-las mais competitivas, fomentando o seu desenvolvimento em diversos contextos, nomeadamente económico, social e cultural (Romão, 2020). Para tal, além de procurar proporcionar experiências cada vez mais criativas e autênticas, importa explorar o efeito multiplicador do turismo e tirar partido das potencialidades do destino a nível geográfico, cultural, institucional, tecnológico, organizacional e comercial. Não só devem ser desenvolvidos produtos e serviços turísticos únicos, inovadores e especializados, como é necessária uma aposta nos setores relacionados, desde transporte, alojamento, cultura, entre outros que possam interferir com o consumidor final, de forma a otimizar a experiência turística (Hall & Williams, 2020; Romão, 2020).

A experiência turística é, nomeadamente num evento, geralmente, intangível, uma vez que a sua produção e consumo se dão em simultâneo. Assim, esta deve ser planeada estrategicamente, tendo como foco a satisfação do turista e o seu desejo de a repetir e, eventualmente, recomendar. No entanto, a autenticidade deve estar sempre presente, sendo necessário procurar formas de inovar a experiência de forma a que esta mantenha a atratividade tanto para novos consumidores como para repetentes (Hall & Williams, 2020). Os autores expõem que a inovação de um produto pode consistir tanto na inovação e atualização de produtos já existentes no mercado, como na criação de novas experiências. Abernathy e Clark (1988, citados por Hall & Williams, 2020), identificaram alguns tipos de inovação aplicáveis ao setor do turismo, entre os quais o nicho, procurando abrir novas oportunidades de mercado.

Neste âmbito, Benur e Bramwell (2015) afirmam que tanto o turismo massificado como o turismo de nicho apresentam vantagens e desvantagens. No que se refere ao turismo de nicho, os

autores acreditam que este representa uma melhor oportunidade de promover e potenciar as características distintivas, nomeadamente no que diz respeito à cultura, das regiões e localidades onde são desenvolvidos estes produtos turísticos. O turismo de nicho pode ser potenciado através da coordenação e cooperação entre diversos produtos de nicho, o que resulta numa experiência turística diversificada, personalizada e completa. Estas características compõem, de forma generalizada, a experiência turística contemporânea procurada pelos indivíduos.

Um dos mercados de nicho que tem ganho cada vez mais expressão é o *dark tourism*. Segundo Joaquim et al. (2019), as temáticas associadas a esta tipologia dificultam a sua massificação. No entanto, conferem aos turistas liberdade suficiente para que possam consumir uma multiplicidade de assuntos e temáticas, ainda que possam ser considerados socialmente imorais sendo, por isso uma tipologia procurada por públicos específicos que valorizam essa liberdade de consumo bem como as emoções que advêm da experiência. Contrariamente a experiências turísticas mais tradicionais, o *dark tourism* relaciona-se, frequentemente, com a procura pelo obscuro, tragédia, risco, perigo, pelo macabro ou mesmo pelo contacto com a morte, sendo essas algumas das motivações para a sua prática.

A atratividade do *dark tourism* prende-se, entre outros fatores, com o facto de existir uma multiplicidade de sentimentos e emoções, nomeadamente o entusiasmo, o medo ou a tristeza, que podem ser vividos quase em simultâneo durante o usufruto de experiências, que por sua vez podem surgir associadas a acontecimentos reais ou simulados. O desenvolvimento de produtos inovadores e atrativos no âmbito do *dark tourism* deve ter como objetivo a produção de experiências multissensoriais, envolvendo a participação ativa dos consumidores, para que se sintam integrados na experiência turística (Han, 2022). O autor reforça a importância da tecnologia para criar efeitos audiovisuais atrativos e intensificar as emoções passíveis de se desencadarem com determinada experiência, dado que o impacto visual está fortemente relacionado com as perceções dos consumidores em relação aos produtos e serviços turísticos. Defende, ainda, que deve haver uma forte promoção destes produtos de nicho.

A experiência turística em *dark tourism* pode ter origem em eventos abjetos, que são capazes de atrair a atenção dos turistas, que, por sua vez, podem sentir fascínio por temáticas mais sombrias (Joaquim et al., 2019). O turista que procura este tipo de atrações atribui, à partida, uma maior importância às sensações do que um turista dito convencional (Han, 2022). Assim, de acordo com Joaquim et al. (2019), o *dark tourist* procura experiências subjetivas e autênticas. A procura por

sensações como o medo, o contacto com morte, o sofrimento, entre outras, leva a uma maior aproximação dos indivíduos a estes temas, contribuindo para que estes se tornem socialmente neutros. Desta forma, existe uma probabilidade crescente do *dark tourism* assumir um carácter mais massificado no futuro, e de atrair cada vez mais público.

Vieira (2023) acredita que a aposta no *dark tourism* pode conferir uma nova vida ao património de um país, contribuindo para o desenvolvimento de lugares ainda não explorados e para a criação de novos roteiros turísticos de enorme potencial. A autora expõe que, ainda que em Portugal existam muitos lugares históricos adequados ao desenvolvimento de locais de *dark tourism*, a aposta em experiências *dark*, propriamente ditas, ainda é escassa. A investigadora denota que existe um enorme potencial no país, nomeadamente em Lisboa e Sintra, mas está subaproveitado, não indo muito além de algumas experiências *light*. Ainda assim, é possível registar o aparecimento de experiências de *dark tourism* inovadoras e criativas em território nacional, tais como o *Quake*, relacionado com o terramoto de 1755, colocando a evolução tecnológica ao serviço da satisfação dos turistas e da inovação das experiências.

Vieira (2023) enumera algumas melhorias a levar a cabo para que se verifique uma promoção eficaz e bem-sucedida do *dark tourism* em Portugal. Em primeiro lugar, há que enquadrar esta tipologia numa perspetiva cultural, principalmente por parte de operadores turísticos. Em seguida, sugere-se que as experiências *dark* sejam cada vez mais diversificadas e diferenciadas, não tendo necessariamente uma relação direta com o turismo cultural convencional. Um maior conhecimento por parte das empresas turísticas face à oferta disponível poderá contribuir para o desenvolvimento da respetiva promoção e para uma maior associação do país a um destino de *dark tourism*. Por fim, a mentalidade tanto dos turistas como das comunidades locais face a estas experiências, é um ponto fulcral para o sucesso das mesmas. Para tal, considera-se necessário investigar e divulgar o potencial das experiências de *dark tourism* como impulsionadoras de turismo regional.

Dada a multiplicidade de experiências turísticas passíveis de se consumir no contexto do *dark tourism* e as potencialidades presentes em Portugal para o desenvolvimento das mesmas, esta investigação centra-se no estudo dos festivais de *Heavy Metal* enquanto experiências *dark*, procurando descrever tanto as suas características, como os contributos que a aposta nestes eventos pode trazer ao setor do turismo. São vários os autores que, procurando estudar temáticas relacionadas com o *dark tourism*, manifestam existir pouca investigação nesse âmbito, ainda que se verifique um interesse crescente pela tipologia por parte dos turistas (Stone, 2006). O autor partilha que as

investigações no âmbito da oferta, apenas podem ser levadas a cabo se se considerar os comportamentos e as motivações dos turistas, cujos estudos ainda são, também, escassos, principalmente no que se refere a motivações específicas para experiências específicas (Santos, 2020).

Esta escassez de estudos também se aplica ao *Heavy Metal*, dado que a maioria dos estudos existentes se debruça sobre o género musical em si e nas suas características, atribuindo pouca relevância aos eventos relacionados e respetivos participantes e artistas (Campos, 2015). Existe, também, pouca investigação no que respeita ao estudo destes eventos à luz do *dark tourism* e das experiências turísticas passíveis de se desenvolver neste contexto. Kruger e Saayman (2012) expõem, ainda, que faltam estudos no âmbito da influência dos géneros musicais no comportamento e características dos participantes em concertos e festivais de música ao vivo, algo essencial para se compreender diferentes segmentos de participantes e como atrair esses nichos, desenvolvendo experiências turísticas especializadas e focadas nos diferentes grupos de indivíduos e respetivas particularidades. Viegas (2022) acrescenta que, no panorama nacional, seria importante apostar no estudo dos festivais de *Heavy Metal* de modo a compreender o seu impacto enquanto fenómeno social e turístico. Além disso, existem mais estudos com foco na oferta do que na procura e respetivas motivações, sendo essa, também, uma das razões para a elaboração da presente dissertação.

Segundo Getz (2010), os estudos mais recentes sobre festivais focam-se em temas como o seu papel na construção da identidade, os seus impactes culturais, sociais e no turismo e os benefícios da experiência do festival. Contudo, estes estudos não se focam, de um modo geral, em nichos específicos, abordando os festivais de música de forma generalista. Assim, torna-se necessário especializar estas pesquisas, procurando potenciar determinados nichos, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias de captação de certos turistas para certas experiências. Honkanen e Luonila (2021) sugerem que estudos futuros sobre festivais de música se foquem em determinados géneros musicais, nomeadamente no *Heavy Metal*, pelo seu potencial enquanto produtos turísticos e pelas particularidades associadas aos seus participantes. Os próprios artistas são fundamentais para a experiência do festival, influenciando diretamente o público e respetivos comportamentos, guiando as suas emoções através das *performances* (Berkers & Michael, 2017). Estes festivais podem ser explorados de forma a serem considerados experiências autênticas de *dark tourism*, uma vez que, por vezes, incluem simulações e representações simbólicas relacionadas com a morte, o medo, o sofrimento ou o obscuro (Podoshen et al., 2018).

Tomando por base as observações e sugestões dos autores, e com o intuito de contribuir para o desenvolvimento de experiências turísticas *dark* capazes de atrair, especificamente, o nicho dos participantes de festivais de *Heavy Metal*, surgiu o tema da presente investigação. Pretende-se explorar e compreender as motivações e os comportamentos dos participantes destes festivais, bem como o impacto que estes eventos podem ter no turismo local, promovendo uma maior aposta nos mesmos e procurando relacioná-las com o *dark tourism*.

1.2 Estrutura da Dissertação

A estrutura da presente dissertação apresenta-se organizada em seis capítulos principais. O capítulo I destina-se à introdução da problemática da investigação, bem como à descrição da pertinência do estudo e apresentação da estrutura do documento.

O capítulo II consiste na revisão da literatura, que por sua vez se encontra subdividido em dois subcapítulos. O primeiro desses subcapítulos concentra-se na temática do *dark tourism*, procurando, essencialmente, explorar o conceito e as motivações que levam à sua prática, bem como expor diversos tipos de experiências associadas à tipologia. O segundo é dedicado aos festivais de *Heavy Metal*, que consistem no principal objeto de estudo desta investigação. São destacados aspetos como a evolução e as características do género musical e dos eventos que a ele se associam, as motivações dos participantes, os comportamentos mais comuns observados nos eventos em estudo e os impactes destes festivais no turismo.

O capítulo III refere-se à metodologia, expondo o objetivo central e objetivos específicos da dissertação. São apresentados os dois grupos de participantes do estudo, bem como as técnicas de recolha de dados utilizadas, nomeadamente as entrevistas realizadas a participantes de festivais de *Heavy Metal* e a artistas de bandas do estilo. É descrito o procedimento de análise dos dados, designadamente o processo de transcrição e categorização da informação recolhida.

O capítulo IV debruça-se sobre a análise dos resultados obtidos nas entrevistas, dividindo-se entre participantes e artistas. Ambos os grupos contam com uma breve apresentação do perfil dos entrevistados, exposição dos dados obtidos de acordo com as principais temáticas retratadas nas entrevistas, entre as quais, motivações e emoções, comportamentos e ambiente nos festivais e práticas

turísticas levadas a cabo durante a experiência do evento. A redação do capítulo segue a referida ordem, correspondendo à organização do guião de entrevista.

O capítulo V consiste na discussão de resultados, em que as principais temáticas das entrevistas serão relacionadas com as conclusões que advêm da revisão bibliográfica. Por fim, segue-se o capítulo VI que diz respeito à conclusão, em que as principais conclusões da investigação são expostas seguindo a ordem dos objetivos específicos propostos, bem como sugestões, limitações e contribuições da investigação, seguida da bibliografia e apêndices.

II – Revisão Bibliográfica

2.1 Dark Tourism: Práticas e Motivações

2.1.1 Conceito e Evolução de Dark Tourism

O conceito de *dark tourism* representa muita complexidade, não sendo possível analisá-lo de uma forma simples e direta (Stone, 2013). O próprio conceito de morte, muito presente no *dark tourism*, e associado a algumas das práticas turísticas inerentes a esta tipologia, é extremamente complexo e subjetivo. Toda a experiência de *dark tourism* torna-se, assim, muito diversificada, tanto ao nível das motivações como ao nível da própria prática (Stone, 2006). De facto, não existe uma definição reconhecida de forma universal para o termo *dark tourism* (Andreassen, 2021). O termo foi definido por Stone como o “ato de viajar para lugares associados à morte, ao sofrimento e ao macabro” (Stone, 2006: 146), podendo variar entre lugares de assassinatos e/ou mortes em massa, campos de batalha, cemitérios, sepulcros, igrejas, casas onde morreram figuras públicas, entre outros (Kang et al., 2012). É uma tipologia de turismo em crescente promoção e desenvolvimento, e apresenta cada vez mais diversidade no que respeita às práticas relacionadas e à oferta disponível (Stone, 2006), sendo possível verificar que os estudos sobre *dark tourism*, bem como o seu desenvolvimento enquanto forma de turismo especializada, e respetivas estratégias de promoção e comercialização têm crescido (Walter, 2009).

De acordo com Collins-Kreiner (2015), o interesse por estes lugares tem crescido gradualmente enquanto fenómeno turístico, desde a década de 1990. Esse crescente interesse, que resultou num aumento do consumo de experiências de *dark tourism*, deve-se a diversos fatores, tendo alguns sido identificados por Lennon e Foley (2000, citados por Bowman & Pezzullo, 2010), destacando-se o papel das tecnologias na globalização da informação e da promoção turística, bem como na divulgação de acontecimentos que têm dado origem a lugares e experiências de *dark tourism* e as melhorias na infraestrutura turística, assim como o desenvolvimento do produto turístico em questão. O próprio mundo digital, que possibilitou o surgimento de *blogs*, revistas e a partilha de opiniões *online* pelos consumidores tem-se revelado, também, um forte impulsionador do *dark tourism*, permitindo que a tipologia ganhe cada vez mais reconhecimento por parte dos turistas e dos *stakeholders* (Light, 2017).

Ainda que definir *dark tourism* seja um processo complexo, é possível definir alguns conceitos que, estando associados a esta tipologia de turismo, contribuem para uma melhor compreensão da mesma. Assim, importa primeiramente definir o conceito de medo. O medo é, geralmente, associado

a experiências negativas e pouco desejáveis, consistindo numa reação involuntária e instantânea ao perigo ou à ameaça. Contudo, no contexto da experiência turística, conforme estudado por Andersen et al. (2020), o medo pode estar ligado a elevados níveis de satisfação. Belo e Gustavo (2023) estudaram as emoções sentidas pelos participantes em teatro imersivo de terror, antes e após a experiência, concluindo que as emoções positivas, como o entusiasmo, superavam as negativas, nomeadamente o medo. De acordo com a investigação, os estímulos considerados negativos, entre os quais o medo, podem constituir fatores fulcrais para o usufruto da experiência e para os níveis de entusiasmo e outras emoções positivas que resultam desses estímulos durante a experiência *dark*. Esta interpretação das emoções negativas pode variar de acordo com diversos fatores, tais como o sexo, dado que os indivíduos do sexo masculino tendem a sentir maior atração por experiências que envolvam sentimentos como o medo, a idade, a cultura, o contexto da experiência, entre outros fatores (Belo & Gustavo, 2023).

Um outro termo bastante relevante para este estudo é a violência, dado que existe alguma forma de violência em praticamente todas as categorias no *dark tourism*. Andreassen (2021) identificou quatro tipos de violência: a violência histórica (presente em locais históricos, e cujo objetivo é educar os turistas e transmitir conhecimentos sobre acontecimentos passados); a violência presente (relacionada com a perceção de situações atuais e a experiência do turista em relação às mesmas); a violência em massa (relacionada com desastres e cujo carácter, quando apresentada aos turistas, é informativo e educacional); e a violência individual (ligada às dimensões pessoais e emocionais do turista).

A experiência da violência para fins recreativos foi estudada por Robb (2009), que denota que a violência associada às atrações de *dark tourism* pode estar, efetivamente, presente ou constituir um risco e um sinal de perigo. A autora refere alguns exemplos desta violência, nomeadamente no caso dos campos do golfe na Coreia do Norte, rodeados de minas por explodir, ou o caso da *Angola State Penitentiary*, no *Louisiana*, que recebe anualmente vários visitantes para assistirem a violentos *rodeos* protagonizados pelos prisioneiros. A investigadora indica, ainda, que as visitas às favelas brasileiras, podem ser vistas como experiências turísticas associadas a várias formas de violência e de perigo iminente.

Stone (2006) aponta as lutas de gladiadores romanos como a primeira forma de *dark tourism*, e o Coliseu de Roma como a primeira atração turística associada a esta tipologia. No século XI, outras formas foram listadas, tais como execuções públicas e visitas a locais relacionados com a morte de

Cristo. Mais tarde, com o *Grand Tour*, começaram a surgir visitas a locais emblemáticos relacionados com a morte, com o sofrimento e com a tragédia (nomeadamente as ruínas do Coliseu de Roma), sendo passível de se verificar uma crescente variedade de sítios e atrações associadas a este tipo de turismo e turistas (Robinson, 2015). No entanto, o termo só surgiu na literatura em 1996, no *International Journal of Heritage Studies*, por autoria de Foley e Lennon, ainda que só tenha começado a ganhar expressão em 2000 (Andreassen, 2021). Light (2017) acredita que os estudos sobre *dark tourism* só tenham começado, realmente, a merecer a atenção dos investigadores a partir de 2011. Foi a partir desse ano que o número de investigações sobre o tema começou a crescer exponencialmente, surgindo, no Reino Unido, o *Institute for Dark Tourism Research*.

Existem diferentes tipologias de *dark tourism*, com diferentes características e práticas associadas. Kang et al. (2012) referem algumas dessas categorias no seu estudo, entre as quais *battlefield tourism* (relacionado com locais de conflito armado), *prison tourism* (que, frequentemente, associa os fins educacionais com o entretenimento), *atrociti heritage tourism*, *slavery tourism* e *genocide tourism*. Stone (2013) acrescenta mais algumas tipologias, sendo importante referir *horror tourism* (associado, muitas vezes, a locais de crime), *hardship tourism* (cujo termo mais presente é o sofrimento humano), *tragedy tourism* (que envolve lugares de desastre ou acidentes), *warfare tourism* (semelhante ao *battlefield tourism*, incluindo experiências de recriação de cenas bélicas e visitas a memoriais de guerra) e *extreme thanatourism* (em que existe um contacto direto com a morte). Siddique (2019), completa com mais algumas categorias, a destacar o *war tourism* (uma subcategoria muito abrangente, que envolve todas as atrações associadas à guerra), *holocaust tourism*, *morbid tourism* (descrito como sombrio e macabro, encontrando-se associado à morte e à destruição), *cemetery tourism* (que consiste, de forma geral, em visitas a cemitérios que podem estar associadas a várias motivações distintas), *terrorism tourism* e *ghost tourism*. Bowman e Pezzullo (2010) reuniram, também, vários termos associados ao *dark tourism* ao longo dos anos, tais como “*negative sightseeing*” (MacCannell, 1989), “*black spot tourism*” (Rojek, 1993), “*tragic tourism*” (Lippard, 1999), *thanatourism* (Seaton, 1996) e “*grief tourism*” (O’Neill, 2002). Este último envolve uma componente pessoal do próprio indivíduo.

Belo (2022) congrega, na sua tese de doutoramento, diversas subcategorias de *dark tourism* passíveis de se encontrar em investigações sobre o tema, desde o ano de 1993. Entre as várias categorias listadas, importa acrescentar às já referidas o *death tourism*, *deathscapes*, *disaster tourism*, *fright tourism*, *hot war tourism*, *penal tourism*, *politically oriented tourism*, *toxic tourism* e *trauma*

tourism. Desta forma, os investigadores evidenciam a diversidade de práticas relacionadas com esta tipologia de turismo, que se apresentam como subjetivas e vastas (Belo, 2022).

O termo *Thanatourism* tem sido amplamente referido na literatura, podendo ser definido como o ato de viajar para locais onde a maior motivação para os turistas é o encontro com a morte. (Siddique, 2019). O *Thanatourism* é, assim, caracterizado pela “viagem para um local, completa ou parcialmente motivada pelo desejo de encontros reais ou simbólicos com a morte particularmente violenta” (Santos, 2020: 19). Este, por sua vez, segundo Ivanova e Light (2017), pode ser subdividido em cinco categorias: em primeiro lugar, menos comum, viajar para testemunhar mortes que ocorreram num passado recente (por exemplo, no caso dos turistas que viajaram para marcar presença no funeral da Rainha Isabel II); em segundo lugar, a visita a lugares relacionados com a morte individual ou em massa, ocorrida num passado mais longínquo; em seguida, a visita a memoriais, sepulturas e cemitérios; como quarta categoria destaca-se, também, a participação e/ou presença em representações simbólicas da morte; e, por último, a viagem para observar simulações, rituais ou atuações associados à morte.

Rojek (1993) definiu o conceito de *black spot tourism*, como uma outra tipologia de *dark tourism*, que consiste na visita a cemitérios e sepulturas, tanto de celebridades como de vítimas de morte massificada. Em 2000, este conceito evoluiu para *morbid tourism*, sendo caracterizado pela atração e conseqüente visita de turistas a locais de mortes violentas, tanto reais como artificiais (Bloom, 2000). É possível encontrar-se, ainda, um outro termo na literatura, o *extreme dark tourism*, definido por Stone (2013), que implica a presença em eventos ao vivo, tais como execuções ou cremações. Jacobsen (2016, citado por Stone, 2020) introduz o conceito de *spectacular death*, para refletir sobre a forma como a morte é experienciada, construída e encenada na sociedade atual, podendo ser convertida numa atração turística através dessa espetacularização, incentivada pelos *media* que lhe conferem maior visibilidade, pela sua comercialização e pela encenação de rituais com ela relacionados. Em suma, “*dark tourism*” pode ser visto como um termo *umbrella*, isto é, ao qual podem ser associados vários termos que, no fundo, representam, muitas vezes, práticas turísticas completamente díspares (Light, 2017).

As próprias atrações turísticas, no *dark tourism*, podem ser divididas em subcategorias. Stone (2006), identificou sete subcategorias distintas de atrações, às quais Vieira (2023) faz corresponder mais alguns exemplos de experiências e locais. A primeira denomina-se por *Dark Fun Factories*, que são os locais meramente comerciais e para entretenimento relacionado com temáticas *dark*,

nomeadamente a *London dungeon* ou o Castelo do Drácula, na Transilvânia. Seguem-se as *Dark Exhibitions*, que representam um propósito educacional, como o caso das catacumbas de *Capuccini* e a Capela dos Ossos, em Évora. As *Dark Dungeons* estão relacionadas com prisões e tribunais, sendo exemplo *Robben Island* ou as Galerias da Justiça de Londres. Seguidamente, há a referir *Dark Resting Places*, destacando-se cemitérios e sepulturas. As atrações correspondentes à subcategoria *Dark Shrines* relacionam-se com massacres e envolvem a homenagem às vítimas, como no caso do *Ground Zero* ou o memorial no Palácio de Kensington, em homenagem à falecida princesa Diana. Os *Dark Conflict Sites* contam com campos de batalha, memoriais, comemorações associadas à guerra, entre outras atrações em cujo conflito esteja presente. Por fim, a última subcategoria corresponde aos *Dark Camps of Genocide*, sendo *Auschwitz* o expoente máximo deste tipo de atrações, no qual também se enquadram o Memorial do Holocausto, em Berlim, a Casa de Anne Frank, em Amsterdão ou a Fábrica de Oskar Schindler, em Cracóvia.

Por sua vez, Light (2017) vai ao encontro das pesquisas já mencionadas, reunindo na sua investigação várias formas de *dark tourism* encontradas na literatura ao longo de duas décadas de estudos, entre 1996 e 2016. Entre essas formas destacam-se os sítios associados à guerra, sítios associados ao Holocausto, prisões, locais de genocídio ou assassinio individual ou em massa, locais relacionados com a escravatura, sítios que representam perigo real atualmente, zonas onde ocorreram catástrofes naturais, cemitérios, entre outras atrações. O autor estabelece, ainda, a diferença entre *dark tourism* e *thanatourism*, na medida em que o primeiro engloba diversas práticas, motivações e atrações que podem não estar relacionadas com a morte, ao passo que no caso do segundo existe, efetivamente, uma relação com a morte.

As atrações de *dark tourism* são diversificadas não apenas ao nível das experiências em si, como ao nível geográfico e cultural, existindo exemplos localizados um pouco por todo o mundo. Algumas das atrações desta tipologia de turismo mais conhecidas são a Zona de Exclusão de Chernobyl (Ucrânia), o Memorial e Museu de Auschwitz-Birkenau (Polónia), o *Hiroshima Peace Memorial Museum* (Japão), o Memorial do Genocídio de Murambi (Ruanda), a Penitenciária Federal de Alcatraz, o local de assassinato de John Kennedy e o Memorial do 11 de Setembro (Estados Unidos da América), as ruínas de Pompeia e do Coliseu de Roma (Itália), os campos de assassinio em massa de Choeung Ek (Cambodja), as pirâmides do Egito, a Casa de Anne Frank (Holanda) entre outros (Madden, 2019; Vieira, 2023; Dark-Tourism, s.d.). Em Portugal, há a destacar a Fortaleza de Peniche (antiga prisão política durante a ditadura), a Capela dos Ossos, em Évora, o Aqueduto das Águas

Livres (onde Diogo Alves levou a cabo os seus crimes), o Panteão Nacional, entre outros locais (Vieira, 2023).

De acordo com Collins-Kreiner (2015), até mesmo as peregrinações podem ser associadas ao *dark tourism*, na medida em que estão, muitas vezes, também ligadas a locais de morte e desastre. A religião pode consistir, em muitas situações, num elo entre os vivos e os mortos, e tem muito presente, também, a música, enquanto elemento relevante nessa ligação (Walter, 2009). Neste âmbito da ligação entre a vida e a morte, Walter (2009) relata outros exemplos, nomeadamente a educação e a informação, através de estudos históricos e arqueológicos, a interceção e o pedido de auxílio, tendo como exemplo os rituais religiosos, a lembrança e a homenagem, o entretenimento, a assombração, entre outros. Estas são algumas das diferentes motivações associadas a diferentes experiências *dark* que, por sua vez, podem variar de indivíduo para indivíduo. No caso das peregrinações, as motivações podem, inclusivamente, diferir de acordo com a religião, na medida em que no Islamismo, a peregrinação a Meca pode ser vista como uma obrigação ou dever, o que não acontece nos mesmos termos para o Cristianismo (Mionel, 2019). Tal como referido anteriormente, a oferta de *dark tourism* é muito vasta, diversificada e subjetiva, tornando-se difícil definir o conceito de uma forma generalizada e que albergue todas as suas formas e atrações (Andreassen, 2021).

Este crescente interesse pela morte, por parte de um grupo de turistas cada vez maior e mais exigente, tem vindo a ser estudado, de forma a entender as respetivas razões e o que os leva a procurar experiências turísticas nesse âmbito. Hsee e Ruan (2016, citados por Powell et al., 2022) foram dois dos autores que estudaram este interesse, concluindo que a curiosidade dos indivíduos pela morte e pela violência advém, essencialmente, da procura por estímulos associados, habitualmente, à aversão, ao perigo, à ameaça e ao desconforto. Essa curiosidade é definida como curiosidade mórbida que, por sua vez, também pode ser associada à música, que é parte integrante e de grande relevância desta investigação.

Powell et al. (2022) desenvolveram um estudo neste âmbito, procurando relacionar a curiosidade mórbida com o consumo de música violenta. Concluíram que essa relação existe, mas não com qualquer estilo musical. Os estilos musicais identificados neste contexto foram o *Heavy Metal*, *Black Metal*, *Death Metal*, *Gangsta Rap* e *Drill Rap*, sendo também comum a procura pelas letras com conteúdo violento, especialmente nas músicas classificadas como *Extreme Metal*, consistindo numa parte importante da experiência musical. No caso do *Black Metal* e *Death Metal*, subgéneros muito conhecidos e característicos do *Heavy Metal*, as letras estão aliadas a sons e vocalizações agressivos

e distorcidos, intensificando a sensação de *dark* e do mórbido. Em todo o caso, os autores ressaltam que esta curiosidade mórbida não está, necessariamente, relacionada com uma personalidade doentia e depravada, estando, na verdade, associada à procura de soluções e formas de lidar com a ameaça e situações difíceis. Os géneros musicais referidos permitem que indivíduos contactem com a violência, medo e perigo de uma forma indireta e protegida do mundo real, sendo utilizados como uma forma de canalização de emoções extremas e interpretação de conceitos, não estando diretamente ligados a questões comportamentais.

2.1.2 Eventos de Dark Tourism

O *dark tourism* consiste numa tipologia de turismo muito diversificada e abrangente, no que se refere às atrações, produtos, serviços e experiências que nela se inserem. Tem merecido uma crescente atenção por parte dos investigadores, bem como uma crescente procura por parte dos turistas. Por outro lado, os eventos consistem em produtos turísticos, também muito diversificados, e facilmente adaptáveis a diversos contextos, temáticas e públicos. A interpretação dos produtos e atrações de *dark tourism*, varia de acordo com os contextos de cada indivíduo que o experiencia e do respetivo *background* sociocultural (Santos, 2020).

Belo (2022) reúne, na sua investigação, vários termos associados ao *dark*, encontrados na literatura nos últimos cerca de trinta anos: “angústia”, “atrocidade”, “assustador”, “caos”, “conflito”, “crime”, “depravação”, “desastre”, “destruição”, “desviante”, “dor”, “dúbio”, “homicídio”, “hostil”, “macabro”, “melancólico”, “morte”, “perda”, “perigo”, “proibido”, “sinistro”, “sofrimento”, “tortura”, “tragédia”, “traumático”, “tristeza” e “violência”. Todos estes termos apontam, de forma geral, para conotações negativas. Porém, os estudos indicam que o consumo de experiências vistas como sinistras ou macabras está associado à diversão e ao entretenimento (Belo & Gustavo, 2023). Os próprios eventos, na sua generalidade, são associados a termos antagónicos a estes. Neste âmbito, torna-se pertinente conjugar os dois termos e compreender os eventos enquanto atrações do *dark tourism*.

Ashworth (2004, citado por Santos, 2020) definiu quatro requisitos para que um evento se torne num produto turístico de sucesso, no âmbito do *dark tourism*, passíveis de se relacionarem com os eventos em estudo nesta investigação, ou seja, os festivais de *Heavy Metal*. Em primeiro lugar, deve existir uma relação predador-vítima, permitindo que os indivíduos se possam identificar com uma das partes. O segundo requisito de Ashworth é de que este predador tenha influência e domínio sobre a

vítima. Como terceiro requisito indica que “a atrocidade implica uma seriedade excepcional ou pouco comum”, podendo ser interpretado como a necessidade de existir espaço para que o indivíduo se possa conectar com o ambiente em redor. Por último, o evento deve ser lembrado e tornar-se memorável, de forma a atrair, de forma repetida, os participantes. Charusalaipong (2022) acrescenta que, para que um sítio de *dark tourism* se torne atrativo para os turistas e visitantes e para que consiga cumprir o objetivo de conectar o passado e o presente, tornando-se, realmente, num mecanismo para impulsionar e promover o destino, deve ser dinamizado estrategicamente através de exposições, atividades e eventos.

Uma das tipologias de eventos mais diversificadas e complexas é o festival. Existem festivais enquadrados no *dark tourism*, onde os participantes assumem uma transformação pessoal e se sentem mais livres para desconsiderar algumas normas sociais da vida quotidiana, tendo como exemplo o *Whitby Goth Weekend*, um festival gótico onde os participantes usufruem de um espaço para a autoexpressão que lhes permite sair da rotina e encarnarem uma personagem. Um aspeto importante nos festivais, sendo mais enfatizado em festivais de *dark tourism*, é o sentimento de pertença. A forma de vestir, as fotografias tiradas com elementos cénicos do evento, as práticas criativas e as relações interpessoais estabelecidas entre os participantes representam indicadores importantes dessa pertença (Golz, 2022).

No entanto, dada a complexidade e variedade de experiências *dark*, não é possível atribuir-lhes a mesma intensidade e generalizar as características que se aplicam a cada uma. Por este motivo, surgiram na literatura algumas teorias para categorizar as experiências de *dark tourism*, de acordo com a sua intensidade, características e locais associados. Um dos modelos propostos nesse âmbito é a teoria *Shades of Darkness*, da autoria de Sharpley (2005) [tabela 1]. Esta teoria analisa o turista enquanto consumidor da experiência e o local enquanto objeto desse mesmo consumo, tendo ainda em consideração, as motivações para a visita e as razões pelas quais o local se tornou atrativo no âmbito do *dark tourism*, por exemplo se surgiu de forma acidental, no seguimento de um acontecimento histórico específico, ou se surgiu de forma intencional, por meio da criação e dinamização de um produto ou serviço turístico (Santos, 2022).

| SHADES OF DARKNESS | |
|----------------------------|--|
| Pale Tourism | Interesse pela morte não é o foco e os locais tornaram-se atrações turísticas de <i>dark tourism</i> acidentalmente. |
| Grey Tourism Demand | Existe interesse pela morte por parte dos turistas, mas os locais tornaram-se atrações de <i>dark tourism</i> de forma não intencional. |
| Grey Tourism Supply | Os locais foram intencionalmente dinamizados no âmbito do <i>dark tourism</i> mas atraem turistas que não têm, necessariamente, este foco. |
| Black Tourism | A oferta <i>dark</i> foi desenvolvida intencionalmente e atrai turistas com interesse e fascínio pela morte. |

Tabela 1 - *Shades of Darkness* (Sharpley, 2005)

Outra teoria, muito comum na literatura, é da autoria de Stone (2006), e tem o nome de *Dark Tourism Spectrum*. Neste caso, o autor afirma que a oferta *dark* só pode ser analisada se a procura tiver, de facto, interesse na tipologia, tendo também em consideração as motivações da mesma e as experiências procuradas (Santos, 2020). Existem mais estudos no âmbito da oferta do que no âmbito da procura e respetivas motivações. Ainda que seja um aspeto ainda pouco explorado, comparativamente a outros temas inseridos no *dark tourism*, as motivações dos turistas consistem num elemento de extrema importância para se conseguir categorizar a oferta e melhor compreender a procura (Andreassen, 2021). O espectro de Stone visa, assim, categorizar as atrações de *dark tourism* em seis níveis distintos de intensidade, caracterizadas de acordo com a sua orientação política, o seu foco ou principal objetivo, a sua interpretação, a autenticidade do local, o distanciamento temporal face ao evento, as circunstâncias em que surge a oferta turística e as infraestruturas turísticas associadas à mesma [figura 1]. Este modelo permite uma análise e uma caracterização mais detalhadas da oferta turística, o que por sua vez facilita o estudo das motivações dos turistas que procuram este tipo de experiências, e dos significados estas podem representar.

| Maior influência política e ideológica | | | Menor influência política e ideológica | | |
|---|---------------|-------------|---|----------------|-----------------|
| Sítios de morte e sofrimento | | | Sítios associados a morte e sofrimento | | |
| Darkest | Darker | Dark | Light | Lighter | Lightest |
| Orientado para a educação/informação | | | Orientado para o entretenimento/lazer | | |
| Centrado na História (conservação/ comemoração) | | | Centrado no património (comercialização/romantização) | | |
| Interpretação: autenticidade | | | Interpretação: simulação | | |
| Local autêntico | | | Local simulado | | |
| Distanciamento temporal do evento mais curto | | | Distanciamento temporal do evento mais longo | | |
| Oferta não propositada | | | Oferta propositada | | |
| Menor infraestrutura turística | | | Maior infraestrutura turística | | |

Figura 1 - *Dark Tourism Spectrum* (Stone, 2006)

Stone (2006) associa, ainda diferentes tipologias de oferta *dark*, já abordadas no presente documento e estudadas por diversos autores, aos diferentes níveis de intensidade propostos no modelo da sua autoria. Desta forma, ordena estas ofertas por ordem de intensidade no espectro, começando com os *Dark camps of genocide* como categoria *Darkest*, seguindo-se *Dark conflict sites*, *Dark Shrines*, *Dark resting places*, *Dark dungeons*, *Dark exhibitions* e, por fim, como categoria *Lightest*, enumera as *Dark Fun Factories*.

Em complemento a esta teoria, que categoriza as atrações de *dark tourism* de acordo com uma escala de intensidade *Darkest-Lightest*, Light (2017) e Mionel (2019) atribuem alguns termos a cada categoria da escala, facilitando a respetiva interpretação: ao campo “*Darkness*” os autores associam a morte; no campo “*Darker*” encontram-se os termos desastre, calamidade e violência; associados ao “*Dark*” estão os conceitos de “crimes contra a humanidade”, “dor”, “depravação” e “prazer; relativamente à categoria “*Light*” destacam-se o entretenimento, a satisfação, a educação e a lembrança; em “*Lighter*” há a salientar a emoção, a comemoração e o impacto na vida; e, por último,

associados ao “*Lightest*” é passível de se encontrar o sofrimento, a tristeza, o macabro e o horror. Lv et al. (2022) acrescentam, através do seu estudo, que existe relação entre a percepção de “*darkness*” na experiência turística e a própria escuridão visual, no sentido estético. Golz (2022) considera que os festivais de *dark tourism* se enquadram na categoria “*Lighter*” do espectro de Stone, uma vez que não são, geralmente, relacionados diretamente com a morte e se focam mais no macabro e no medo, tendo como principal objetivo o entretenimento.

Estes modelos teóricos são exemplos de que o *dark tourism* oferece um leque variado de experiências, com diferentes objetivos e características, e considerando diferentes dimensões, sejam elas educacionais, emocionais ou outras (Kang et al., 2012). No seu documentário sobre *dark tourism* no mundo, Farrier (2018) sugere vários exemplos de atrações e experiências, corroborando o proposto por Kang et al. (2012). O jornalista apresenta desde experiências de turismo nuclear, participando em *tours* de alto risco em lugares radioativos, a locais de cultos à morte e ao vampirismo, *narcotourism*, termo usado para descrever a procura pelos percursos seguidos por grandes nomes do narcotráfico, como Pablo Escobar, *tours* relacionadas com assassinatos mediáticos e assassinos em série, nomeadamente sobre o presidente Kennedy e sobre Jeffrey Dahmer, participação em rituais fúnebres com características diferenciadas ou associados à morte, entre inúmeros outros produtos *dark*.

Esta multiplicidade de experiências, reflete-se numa multiplicidade de benefícios associados às mesmas. Kang et al. (2012) listam quatro benefícios principais, passíveis de se associar ao consumo de *dark tourism*: em primeiro lugar, a aprendizagem, dado que muitas das experiências têm um propósito educacional; o segundo benefício é a ligação familiar, no sentido em que, através do *dark tourism*, os indivíduos podem, eventualmente, conhecer a história dos seus antepassados ou sentir-se gratos por determinados acontecimentos não terem afetado a sua família; *meaningfulness*, isto é, a satisfação que deriva do lazer e de sair da vida quotidiana; e, por último, um efeito psicológico cuja expressão utilizada pelos autores é “*comfort from achieving internal obligation*”.

A própria violência, segundo Podoshen et al. (2014), pode representar, também, alguns benefícios. Os autores explicam que a violência em si nem sempre é o ponto essencial de atratividade de um produto ou serviço, apresentando exemplos como o caso do uso de violência por um protagonista para derrotar um vilão. A violência pode ser vista como uma forma de ultrapassar medos, de tomar consciência sobre a morte e a sua inevitabilidade, ultrapassando, igualmente, o medo da mesma, e de prevenir que as tragédias do passado se repitam, através da sensibilização e consciencialização proporcionadas pelos sítios de *dark tourism*. Yan et al. (2017) acrescentam um

outro exemplo de uma experiência de *dark tourism* e respetivos benefícios: os festivais de *Extreme Metal*, onde as *performances* fazem, frequentemente, alusão à morte e a temas violentos, com elementos visuais marcantes e onde os participantes podem canalizar as suas emoções mais intensas através da música, nomeadamente “os sentimentos de agressão, raiva, violência e brutalidade” (Weinstein, 2000, citado por Yan et al., 2017: 580).

2.1.3 Motivações para a prática de Dark Tourism

As motivações para a prática de *dark tourism* podem ser muito distintas, dependendo do tipo de atração e respetiva intensidade, no âmbito do espectro de Stone (2006). A pluralidade e subjetividade da oferta requerem que esta seja analisada de forma particularizada, não sendo possível generalizar as motivações associadas a cada tipologia de *dark tourism* (Belo, 2022). Não existe uma motivação comum a todos os *dark tourists*, e as próprias emoções sentidas aquando das experiências podem variar bastante, podendo ser negativas ou positivas, desde o medo, a raiva e a mágoa, até mesmo à alegria e orgulho (Cunha, 2022). No entanto, é de extrema importância proceder à análise das motivações dos turistas, para que seja possível compreender o fenómeno do *dark tourism*, dado que estas podem variar de forma considerável mediante o contexto da experiência e de indivíduo para indivíduo (Stone, 2006).

Em primeiro lugar, é importante perceber algumas das razões pelas quais o consumo de *dark tourism* se tem verificado cada vez mais atrativo. Cunha (2022) reúne alguns argumentos que justificam essa atratividade, da autoria de Ashworth. O primeiro argumento é o da singularidade, isto é, o facto de consistir em algo único, só por si, apela à curiosidade. O horror, enquanto elo de ligação entre o entretenimento e a violência, constitui um outro fator de atratividade. Por fim, a empatia, tratando-se quase de um eufemismo do horror, em que as pessoas se identificam com as vítimas do acontecimento que deu origem a determinado sítio de *dark tourism*. O mesmo autor compila algumas motivações para a prática de *dark tourism*. Entre essas motivações, há a destacar o desejo de homenagear as vítimas ou relembrar acontecimentos históricos, a satisfação da curiosidade, a nostalgia, as motivações educacionais (com uma vertente mais cultural), o mero lazer e a recreação, entre outras.

Inicialmente, assumia-se que a principal motivação para a visita a sítios de *dark tourism* seria o simples interesse pela morte, independentemente das características da própria experiência.

Atualmente, sabe-se que este ponto de vista já não reflete necessariamente a verdade, sendo possível encontrar um leque vasto de motivações e, frequentemente, várias motivações associadas a uma mesma atração, que variam de turista para turista (Andreassen, 2021). Um turista que visite um sítio classificado como sítio de *dark tourism* não tem, necessariamente, que ser visto como um *dark tourist*, sendo importante analisar as suas motivações para a visita, para perceber o real interesse por determinada atração. Biran et al. (2011) retratam, como exemplo desta situação, as visitas a Auschwitz, uma vez que muitas se dão por meras questões culturais e históricas, sem que exista um interesse pela morte. Kang et al. (2012), no seu estudo sobre o *Jeju April 3rd Peace Park*, na Coreia do Sul, refletem sobre as principais motivações que levam os turistas a visitar o local, concluindo que estas consistem, essencialmente, em questões relacionadas com educação e informação, razões sociais ou curiosidade.

Numa ótica mais virada para a vertente de peregrinação, Collins-Kreiner (2015) destaca motivações como o desenvolvimento pessoal, a viagem espiritual, a empatia e o sentimento de união. Por sua vez, Santos (2020) também efetuou um levantamento de motivações para a prática de *dark tourism*, encontradas na literatura desde a década de 1990. Entre essas diversas motivações, há a salientar a novidade, a nostalgia, a procura de elementos relacionados com a morte (nomeadamente o sangue), a procura pelo paranormal, o autodescobrimento, o lazer, a educação, a lembrança, o escape, o relaxamento (no que se refere a atrações de entretenimento e inseridas nas categorias mais “*light*” do espectro de Stone), entre outros.

Ainda assim, as motivações, bem como as emoções despertadas aquando da experiência e as interpretações do local onde a mesma ocorre, variam de acordo com o indivíduo e respetivos contextos e conflitos internos. Dunkley (2005, citado por Robinson, 2015), acrescenta, às motivações já referidas, as seguintes: a contemplação da morte através, por exemplo, de visitas a cemitérios e túmulos; a procura pelo risco e pelo perigo, dando como exemplo as largadas de touros em Pamplona; e a confirmação e validação de crimes e desastres ocorridos no passado.

Light (2017) reúne as várias motivações para a prática de *dark tourism* encontradas na literatura entre, sensivelmente, a década de 2005 a 2015, entre as quais a educação, a curiosidade, a conexão com o passado, o lazer, o sentido moral, o interesse pela morte ou a violência, o desejo de visitar um sítio conhecido no destino ou pela sua importância a nível nacional, a recomendação de outros visitantes, a mera socialização, entre outros. O estudo do *dark tourism*, segundo a investigação do autor, é multidisciplinar, sendo influenciado por diversas áreas desde a cultura, a política, a

criminologia, a psicologia, a sociologia, a antropologia, a História, entre muitas outras influências que representam impactes diretos no desenvolvimento dos estudos sobre a tipologia. Dunkley (2005, citado por Vieira, 2023) elabora uma lista de nove motivações para a visita a locais de *dark tourism*: a contemplação e espiritualidade, a adrenalina e busca do risco, o reconhecimento de crimes ou desastres, o autoconhecimento, motivações históricas, conveniência, curiosidade e questões religiosas. Fonseca (2015, citado por Loureiro et al., 2021) lista catorze dimensões motivacionais da procura pelo *dark tourism*, designadamente a identidade, a história, a culpa, a curiosidade, a socialização, a nostalgia, a educação, a memória, os artefactos, a sacralização, a cultura, a novidade, a autenticação e a aventura.

Tomando por base estas dimensões da motivação da procura, Loureiro et al., (2021) traçam quatro perfis de procura, relacionando a motivação com a experiência. O primeiro perfil é o do entretenimento, constituído por consumidores que procuram o lazer e recreação, procurando, por exemplo, *Escape Rooms*; o segundo perfil relaciona-se com a educação, estando associado às pessoas que sentem curiosidade sobre factos históricos e culturais e procuram experiências que lhes permitam adquirir novos conhecimentos sobre locais ou acontecimentos de alguma forma relacionados com o conceito de *dark*; o terceiro perfil é o da emoção, sendo o perfil mais complexo que envolve questões como o luto, a empatia, o alívio, entre outras emoções que procuram sentir nas suas experiências; o quarto e último perfil é denominado por morte, e é atribuído aos turistas que procuram atrações unicamente pelo seu interesse pela morte e pela tragédia.

Posto isto, é pertinente assumir que, ao contrário do que se afirmava há alguns anos, o contacto com a morte não é, obrigatoriamente, o principal foco motivacional da maioria das experiências turísticas dos *dark tourists*. No próximo subcapítulo, explorar-se-ão os festivais de *Heavy Metal* e respetivas características que, frequentemente, levam à associação com os atributos e motivações do *dark tourism*, principalmente no que se refere aos festivais e concertos de *Black Metal*, um subgénero do estilo musical onde pode existir alguma violência, e cujos eventos específicos associados têm vindo a crescer em número, bem como atraído cada vez mais participantes, essencialmente em destinos como a Noruega, Suécia, Alemanha, Polónia, França, Reino Unido, Suíça e Estados Unidos da América (Podoshen et al., 2014).

2.2 Festivais de Heavy Metal

2.2.1 Eventos Culturais

Os eventos são importantes impulsionadores do turismo, apresentando uma grande capacidade de intensificar a experiência turística nos destinos (Ziakas, 2013) e contribuindo para a dinamização e promoção do destino onde se realizam (Getz, 2005, citado por Portugal et al., 2021). O conceito de turismo de eventos surge em 1987, sendo referido pelo *The New Zealand Tourist and Publicity Department* como um segmento em rápido crescimento e de elevada importância para o turismo internacional (Getz, 2008). Li e Petrick (2006: 239) definem o turismo de eventos como “atividades, planeamento e práticas de gestão associadas a acontecimentos públicos e temáticos”.

Çakici e Yilmaz (2017), reúnem, no seu estudo, algumas definições do termo “evento”, nomeadamente a de Getz (2007: 19), que afirma que os eventos consistem em “ocasiões delimitadas no tempo, que ocorrem num determinado lugar e em determinadas condições”. Os mesmos autores citam Tassiopoulus (2005), que refere os eventos enquanto situações únicas, não permanentes, cuja duração e características são únicas e cuja produção e consumo se dão em simultâneo.

Neste âmbito, é importante definir o conceito de turismo de eventos. Para que se possa considerar um evento como evento turístico, é relevante reunir um conjunto de fatores, nomeadamente tendo em conta que, para a prática de turismo, um dos requisitos é que o turista viaje e consuma bens e serviços turísticos fora do local de residência habitual. (Iványi & Bíró-Szigeti, 2020). O turismo de eventos pode ser dividido em diversos campos, tais como turismo desportivo, turismo cultural, convenções, entre outras tipologias que interligam o setor do turismo e o setor dos eventos (Skoultos & Tsimitakis, 2008, citados por Çakici & Yilmaz, 2017).

O conceito de turismo de eventos tem evoluído. Ainda que, na década de 1970, fosse possível encontrar alguns estudos esporádicos relacionados com gestão de eventos e festivais (Getz, 2010), só na década de 1990 é que o termo começou a merecer atenção por parte dos académicos, surgindo diversos estudos nesse âmbito e a primeira revista especializada, denominada por *Festival Management and Event Tourism*, lançada em 1993, tendo hoje o nome de *Event Management* (Getz, 2008). Os primeiros artigos retratavam temas como as razões que levam os turistas a viajar para participar em eventos, a importância dos megaeventos no turismo e os impactos económicos dos eventos. No início do século XXI, o turismo de eventos era já um tema muito explorado e em crescimento, sendo comum encontrar, na literatura, subtemas como turismo e eventos de negócios, de desporto, festivais e outros eventos culturais (Getz, 2008).

A importância dos eventos aplica-se tanto à procura como à oferta. Por um lado, envolvem muitos recursos humanos e materiais, promovendo a criação de emprego e dinamizando, de forma sinérgica, outros setores, nomeadamente transporte, alojamento, entre outros serviços. São, ainda, uma poderosa ferramenta de combate à sazonalidade e de atração de investimento (Coelho, 2015). Por outro, para a procura, fomentam a criação de diferentes significados para a experiência, dependendo do contexto do próprio evento, bem como dos contextos do turista, envolvendo um vasto leque de motivações, comportamentos e emoções (Ziakas, 2013). Cada vez mais a experiência é o foco do turista aquando da tomada de decisões e intenção de viagem (Iványi & Bíró-Szigeti, 2020).

Perron-Brault et al. (2020) evidenciam a importância dos festivais enquanto fatores de desenvolvimento das comunidades em que se realizam, nomeadamente económico, fazendo referência a um relatório da *Pollstar* (2020) que refere que, em 2017, os dez maiores festivais de música no mundo geraram cerca de 259 milhões de dólares americanos. Contudo, os impactos dos festivais manifestam-se em várias dimensões. Para além dos impactos económicos, nomeadamente através da atração de turistas e do efeito sinérgico noutros setores económicos, há a destacar os impactos sociais e culturais, tais como o sentido de comunidade e a coesão grupal ou a promoção da cultura; impactos a nível pessoal, como sejam questões educacionais, mudança de atitude e padrões de consumo; e um conjunto de fatores ligados ao próprio destino, como por exemplo a imagem e o *marketing*, o desenvolvimento urbano e os impactos ambientais (Getz, 2010).

É inegável o papel dos eventos culturais enquanto fatores de atratividade para um destino turístico, sendo capazes de satisfazer diversas necessidades dos turistas, particularmente emocionais, sendo muitas vezes descritos como formas de socialização, de se distrair da rotina quotidiana e de autoexpressão (Adesiji & Olajumoke, 2022). O festival é a tipologia de eventos que, há mais tempo, tem sido alvo de estudos (Getz, 2008), consistindo numa ferramenta importante de autoexpressão e de socialização (Blešić et al., 2014).

Fonseca e Ramos (2014) elaboraram uma breve compilação sobre a evolução do conceito de festival: Falassi (1987) destaca que os festivais são importantes para o reforço da identidade social e para a continuidade histórica. Earls (1993), afirma que os festivais consistem em ajuntamentos que visam realizar os desejos e sonhos de uma comunidade, providenciando uma oportunidade de se viver uma experiência única. A *South Australian Tourism Commission* (1997) define festivais como “celebrações de algo que a comunidade local deseja partilhar e que envolvem o público enquanto participante na experiência”. À semelhança do turismo de eventos, o turismo de festivais, acontece

quando as pessoas viajam para determinado destino com o intuito de participar no evento, existindo uma vasta diversidade de festivais e respetivas representações artísticas e culturais (Iványi & Bíró-Szigeti, 2020).

De acordo com Berkers e Michael (2017), o sucesso de um festival depende de um conjunto de fatores que deve fortalecer a ligação entre a música e as *performances* em si, e o público, garantindo que a energia partilhada entre participantes é semelhante, sendo necessário, por vezes, estabelecer barreiras para manter essa identidade, que é também fomentada pelos próprios artistas. Négrier et al. (2013) (citado por Perron-Brault et al., 2020) completam que os festivais de música focados num género específico têm impacte direto nas características da audiência e, de forma geral, tendem a ter mais sucesso. Estudos demonstram, ainda, que a variedade de atrações e atividades dinamizadas no festival são, também, um importante fator de satisfação (Li & Petrick, 2006).

Os festivais de música providenciam oportunidades de se viver experiências memoráveis e de se construir a própria identidade. Toda a atmosfera, atributos, programa e infraestrutura do festival, o sentido de comunidade, o sentimento de pertença, o companheirismo entre participantes e o espaço e abertura para a autoexpressão, geram emoções fortes que levam à autenticidade da experiência (Crompton & McKay, 1997; Lee et al., 2002; Pegg & Patterson, 2010; Lawendowski & Besta, 2020). Por sentido de comunidade entende-se “uma visão partilhada, onde um claro propósito valoriza as ideias e a contribuição dos indivíduos e envolve o trabalho em conjunto nos assuntos, celebrações e resolução de problemas da comunidade” (Derret, 2003: 51). No caso dos festivais de música, existe um interesse comum relativo a determinado artista ou banda, e que se torna num fator unificador dos participantes (Barrière & Finkel, 2022). Existem, no entanto, fatores com o efeito contrário aos acima referidos, e que podem levar à decisão de não participação em festivais, nomeadamente a pressão de amigos e familiares que não aprovem a escolha musical, a fraca organização do evento, questões pessoais e financeiras, entre outros (Portugal et al., 2021).

Como o próprio nome indica, a música é um elemento crucial nos festivais de música. Os diferentes géneros musicais estão, frequentemente, associados a diferentes públicos e subculturas (Portugal et al., 2021). Honkanen e Luonila (2021) afirmam que, de forma geral, a frequência com que os indivíduos participam em festivais de música está diretamente ligada à importância que a música tem na sua vida, sendo parte da sua identidade, procurando não apenas as *performances* dos seus artistas e bandas preferidos, como a própria experiência do festival. Para além destas motivações, há a destacar ainda a exploração e descoberta de novos estilos musicais ou artistas (Perron-Brault et

al., 2020), o que revela a importância destes eventos enquanto mecanismos de promoção para os próprios músicos. Em todo o caso, as motivações podem variar muito de festival para festival, de acordo com as suas características (Scott, 1995; Kim et al., 2002).

Da mesma forma em que existem diferentes tipologias de festivais, existem, também, diferentes tipos de participantes. Honkanen e Luonila (2021) identificaram três tipos diferentes de participantes em festivais, com base na literatura existente: existem os participantes que viajam para participarem nos festivais e que procuram a primeira fila por serem grandes seguidores de determinada banda ou artista; os que são leais a um género musical específico, tanto pelo gosto musical como pela convivência com os restantes simpatizantes com o estilo, sendo esta uma característica muito forte e facilmente identificada no caso dos festivais de *Heavy Metal*; e ainda, os que procuram os festivais para fins de socialização e curiosidade, sem que a música tenha uma grande relevância.

Fonseca e Ramos (2014) identificaram, também, três tipos de participantes, associando-os a festivais específicos em Portugal. O primeiro *cluster*, denominado por *Music Lovers*, refere-se aos participantes que consideram a música como elemento crucial e principal fator de motivação para a participar no festival, o que se verifica, essencialmente, no *Optimus Alive*; o segundo, *Networkers*, valoriza mais a atmosfera do festival e a experiência no mesmo, bem como a questão da socialização, sendo associado aos festivais Meo Sudoeste, *Super Rock Super Rock* e Vodafone Paredes de Coura; por último, apresentam os *Tourists*, cujas motivações se centram na localização e nas atividades promovidas no festival, bem como a segurança, elegendo o *Sumol Summer Fest* e o *Primavera Sound* como favoritos.

Ainda no âmbito dos tipos de participantes, há a destacar as tipologias referidas por Li (2006): *enthusiasts*, que procuram toda a experiência, preferindo maior diversidade musical e eventos mais longos; *Open to discoveries*, que procuram a novidade musical, sem especial interesse por um artista ou banda em particular; *looking for stars*, que não dão muita importância à socialização, mas sim à música, preferindo menos diversidade musical e eventos mais curtos; e, por fim, *just for my bands*, que consiste no grupo de participantes que, à semelhança do grupo *looking for stars*, estão dispostos a pagar mais e dão valor a concertos específicos de artistas que conhecem e de que gostam.

A diversidade de questões abordadas neste subcapítulo retrata a multiplicidade de experiências passíveis de se viver num evento. A experiência pode ser definida de acordo com três dimensões: comportamental, afetiva e cognitiva, podendo ser analisada à luz das motivações, necessidades e expectativas dos indivíduos (Getz, 2008). Getz (2010) aprofunda esta questão das dimensões da

experiência em festivais, listando nove dimensões distintas. Salienta a situação política do local onde ocorre o festival, destaca a autenticidade como fator de extrema importância na experiência, a identidade cultural da comunidade local, o sentimento de pertença e o sentido de comunidade, a festividade e comportamentos específicos do evento, ritos e rituais levados a cabo no festival, mitos e símbolos, bem como tradições, *pilgrimage* e, por último, o espetáculo e *performance* cultural.

2.2.2 Festivais de Heavy Metal: características dos eventos e respetivos participantes

O *Heavy Metal* é um género musical subdividido em vários subgéneros com características distintas, representando uma subcultura diversificada. É frequentemente associado à revolta, contestação e rebeldia, estando também relacionado com características visuais facilmente identificáveis. As *performances* incluem, por vezes, elementos cénicos e representações dignos de autênticos rituais, embora os seguidores deste estilo musical tenham, geralmente, a música como prioridade, aquando da participação nos eventos. Existe uma lealdade e um sentimento de pertença por parte dos fãs, que criam a própria comunidade, dando especial importância, como um dos elementos de identificação e autoexpressão, ao *merchandising* das bandas que seguem (André, 2017).

Apesar de, pelas suas características e sonoridades, se associar o *Heavy Metal* à violência, ao ruído e emoções negativas, na realidade, os estudos indicam que a exposição a este género musical representa um risco muito diminuto de reprodução de violência por parte dos ouvintes, funcionando, na verdade, como um meio de canalização das emoções negativas e produção de efeitos psicológicos positivos (Powell et al., 2022). No seu estudo sobre o tema, os autores reúnem algumas possíveis justificações para o facto da exposição à música violenta não gerar, necessariamente, comportamentos violentos. Entre essas razões, há a salientar o facto de os ouvintes terem a capacidade de desconsiderar as letras e o seu conteúdo, ou mesmo o facto de não as compreenderem, uma vez que, em bandas mais extremas, as técnicas vocais utilizadas dificultam a perceção do que está a ser dito. Outra possível razão, reside no facto de muitas pessoas consumirem música com temas violentos, na mesma medida em que consomem filmes de terror, casas assombradas, entre outros produtos associados ao *dark*, sem reproduzirem o que veem.

Os mesmos autores registam que, embora os indivíduos que não conhecem ou não apreciam o género considerem o estilo musical como assustador, agressivo ou violento, os seguidores do estilo referem emoções como alegria, empoderamento ou paz aquando do consumo da música, mesmo os

fãs de estilos mais extremos. No referido estudo, são ainda apresentadas algumas conclusões sobre fãs de música extrema, concluindo que estes indivíduos não apresentam uma maior tendência para o desenvolvimento de doenças mentais, e que não são, geralmente, mais insensíveis face a situações de violência, não existindo relação entre o gosto musical e o sentimento de empatia.

São vários os benefícios associados ao consumo de *Heavy Metal*, expostos na literatura, principalmente relacionados com as emoções, estando estudado que “(...) os fãs de música *Heavy Metal* com temas agressivos, raramente experienciam raiva ou demonstram agressividade perante os outros após ouvirem a música, em vez disso, registam experiências positivas de empoderamento, alegria, paz e conexão social.” (Olsen et al., 2022: 3). Viegas (2022) realizou entrevistas a vários fãs do género, e confirmou o relatado por Podoshen et al. (2018) no que se refere à canalização de emoções negativas através da música, acrescentando que a palavra “emoção” foi vastamente proferida pelos entrevistados, quando questionados sobre a música e bandas que ouvem. “Força, empoderamento, confiança e autoestima são outros dos aspetos a destacar dos testemunhos (...)” (Viegas, 2022: 119).

No que se refere ao próprio *Black Metal*, dado como o subgénero mais intenso e obscuro, Podoshen et al. (2018) estudaram as emoções e motivações dos fãs, concluindo que muitos deles consomem este género de música e eventos relacionados com ele para melhor lidarem com as emoções negativas do dia-a-dia, para se sentirem eles próprios, entre outras razões. Os autores acrescentam que alguns destes indivíduos relataram ter vivido experiências muito negativas e que procuravam estes festivais, também, para poderem confrontar a morte representada nesses eventos.

Podoshen et al. (2015) reúnem testemunhos de participantes em festivais de *Heavy Metal* que relatam experiências mais extremas, nomeadamente durante as *performances* da banda *Watain*, conhecida pela utilização de sangue, cadáveres de animais e cenários obscuros em palco. Estas apresentações são comparadas a cultos, referidas como experiências imersivas em que a audiência se sente transportada para outra dimensão e o vocalista é caracterizado como “*ringmaster to a circus of evil*”. O festival *Inferno*, na Noruega, focado no *Black Metal*, é comparado a um ritual distópico. Participantes do festival indicam que *Taake*, outra banda do género, reúne esforços para desafiar o público a celebrar o obscuro e a morte, e que o *Inferno* os ajuda a refletir sobre a sociedade em que vivem e sobre a liberdade de expressão. Estas representações obscuras, aliadas à distorção da música, à aparência dos participantes e a alguns comportamentos, como o *moshpit* e o *headbanging* estarão na origem de alguns dos preconceitos associados, de forma geral, ao *Heavy Metal* (Yan et al., 2017).

Apesar da sua crescente popularidade, os preconceitos e estereótipos face ao *Heavy Metal* continuam bem presentes na sociedade atual, sendo que as conceções mais comuns atribuídas ao género se relacionam com o Satanismo, uso de drogas e álcool, comportamento delinvente, agressividade, aversão à religião (essencialmente, Cristã) e relação estreita com casos de violência e suicídio. Estes preconceitos são concebidos principalmente por parte de quem não ouve ou não conhece o género, por considerar que é barulhento, perturbador e excessivo, desconsiderando o facto de ser, na realidade, um género musical cujas letras têm, frequentemente, conteúdo muito rico, tanto em termos literários como em termos de crítica política e social, frequentemente expressa sob a forma de metáfora (Campos, 2015; Rana, 2021). Viegas (2022) realizou diversas entrevistas na sua investigação, a consumidores de *Heavy Metal*, que admitem sentir-se discriminados e julgados frequentemente, essencialmente pela forma de se vestirem.

Olsen et al. (2022) expõem os resultados de diversos estudos sobre o tema, que concluem que não existe relação entre o sentimento de raiva e o estilo musical, referindo, inclusive, que muitos dos fãs entrevistados nestes estudos afirmam sentir-se mais calmos quando ouvem música extrema, relatando emoções positivas durante essa atividade. Os mesmos autores investigaram esta questão e concluíram que o consumo de *Heavy Metal* não tem relação com problemas psicológicos ou comportamentos desviantes, e que o consumo de substâncias ilícitas, ainda que exista, é inferior quando comparado com outros estilos musicais, nomeadamente o *punk* ou o *techno*.

Apesar de todo este conjunto de características negativas que se associa ao estilo musical, quem participa em festivais e concertos do género refere um ambiente de companheirismo, ainda que alguns comportamentos, como o *moshpit*, possam passar uma imagem de violência durante os espetáculos, e ainda que existam exceções, tais como pequenos grupos tendencialmente preconceituosos e ligados à extrema-direita. São comportamentos controlados e voluntários, que não põem em causa as ideologias defendidas por grande parte dos participantes, que frequentemente são retratadas nas letras, nomeadamente “(...) contestação social, preocupações ambientais, proteção dos animais, antidiscriminação, liberdade, rebeldia, sentimento de pertença e solidariedade.” (Viegas, 2022: 112).

2.2.3 Heavy Metal: géneros e subgéneros

O conceito de *heaviness* é algo muito subjetivo e sem uma definição restrita e consensual. No caso do *Heavy Metal*, o termo pode estar associado tanto às características do som, entre as quais a

distorção, a rapidez, as técnicas vocais, entre outras, como às temáticas retratadas nas letras ou aos visuais adotados pelos artistas e fãs. É um conceito que pode variar ao longo do tempo e de pessoa para pessoa, dependendo daquilo a que o indivíduo está habituado a ouvir (Herbst & Mynett, 2022). Um outro termo bastante associado ao estilo musical é a intensidade. Este conceito surge associado tanto à própria música, à semelhança do termo “*heaviness*”, como às próprias emoções sentidas pelos ouvintes quando escutam o género. A intensidade musical reflete-se tanto nas características do som, como nas próprias letras, dado que também estas transmitem emoções (Herbst & Mynett, 2022).

O *Heavy Metal* surgiu no seguimento da popularidade do *Rock*, que nasceu na década de 1960. Nos anos seguintes, o género foi-se desenvolvendo, com sonoridades mais pesadas e agressivas do que o *Rock*, tendo esse crescimento começado em Inglaterra, e desmembrando-se em cada vez mais subgéneros. A fidelidade ao estilo é uma particularidade dos fãs, que foram formando uma subcultura com características, comportamentos, códigos estéticos e linguagens próprios, sendo frequentemente apelidados de “*metalheads*” ou “*headbangers*” (Nakamura, 2009; Rana, 2021). Segundo Janotti (1994, citado por Nakamura, 2009), uma das questões que diferencia o *Rock* e o *Heavy Metal*, é o desejo de distanciamento da sociedade e das suas normas, manifestando revolta, independência e rutura com as mesmas, expressas muitas vezes nas letras das músicas.

Ainda que exista esse sentido de subcultura no seio do *Heavy Metal*, esta apresenta-se muito heterogénea, podendo as suas especificidades variar consoante o subgénero ou corrente musical (Nakamura, 2009). No caso das vertentes mais extremas, designadamente o *Black* e o *Death Metal*, existe uma maior incidência em temas como a violência, o suicídio, o oculto, o medo, entre outros, sendo que o sentido estético dos seus ouvintes vai ao encontro destas temáticas, gerando um maior choque visual, principalmente para quem está fora ou desconhece a subcultura (Olsen et al., 2022).

No que respeita aos subgéneros, importa, primeiramente, definir este conceito. De acordo com Fabbri (1982, citado por Skeeched, 2022), um género consiste numa corrente musical com determinadas características distintivas, bem como um conjunto de regras aceites socialmente que o definem de forma genérica. Quando essas características e regras assumem especificidades mais diferenciadas e restritas, desdobrando-o em várias vertentes específicas, assiste-se à formação de subgéneros. No *Heavy Metal*, considerado um género musical, existem diversas subcategorias que, por sua vez, por vezes se subdividem novamente em diferentes correntes musicais.

Skeeched (2022) reúne um conjunto de algumas dessas vertentes e respetivas temáticas mais abordadas nas músicas: *New Wave of British Heavy Metal*, também denominado por *Heavy Metal*

tradicional, cujos temas variam bastante, abordando desde questões quotidianas, a mitologia ou mesmo o oculto; *Thrash Metal*, associado a temáticas como a guerra, morte e anti religião; *Death Metal*, associado à morte, violência, anti religião e Satanismo; *Black Metal*, considerado o subgênero mais obscuro, cujas letras abordam geralmente temas como o Satanismo ou o suicídio; *Doom Metal*, ligado às emoções negativas e introspeção; *Power Metal*, muito associado a temas de guerra, fantasia e mitologia; também o *Folk Metal* surge associado à mitologia, bem como à História e natureza; *Progressive Metal* é uma corrente que retrata essencialmente questões do mundo em geral e de introspeção; *Metalcore*, expressa questões da sociedade, relações e questões pessoais; e por fim, surge o *Grindcore* que fala essencialmente de política, sociedade e humor negro. Ao longo do seu estudo, o autor enumera, ainda, outras vertentes, designadamente o *Symphonic Metal*, *Djent*, e correntes específicas dentro de um subgênero, nomeadamente dentro do *Death Metal* (*Technical Death*, *Melodic Death*, *Brutal Death*) ou do *Doom* (*Gothic Doom*, *Funeral Doom*, entre outros).

Dada a multiplicidade de subcategorias do *Heavy Metal*, é pertinente afirmar que existem inúmeras diferenças tanto a nível de sonoridades, como a nível de temáticas, públicos e *performances*. Alguns destes subgêneros são categorizados como extremos, nomeadamente o *Black Metal*, o *Death Metal* e o *Doom Metal*, consistindo em sonoridades mais agressivas e abordando temáticas mais obscuras, como o oculto, a morte, a violência, o paganismo e Satanismo, entre outros temas (Yan et al., 2017). Ainda que possam, muitas vezes, ser considerados intimidantes ou, por outro lado, pouco complexos, a verdade é que estes subgêneros têm, frequentemente, fortes referências literárias e mensagens bastante adequadas à sociedade atual (Rana, 2021). O próprio público varia consoante o subgênero e, muitas vezes, dentro do mesmo, pelo que não deve haver uma generalização aquando da análise e categorização dos diferentes públicos no *Heavy Metal*, mas sim, uma abordagem mais individualizada, tratando-se de nichos distintos (Kruger & Saayman, 2012). Neste âmbito, importa focar na subcultura do metal extremo, nomeadamente do *Black Metal*, que se apresenta como um subgênero com normas bastante díspares dos restantes mais consensuais (Podoshen et al., 2015).

2.2.3.1 Festivais de Black Metal

Ainda que o subgênero tenha surgido na década de 1980, só a partir de 1990 é que o *Black Metal* começou a ganhar maior popularidade, principalmente com o surgimento de bandas como *Mayhem*,

Immortal ou *Dimmu Borgir*, com uma carreira ativa ainda hoje. São muitas as vertentes dentro do *Black Metal*, que têm surgido desde então, como o *progressive* ou o *symphonic* (Skadiang, 2017).

A caracterização do *Black Metal* como “barulhento” para tantas pessoas, deve-se, essencialmente, à distorção das guitarras e às técnicas vocais utilizadas, que muitas vezes tornam incompreensível aquilo que o vocalista está a dizer. A discussão em torno deste subgênero ultrapassa as suas características sonoras, intencionalmente criadas com o intuito de gerar uma atmosfera fria e obscura, uma vez que este se encontra associado a temas e comportamentos controversos e não aceites pela sociedade em geral, nomeadamente o Satanismo, o assassinio, o suicídio e os polémicos *church burnings*, essencialmente na Noruega, onde o estilo tem mais expressão. Esta violência acabou por se materializar em várias ocasiões, gerando um medo constante na população e, conseqüentemente, a repulsa em relação ao *Black Metal* e respetivos apoiantes. (Podoshen et al., 2013; Skadiang, 2017).

A subcultura do *Black Metal*, tornou-se, assim, famosa nos anos 90 devido aos mais de cinquenta incêndios de igrejas registados na Península Escandinava, bem como assassinatos entre membros das próprias bandas. Ainda assim, é a vertente musical mais ouvida na região, contando com inúmeros festivais de renome dedicados, em exclusivo, ao metal extremo. Atualmente, estas práticas violentas já não ocorrem com a mesma frequência e gravidade como ocorriam na década de 1990, o que será um dos fatores de sucesso de festivais como o *Inferno*, na Noruega, que anualmente conta com a presença de fãs de *Black Metal* de todo o mundo (Podoshen et al., 2013).

No entanto, as *performances* de *Black Metal* não se baseiam unicamente na questão musical, sendo necessário um conjunto de outros elementos para que a experiência seja vivida, pelo público, em pleno, nomeadamente elementos anticristo ou satânicos, tais como cruzeiros invertidos, pentagramas e Bíblias queimadas (Podoshen et al., 2013). Os autores reuniram algumas visões de fãs de *Black Metal* sobre os festivais e concertos em que participaram, concluindo que estes são equiparados a experiências imersivas e multissensoriais, por vezes comparadas a filmes de terror no que respeita às emoções sentidas durante o espetáculo. Podoshen et al. (2018: 347) definem os festivais de *Black Metal* como “(...) um espaço extraordinário que providencia os seus visitantes com experiências de diferença, *darkness* e perigo, sustentadas por formas chocantes de *performance*, letras e ambiente (...)”. Skadiang (2017) refere, ainda, a utilização de pinturas pelo corpo para enfatizar as encenações nas *performances* de *black* e *death metal*. As letras abordam não apenas a morte, a violência ou o Satanismo, mas também emoções negativas, a natureza (nomeadamente elementos naturais e paisagísticos escandinavos) e a mitologia nórdica (Podoshen et al., 2018).

Assim, o *Black Metal* é um subgênero que se destaca bastante da maioria dos restantes, pela sua distância face ao *mainstream* que se baseia não apenas nas suas características musicais, como na expressão artística, frequentemente relacionada com a morte ou a violência, sendo abraçada tanto pelos artistas como pelos fãs. Esta expressão artística é concretizada, de forma realista e não apenas simbólica como em outras vertentes, em palco, no caso de bandas mais extremas, com sangue real ou partes de animais reais, automutilações dos artistas, como no caso da banda *Shining* (Podoshen et al., 2018), entre outros. Skadiang (2017) refere que um dos membros da banda *Necrotoucher* recolhia animais mortos da rua pelo seu deslumbramento pela decomposição e pelo seu fascínio pela morte, fazendo-se acompanhar dos mesmos para gravações e concertos. Estas práticas, aliadas às temáticas, geram emoções fortes que levam a uma experiência autêntica e intensa. Porém, esta experiência vivida nestes ambientes não reflete, necessariamente, as crenças, valores ou comportamentos da vida quotidiana dos fãs de metal extremo, consistindo em rituais efémeros. (Podoshen et al., 2018).

Ainda que muitos dos festivais de *Heavy Metal* sejam bastante ecléticos e incluam diversos subgêneros, como o *Wacken Open Air* ou o *Graspop Metal Meeting*, os maiores festivais do estilo no mundo, existem festivais mais centrados em subgêneros específicos, nomeadamente nos mais extremos (Yan et al., 2017). A relação entre estes eventos e a atividade turística tem sido notável, tendo surgido o termo *blackpacker* que designa os indivíduos que viajam com o propósito de consumir experiências essencialmente relacionadas com o *Black Metal* (Podoshen et al., 2015).

Quando se procede à análise destes eventos, em que o *Death* e o *Black Metal* predominam, as práticas e comportamentos dos participantes e artistas vão mais ao encontro da ideia de violência associada ao género. Uma das bandas considerada como pioneira do *Norwegian Black Metal*, *Mayhem*, não se limita apenas a retratar a violência nos seus temas, como está associada a atos violentos, nomeadamente incêndios de igrejas, homicídios e suicídios. Estes comportamentos e situações diretamente ligadas à banda, geram uma atmosfera intensa e pesada nas suas *performances*, criando uma sensação real de contacto direto com a morte, o perigo e a violência (Skadiang, 2017).

2.2.4 Motivações e comportamentos característicos em festivais de Heavy Metal

Os concertos ao vivo são uma excelente forma para as bandas se darem a conhecer, fazendo crescer a sua base de fãs, bem como satisfazer os mesmos, além de serem, geralmente, a sua maior fonte de receita (Kruger & Saayman, 2012). São espetáculos capazes de gerar várias emoções

intensas. Os concertos e festivais de *Heavy Metal* não são exceção, sendo capazes de deixar o público em euforia e êxtase (Viegas, 2022).

Weinstein (2000, citada por Viegas, 2022) descreve os concertos de *Heavy Metal* como uma simbiose entre os artistas e o público, caracterizada pela representação e concretização de uma subcultura com valores, características e linguagem próprios. No espetáculo, além da música e das letras, importa bastante a entrega dos músicos em palco e das encenações levadas a cabo, conjugadas com a estética dos palcos e os elementos que nele se encontram, muitas vezes associados a figuras temíveis, também retratadas nas capas dos álbuns. Ainda que os comportamentos praticados pelos fãs durante o concerto, nomeadamente o *moshpit* ou a *wall of death*, possam ser vistos como violentos e insanos, na verdade, para a subcultura, são símbolos de união, comunidade e coesão, podendo ser vistos como rituais eficazes na expressão de emoções.

Viegas (2022) realizou diversas entrevistas a fãs de *Heavy Metal*, com o intuito de perceber as motivações para a participação em concertos e festivais. Concluiu que as emoções são um fator muito importante neste âmbito, algo que vai muito além apenas da música. Exemplo disso é um dos relatos registados pela investigadora, que revela entusiasmo pelo caos, pela brutalidade e pela violência dos esfaqueamentos intencionais observados com o intuito de escrever o nome da banda na pele. Os entrevistados referem sentir a sensação de que estão a entrar numa realidade à parte quando entram nos festivais do género. Para essa sensação contribuem vários fatores, desde as questões técnicas de som, luz e produção de palco, como a oportunidade de socialização com indivíduos com interesses e gostos semelhantes, distintos de adeptos de outros estilos musicais. Todos estes aspetos, desde as características musicais até à questão da socialização e sentimento de pertença, consistem em motivações fortes para a participação nestes eventos (Viegas, 2022).

Ainda em relação às motivações, Bilimava (2014) investigou sobre este tópico, apresentando cinco categorias de motivações para a participação em festivais de *Heavy Metal*. A primeira categoria associa-se à música, existindo uma procura por ver várias bandas no mesmo dia, ver as bandas preferidas ou descobrir novas. Em seguida, surge a socialização, sendo importante para os participantes passar tempo com amigos, conhecer e interagir com outras pessoas com gostos musicais semelhantes e sentir-se parte do ambiente do festival. A terceira categoria apresentada é o sentimento de liberdade, nomeadamente no que se refere à liberdade de expressão. Segue-se o escape, uma vez que muitos participantes procuram os eventos também para poderem sair da rotina e distrair-se dos problemas do quotidiano. E, como última categoria, encontra-se a viagem, sendo que os participantes

afirmam que, ainda que a participação no evento seja o principal, existe toda uma experiência turística associada à viagem para participar num festival fora do local de residência habitual.

Estudos no âmbito da psicologia revelam que a observação de determinados comportamentos, aliada a um determinado estado emocional, resultam, frequentemente, na reprodução dos mesmos (Preston & de Waal, 2002, citados por Podoshen, 2013). Este poderá ser um dos aspetos que explica a revolta face ao Cristianismo, associada aos *blackpackers* que, ainda hoje, levam a cabo *church burnings* pela Escandinávia, à semelhança do que faziam os seguidores do *Black Metal* há várias décadas, quando o subgénero começou, efetivamente, a ganhar expressão (Podoshen, 2013).

É pertinente concluir que o *Black Metal* constitui um subgénero que representa alguma controvérsia. Bandas como *Watain*, reúnem esforços para que os seus concertos se equiparem a verdadeiros rituais de morte, trazendo consigo partes de animais putrefactas, sangue, entre outros elementos, por diversas vezes atirados ao público que entra numa espécie de cerimónia juntamente com a banda. A banda *Taake* é, também, conhecida por comportamentos semelhantes e por automutilações em palco, o que em conjugação com a música com bastante distorção e restantes elementos cénicos, gera uma atmosfera macabra e sombria que envolve os participantes e é capaz de gerar emoções fortes (Podoshen, 2013).

Fried (2003) reuniu na sua investigação, os resultados de alguns estudos que apontam para uma relação entre se gostar de *Heavy Metal* e comportamentos delinquentes e prejudiciais ao próprio em adolescentes, na perspetiva da psicologia. No entanto, a nível académico, os estudos reunidos, datados das décadas de 1980 e 1990, concluem que não é a preferência musical que gera esse tipo de comportamentos, mas sim o contrário, isto é, as tendências antissociais e a tendência à prática de certos comportamentos desviantes influenciam a preferência musical. A crescente atenção que recai sobre a música mais extrema e com temáticas relacionadas com a violência, como o *Heavy Metal* e o *Rap* extremos, tem, também, despertado o interesse dos investigadores no sentido de se compreender se a exposição a estes estilos musicais resulta em comportamentos violentos e desviantes (Powell et al., 2022). Honkanen e Luonila (2021) acrescentam uma comparação entre os dois estilos, concluindo, por meio de entrevistas, que os eventos de *Rap* registam um número de casos de violência e de intervenção policial muito superior quando comparados com os eventos de *Heavy Metal*. Olsen et al. (2022) estudam esta questão, concluindo que o *Heavy Metal* com temáticas agressivas tem sido visto como um fator de risco para comportamentos agressivos ou desenvolvimento de depressão ou

ansiedade, bem como para uma maior tendência para consumos de substâncias. Porém, os estudos revelam que esse risco é diminuto e que a agressividade é, geralmente, controlada.

No que se refere aos restantes subgéneros, mais afastados do extremo, Podoshen et al. (2018), esclarecem algumas diferenças no comportamento. O conhecido *moshpit* caracterizado por empurrões e encontrões coordenados e controlados em conjunto, é um comportamento que pode ser visto como violento, mas que não é comum, por exemplo, no *Black Metal*, onde os comportamentos tendem a seguir um carácter mais individualista e não tanto em comunidade, como noutros subgéneros. Muitas vezes, os participantes não conseguem explicar as razões pelas quais gostam de se envolver no *moshpit*, mas afirmam que seguem regras de respeito mútuo e entreajuda e que o veem como forma de expressar emoções mais intensas (Bilimava, 2014).

As *performances* de vertentes mais consensuais apresentam, geralmente, uma atmosfera mais leve e menos teatral. No entanto, no que se refere aos artistas, a violência e o contacto direto com o sangue e elementos representativos da morte, praticamente só são registados no *Black Metal* (Podoshen et al., 2018), bem como o Satanismo (Viegas, 2022). A generalização é comum, pelo que o género musical é frequentemente associado, como um todo, a estes comportamentos e práticas, juntando ainda as questões estéticas, dado que “além das caveiras, dos monstros e das cenas de terror, as ilustrações das capas e, por conseguinte, da vestimenta dos *headbangers* fazem, muitas vezes, alusão ao diabo, com cruzes invertidas e pentagramas.” (Viegas, 2022: 135).

Na sua investigação, Viegas (2022) concluiu que no início os cenários de violência eram mais frequentes e mais intensos, sendo a responsabilidade não apenas dos fãs, mas também das equipas de segurança que levavam a cabo abordagens agressivas, mesmo quando se deparavam com simples *crowdsurfings*. Atualmente, esta violência já não se verifica, registando-se um cenário civilizado, pacífico e respeitoso (Honkanen & Luonila, 2021; Viegas, 2022). Os relatos de distúrbios são diminutos, o que leva a que as comunidades locais estejam cada vez mais abertas à organização destes festivais nas suas localidades. O comportamento dos *metalheads* é frequentemente descrito, pelos habitantes dos locais onde ocorrem os festivais, como amigável, calmo e respeitoso (Bilimava, 2014). Podoshen (2013) havia já clarificado esta ideia, afirmando que mesmo no caso do *Black Metal*, atualmente a violência resume-se a atos isolados e raros, não chegando a ter relevância suficiente para impactar negativamente na imagem do género e do destino, no que respeita ao turismo para frequentar os festivais de metal extremo, nomeadamente na Península Escandinava.

2.2.5 Heavy Metal em Portugal

Silva (2010) afirma que existe dificuldade em precisar a origem do movimento do *Heavy Metal* em Portugal, algo que requereria uma investigação muito extensa. Ainda assim, Dico (2013) apresenta na sua obra “*Breve História do Metal Português*” a evolução do *Heavy Metal* em Portugal, de forma detalhada. Segundo a sua investigação, as primeiras bandas do género em Portugal terão surgido no final da década de 1960. A crença de que o estilo só surgiu a partir da década de 1980 advém do facto de, além de não ser comum identificar o género musical com um termo específico, não haver acesso rápido e fácil ao conteúdo musical, contrariamente à atualidade (Dico, 2013). A partir dos anos 1980 esse reconhecimento impulsionou-se e começou a criar-se uma identidade visual aliada ao estilo. No início dessa década “(...) o termo “*Heavy Metal*” era já bastante popular, verificando-se uma clara noção identitária por parte dos fãs entre si e face ao próprio género musical” (Almeida, 2010, citado por Dico, 2013: 125).

Na década de 1960, o país vivia numa ditadura, em que a liberdade de expressão e o acesso à informação eram bastante restritos e limitados, o que não contribuía para que novos estilos musicais pudessem ser conhecidos pelo país. Os grandes artistas internacionais de *Rock* e *Hard Rock*, nomeadamente *The Rolling Stones*, eram os únicos com expressão no país e que tinham capacidade para chegar às pessoas. Os artistas portugueses que começavam a surgir, ou eram chamados para o serviço militar, ou emigravam para seguir os seus estudos no estrangeiro (Dico, 2013).

Segundo Dico (2013) os primeiros impulsionadores da música pesada portuguesa surgiram em 1965 e 1966, denominados por *Beatniks* e *The Playboys*. Porém, foi na década de 1970, com a revolução de 25 de abril, que o *Rock* e outras formas de música pesada começaram a proliferar pelo país. Pouco antes da revolução, entre 1970 e 1971, além de surgirem novos grupos de *Rock* pesado como *Pentágono*, *Heavy Band*, *Albatroz* ou *Complexo*, surgia o primeiro festival com espaço para música pesada e alternativa, o Festival Vilar de Mouros, “(...) impondo-se como uma impressionante mostra da modernidade que os jovens portugueses aspiravam” (Dico, 2013: 52). Foi, também, nesse ano que o conhecido Dramático de Cascais começou a receber artistas internacionais. O autor afirma que as atuações, além da diversão, consistiam em oportunidades de “(...) tertúlia, contestação ao regime e decompressão de emoções” (Dico, 2013: 53). Era, frequentemente, utilizado o inglês como idioma nas letras, de forma a contornar a Comissão de Censura. Por esta altura, a contestação política e as cantigas de intervenção cresciam. A formação de uma identidade visual própria aliada ao contexto

sociopolítico vivido no país contribuiu para que se criasse uma imagem face aos fãs de música pesada, que levou à sua marginalização, opressão policial e intensificação da sua rebeldia (Dico, 2013).

Em 1975, a atuação de *Genesis*, no Dramático de Cascais, enceta uma nova fase na música em Portugal, surgindo, também, novos palcos de concertos de música pesada, como o Coliseu dos Recreios. O *Rock* ganhou mais expressão, com a ajuda da rádio, que usufruiu de uma maior liberdade pós-revolução. Ao longo dos anos, foram surgindo novas bandas do género, de forma rudimentar e numa lógica de “*do it yourself*” no que respeita à produção musical e de espetáculos (Dico, 2013).

A partir de 1980, dá-se um fenómeno que Dico (2013) denomina por “*boom do Rock português*”, em que a oferta de espetáculos ao vivo aumenta, as empresas de *management*, *booking* e de audiovisuais crescem e especializam-se, surgem eventos do estilo, como o Festival Só *Rock* ou o Festival *Rock* em *Stock*, são inaugurados espaços recreativos ligados ao *Rock*, nomeadamente o *Rock Rendez Vous* e nascem diversos programas de rádio. A adesão à CEE foi outro marco importante que contribuiu para a proliferação do estilo musical e dos espetáculos ao vivo em território nacional.

É, também, nos anos 1980 que surge o conceito de “*underground*”, que “(...) define um movimento musical alternativo, oposto ao *mainstream*, muito menos visível na sociedade (...)” e que visa a “(...) participação ativa num movimento específico, autossuficiente e, por essa via, ao desenvolvimento deste” (Dico, 2013: 126). Em 1984, surge o primeiro festival do género em Portugal, o Festival *Heavy Metal* de Santo António dos Cavaleiros, e dois anos depois nasce o *Metal Stage*, na Amadora. De acordo com Dico (2013), por esta altura dá-se a Primeira Vaga de *Heavy Metal* Português, surgindo, até ao final da década, mais de 60 bandas de música pesada. Começa, assim, a criar-se uma identidade forte que leva à formação de uma subcultura, onde se inserem, artistas, fãs, autores de *fanzines*, profissionais de rádio, entre outros (Silva, 2010; Dico, 2013). As *fanzines*, que permitiam que a comunidade tivesse acesso a notícias, informações, divulgações de espetáculos e outras dinâmicas, deram lugar às *webzines* após o aparecimento da *Internet* (Silva, 2010).

O primeiro concerto de *Heavy Metal* internacional no país dá-se em 1986, no Estádio da Luz, com *Iron Maiden* e *WASP*. Após a queda do muro de Berlim e a implosão da URSS, estreiam-se, em Portugal, novas bandas e são promovidos mais espetáculos. Crescem a histeria, a rebeldia e as emoções intensas no público (Dico, 2013). Estes sentimentos exteriorizavam-se, frequentemente, sob a forma de vandalismo, confrontos e violência, difundindo a imagem negativa face aos fãs de música pesada, gerando, inclusivamente, a necessidade de se colocarem avisos nos bilhetes dos espetáculos a alertar para estes fenómenos e para a possibilidade de intervenção policial. Segundo Dico (2013), a

violência e as atrocidades cometidas contra alguns animais, levaram à proibição temporária dos espetáculos do género no *Rock Rendez Vous*. A agressividade e o consumo de substâncias, ainda que estivessem ligados à pouca oferta de espetáculos, mancharam por completo a imagem do estilo.

Esta violência, no início dos concertos de *Heavy Metal* em Portugal, é corroborada pela investigação de Viegas (2022), em que alguns entrevistados relatam cenários de vandalismo tanto nos locais dos espetáculos como nos trajetos feitos pelos fãs. Havia muito consumo de álcool e drogas, diversos litígios e episódios de confronto físico entre fãs e contra as autoridades. Ainda que, muitas vezes, e de acordo com um dos entrevistados da referida investigação, as autoridades e as forças de segurança assumissem uma postura hostil e de ameaça, a violência que se gerava e os comportamentos levados a cabo pelos *metalheads* não eram justificáveis. Terão sido estas situações que levaram ao desenvolvimento dos preconceitos contra esta comunidade, que ainda hoje persistem.

A partir dos anos 1990, a *New Wave of British Heavy Metal*, também conhecido por *Heavy Metal* clássico ou tradicional, ganha terreno a nível mundial, chegando aos *tops* da música e ultrapassando o *Rock* em termos de popularidade (Dico, 2013). São realizadas diversas *tours* nacionais *underground* e, em 1996, a banda portuguesa *Moonspell* expande “(...) a sua influência por toda a Europa (...)” (Dico, 2013: 151). *Heavenwood* são a primeira banda portuguesa a subir ao aclamado palco do *Wacken Open Air*, em 1998. A par do Dramático Cascais, considerada a “(...) catedral da música pesada em terras lusas (...)” (Dico, 2013: 157), a Sociedade Filarmónica Incrível Almadense ganha, também, expressão no que respeita aos espetáculos do género, bem como o *Johnny Guitar*, o Gingão, que se torna um ponto de confraternização entre fãs, o *Hardclub*, no Porto, entre outros espaços.

De acordo com Dico (2013) e Almeida (2010, citado por Dico, 2013) surgem, ao longo da década, vários eventos ligados ao *Heavy Metal*, tais como o Festival da Ilha do Ermal, o Penaguião *Open Air*, o Festival Diz “Sim” à Vida, o Mangualde *Hard Metal Fest*, que se apresenta como o festival *underground* mais antigo no país, ativo ainda hoje, o SWR Barrocelas *Metalfest*, entre outros. Dico (2013), explica que as bandas *mainstream* que surgiram por esta altura, em destaque *Metallica* e *Rammstein*, contribuíram para que a imagem do estilo musical melhorasse, levando à maior oferta de espetáculos. Em Portugal, em 1999, dá-se um homicídio em Ílhavo, levado a cabo pelo vocalista da banda *Agonizing Terror*, o que fez regredir a perceção da sociedade face ao estilo e aos seus fãs.

Atualmente, a oferta de concertos e festivais de *Heavy Metal* em Portugal é muito vasta, existindo mais de 300 bandas portuguesas do estilo (Concerts-Metal, s.d.), ainda que se estime que apenas entre 80 a 90 estejam ativas (Encyclopaedia Metallum, s.d.) e dezenas de festivais ativos

(Metal Imperium, 2023). A maioria da informação, promoção, comunicação e consumo de *Heavy Metal* dá-se *online*, incluindo a elaboração de revistas especializadas como a LOUD! (Silva, 2010).

2.2.6 Contributo dos festivais de Heavy Metal para o Turismo

Segundo o *site* Concerts-Metal (s.d.), em 2023 realizaram-se pelo menos 757 festivais de *Heavy Metal* pelo mundo, cerca de 89,70% deles, na Europa. Muitos destes festivais realizam-se há vários anos ou mesmo décadas. Apesar do género não ser consensual entre a população, os festivais e concertos têm crescido, incluindo os festivais de grande dimensão (Bilimava, 2014). Este facto torna evidente que a procura continua a aumentar e que o público se mantém fiel ao estilo e aos eventos associados ao mesmo, apesar de existir pouca investigação sobre impacto dos festivais de *Heavy Metal* nos países e/ou locais onde se realizam. Os eventos dinamizam um vasto leque de setores, como transportes, alojamento, restauração e comércio local (Kruger & Saayman, 2012).

Muitos destes festivais, mesmo os de grandes dimensões, como o *Wacken Open Air* ou o *Hellfest*, acontecem em zonas remotas onde, noutras épocas do ano, não existe grande fluxo de pessoas nem grande atividade. Assim, estes eventos, principalmente quando têm uma duração igual ou superior a dois dias, revelam-se como instrumentos valiosos para a promoção turística local (Simão, 2014). Contribuem positivamente para o desenvolvimento cultural, turístico e económico dos países que apostam no nicho, como a Finlândia, onde o *Heavy Metal* representa um elemento importante na imagem do país a nível internacional (Gautam, 2020). Esta aposta não se baseia apenas na organização, promoção e comercialização do evento em si, mas também no desenvolvimento de infraestruturas logísticas, como alojamento e transporte, que o potenciem (Bohn & Bernardi, 2022).

Gautam (2020) afirma que os festivais de *Heavy Metal* são capazes de atrair turistas de todo o mundo, que conjugam o evento com as experiências culturais, gastronómicas entre outras dimensões. No seu estudo sobre festivais de *Heavy Metal* na Finlândia, o autor concluiu que 32,00% dos seus entrevistados viajam anualmente para o país com o propósito de participar num evento do género, 28,00% viajam mais do que uma vez por ano por essa razão, e 22,00% viajam a cada dois a três anos. 62,00% destes entrevistados afirmam aproveitar a viagem para usufruir de produtos e serviços de turismo cultural e/ou de natureza. 72,00% optam por ficar alojados em hotéis ou *hostels*.

Um outro destino muito associado ao *Heavy Metal* é a Alemanha, mais precisamente Wacken, localizado a 75km de Hamburgo. Segundo Bohn e Bernardi (2022), um dos fatores de sucesso do festival, considerado como um dos maiores eventos de música pesada a nível mundial, prende-se com o facto da própria comunidade local contribuir para a infraestrutura turística envolvente, decorando as casas e os estabelecimentos de restauração e bar de acordo com o tema do festival e recebendo os participantes de forma calorosa. A infraestrutura de transporte, bem como de segurança e saúde, é desenvolvida e adaptada para corresponder às necessidades do evento, que ocupa uma área de cerca de 240 hectares, contando com uma capacidade para 85 mil participantes (Yourope, 2023).

É evidente que estes festivais são importantes para o turismo, de uma forma geral. Porém, no caso dos festivais de *extreme metal*, essa importância tornou-se de tal forma relevante que fez surgir o conceito de *blackpacker*, que consiste no fã de *Black Metal* que viaja não apenas para o festival, mas também para usufruir de uma experiência turística ligada ao género musical no destino. O principal destino deste nicho é a Noruega, mais precisamente o *Inferno Festival*, e as experiências e locais procurados envolvem, geralmente, a violência levada a cabo por membros de bandas, assassinatos ou crimes associados ao subgénero (Podoshen et al., 2015).

Existem agências de viagens e operadoras turísticas que apostam cada vez mais na elaboração de *tours* temáticas direcionadas para fãs de *Heavy Metal*, nomeadamente a Argon Events, London Rock Tours, Life's Metal Tours, entre outras, bem como novos produtos turísticos totalmente especializados neste nicho, como o Full Metal Holiday. Algumas entidades de turismo regionais, como é exemplo a Visit Oslo, também têm vindo a perceber a importância deste nicho para o turismo nacional, apresentando e promovendo a sua oferta turística neste âmbito. No caso da Visit Oslo (s.d.), esta aposta centra-se mais nos *blackpackers*, sugerindo locais de interesse para estes turistas, ligados ao género musical, bem como à mitologia *viking*, muito presente na região e nas temáticas retratadas.

Em Portugal, ainda que a aposta nos festivais de música, principalmente de música pesada, seja muito inferior face a outros países europeus, têm sido feitos progressos. Em 2022, foram registados mais de 180 festivais no país, de vários estilos e em várias localidades, havendo a probabilidade deste número ter efetivamente atingido os 300. Em 1998, estima-se que tenham acontecido apenas 28 festivais no país. Em 2005, eram já cerca de 115 festivais, em 2015, foram registados cerca de 210 e em 2018, este número fixou-se nos 311, de acordo com a APORFEST (citada por Caetano, 2022). São cada vez mais vistos como uma experiência multidisciplinar que transcende a simples presença no evento, merecendo uma aposta cada vez maior. As próprias organizações têm investido cada vez

mais nos eventos, como é exemplo o festival de Paredes de Coura, cuja primeira edição custou cerca de 2000€, contrastando com os mais de 5 milhões gastos na edição de 2022 (Caetano, 2022).

Os festivais de música trazem cada vez mais estrangeiros ao país, como no caso do NOS Alive, em que cerca de 25 mil participantes provêm de cerca de 98 países diferentes, e em que 80,00% dos estrangeiros que vêm participar no festival, acabam por ficar no país por cinco dias ou mais. Os festivais que se realizam em locais de reduzida densidade populacional, como acontece com muitos dos festivais de *Heavy Metal*, onde também existe menor oferta de alojamento, tendem a promover experiências de turismo de natureza. É na altura dos festivais que estas localidades atingem os maiores valores de faturação anuais (Caetano, 2022).

2.2.6.1 Festivais de Heavy Metal em Portugal e os seus impactes no Turismo

Em Portugal, os festivais de música têm ganho cada vez mais expressão. Considerando o ano de 2019, anterior à pandemia de COVID-19, o relatório do INE (2020) revela que os eventos de música representavam 36,00% do total de espetáculos ao vivo, contando com cerca de 53,00% dos espectadores e representando 78,60% das receitas destes eventos no país. Os espetáculos de música mais procurados são os de *Pop/Rock*, seguindo-se outros estilos que não o Fado, o *Jazz*, a música clássica ou a música tradicional portuguesa, o que revela que os festivais de *Heavy Metal* estarão entre os 18,00% de espetáculos ao vivo mais procurados no país.

Segundo o Concerts-Metal (s.d.), em 2023 realizaram-se, em Portugal, cerca de 17 eventos associados à música pesada. No entanto, a falta de informação disponível sobre os festivais de *Heavy Metal* em Portugal leva a que as várias fontes apresentem informações diferentes. O *site* Festivais (2023) regista a realização de apenas 10 festivais do género em Portugal no mesmo ano. Entre as duas plataformas, foram indicados 9 em comum, o que reflete um total de 18 festivais. Assim, os festivais referenciados pelos *sites* como estando ligados à música pesada são o Amplifest, Festival Vilar de Mouros, Comendatio Music Fest, Evil Live, Rock in Rio Febras, SonicBlast Festival, Laurus Nobilis Music Fest, SWR Barroselas Metal Fest, Vagos Metal Fest, Super Bock Super Rock, Mangualde Hardmetalfest, Ressurreição do Metal, WoodRock Festival, Milagre Metaleiro Open Air, Invicta Requiem Mass, Under the Doom Festival e AI Metal Fest.

Dico (2017) acrescenta alguns festivais à lista, no seu *Underground Guide*, datados até 2017, ano de edição da obra. Entre eles, há a referir 8 que contaram com edições em 2023, sendo eles o Viseu Rockfest, Tondela Rocks, Mosher Fest, Ceira Rock Fest, Sublime Torture Fest, Butchery at Christmas Time, Oeste Underground Fest e Faro Alternativo Fest. Alguns destes festivais, nomeadamente o Mangualde Hardmetal Fest e o SWR Barrocelas Metalfest, estão ativos há mais de vinte anos. O Metal Underground (s.d.) menciona mais alguns, com edições em 2023, nomeadamente o Bairrada Metal Fest, Black Box Fest, Not a Xmas Fest, Xapada Fest e Inferno das Febras. A Metal Imperum (2023) acrescenta o Coronado Extremo, o Reagente Hard Fest, Power Stage Fest, Altone Extreme Fest, Underground Voice Almost Fest, Hammer Smashed Fest, FFC Hardcore Fest, Slax Metal Fest, Alvalade Arise, Massacre Metal Fest e Fatela Sónica Fest. De acordo com as fontes acima, é passível de se concluir que existe um total de pelo menos 42 festivais de *Heavy Metal* ativos em 2023, em Portugal.

Grande parte dos eventos do género que são apoiados pelas autarquias locais, nomeadamente o Festival Vilar de Mouros, ainda que não seja exclusivamente de *Heavy Metal*, que contou com cerca de 70 mil participantes em 2023 (Lusa, 2023a), o SonicBlast Festival, que registou a presença de fãs de vários países, incluindo fora da Europa, como Brasil, EUA ou Austrália, e o Vagos Metal Fest (Lusa, 2023b) que contou com cerca de 20 mil pessoas em 2022, o que revela a sua importância nas localidades onde ocorrem. O Amplifest, por exemplo, é também promovido pela Turismo de Portugal (Amplifest 2023, 2023). Outros incorporam uma vertente solidária, como o Oeste Underground Fest, que apoia os bombeiros voluntários da Malveira (Dico, 2017) ou o Rock in Rio Febras cujas receitas revertem a favor do centro de dia local (Rock Rio Febras, s.d.).

Ainda que os estudos e os dados relativamente aos festivais de *Heavy Metal* portugueses sejam escassos, há a salientar algumas pesquisas realizadas sobre dois festivais do género em território nacional. Um estudo de Oliveira (2015) sobre o Laurus Nobilis, permitiu concluir que 30,30% dos entrevistados optam por alojamento local durante a estada no destino para participarem no festival, e cerca de 9,10% opta por hotéis, o que aponta para algum impacto no setor do alojamento derivado do festival. Além do alojamento, os serviços de alimentação e bebidas e o setor dos transportes foram os mais beneficiados pela realização do evento. Estima-se que tenham estado presentes, na edição de 2015, cerca de 8622 pessoas e, segundo o autor, os benefícios diretos para a região terão rondado os 120 104€. As unidades de alojamento entrevistadas afirmam que atingiram a lotação máxima durante os dias do evento, algo que não é comum verificar-se noutras épocas do ano. Já os estabelecimentos

de restauração e bebidas registaram uma afluência muito superior à média, havendo casos em que as refeições servidas multiplicaram dez vezes face ao habitual.

No que se refere ao SWR Barroselas Metalfest, Coelho (2015) verificou que a população duplica durante os dias do evento, mesmo sendo realizado em abril, contrariamente a cerca de 70,00% dos festivais portugueses, realizados no verão (Caetano, 2022), contribuindo para o combate à sazonalidade. Em 2014, os gastos dos visitantes, excluindo os gastos de bilheteira, refletiram-se num impacte direto superior a 51 mil euros na região, sendo que o impacte nas vendas, que advém do efeito multiplicador do setor turístico, superou os 87 mil euros. O evento contribui não apenas para a dinamização da região durante a sua realização, com a criação de quase uma centena de postos de trabalho, como também para que se registre um elevado volume de faturação incomparável com outras épocas do ano.

III – Metodologia

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo Central

Esta dissertação pretende contribuir para o estudo das motivações, comportamentos e práticas turísticas em festivais de *Heavy Metal*. Para tal, pretende-se explorar as motivações que levam os participantes a estes festivais, bem como os comportamentos que estes adotam durante os eventos, de modo a compreender a sua possível relação com o *dark tourism*. Procura-se, ainda, esclarecer de que forma os participantes interagem com as comunidades locais e que produtos e serviços turísticos consomem e usufruem, durante a experiência do festival. Esta investigação tem, ainda, como fim, contribuir para a promoção destes eventos em território nacional, visando uma maior aposta das promotoras e das comunidades locais nestes festivais.

3.1.2 Objetivos Específicos

O objetivo central desta investigação divide-se em quatro objetivos específicos.

1. Identificar características inerentes aos participantes de festivais de *Heavy Metal*;
2. Aferir as motivações para a participação em festivais de *Heavy Metal*, estabelecendo uma relação entre motivações e emoções;
3. Posicionar o consumo de festivais de *Heavy Metal* no espectro *Darkest-Lightest* através das motivações e comportamentos em função do subgénero;
4. Descrever as práticas turísticas no destino onde decorrem os festivais de *Heavy Metal*.

3.2 Modelo conceptual e metodológico

O modelo conceptual no qual se baseia esta investigação, tem por base o surgimento de novas motivações para a prática turística, que deram origem a novas formas de *dark tourism* (Joaquim, 2015). Assiste-se a um crescimento da exigência dos turistas face à sua experiência turística e aos significados que esta deve representar, sendo atribuída uma importância cada vez maior às questões emocionais. O próprio conceito de *dark tourism* tem evoluído, sendo possível enquadrar experiências

de entretenimento dentro do espectro da tipologia (Stone, 2006), como o caso das DITE (Belo, 2023), sem que a morte e o sofrimento sejam o principal foco.

Neste sentido, a presente investigação procura compreender os festivais de *Heavy Metal* enquanto produtos de *dark tourism*, acedendo às motivações, comportamentos e práticas turísticas dos participantes dos eventos. Os subgéneros dentro do *Heavy Metal* não apresentam todos o mesmo grau de *darkness* (Podoshen et al., 2018) pelo que é importante compreender as características dos diversos grupos dentro deste nicho, e desenvolver uma programação adequada que atraia diferentes grupos de indivíduos, consoante as suas motivações e emoções procuradas.

Como resultado, pretende-se expor o contributo que estes eventos podem ter no desenvolvimento económico, turístico e cultural de uma região. Procura-se, assim, demonstrar a importância que a aposta nestes festivais pode representar para o turismo, através do desenvolvimento de experiências de *dark tourism* a eles associadas.

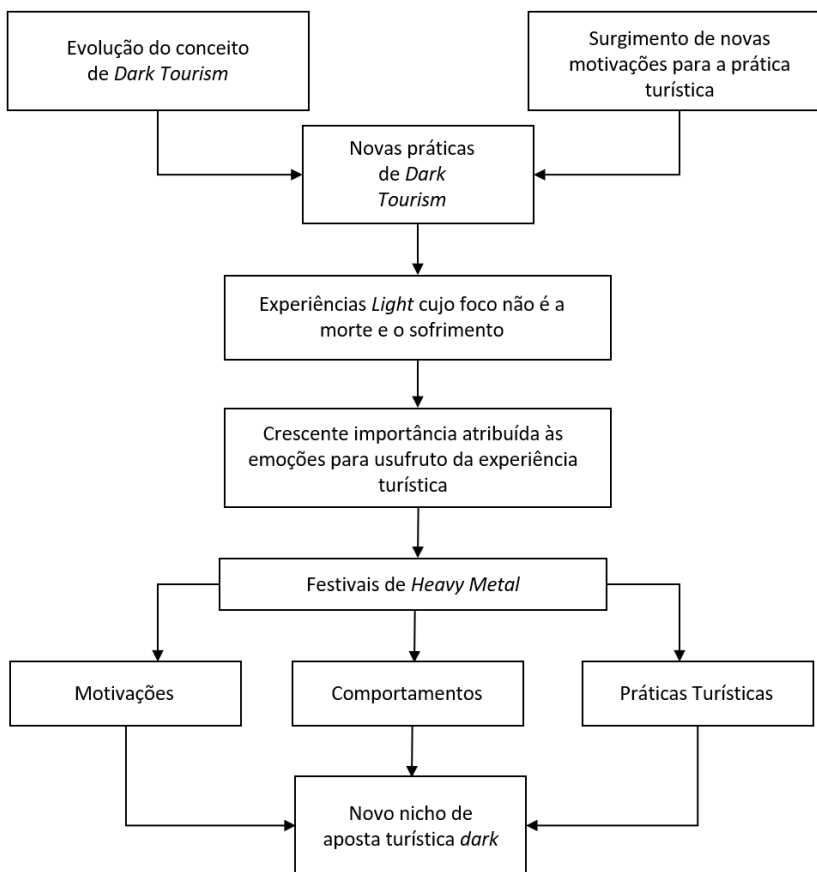


Figura 2 - Modelo conceitual da investigação

3.3 Participantes do Estudo

Os participantes desta investigação dividem-se em dois grupos. O primeiro grupo refere-se aos participantes em festivais de *Heavy Metal*, consistindo em indivíduos que já viajaram para fora do seu local de residência habitual com o objetivo de participar num festival de *Heavy Metal*. O segundo grupo diz respeito aos artistas do género, sendo constituído por músicos integrantes de uma ou mais bandas de *Heavy Metal*, que já tenham atuado em festivais de *Heavy Metal*, independentemente da sua dimensão ou localização.

No que se refere ao primeiro grupo, assumindo a importância de se compreender as motivações e os comportamentos dos consumidores das experiências turísticas, de forma a que estas possam ser desenvolvidas e inovadas com o intuito de aumentar a sua atratividade, os participantes em festivais de *Heavy Metal* tornam-se num elemento essencial para atingir os objetivos propostos. Já no que respeita aos artistas, estes são grandes responsáveis pela atratividade dos festivais e exercem influência nos seus públicos, pelo que a compreensão da sua perceção, face aos eventos, da experiência que procuram proporcionar aos participantes dos festivais se torna relevante para o estudo.

3.4 Procedimentos e Análise dos dados

Esta investigação foca-se em quatro objetivos específicos, relacionados com a caracterização dos participantes em festivais de *Heavy Metal*, com a aferição das motivações dos participantes, emoções sentidas durante os eventos, posicionamento dos eventos no espectro *Darkest-Lightest* e com a compreensão das práticas turísticas que ocorrem nas localidades dos festivais. As respostas a estes objetivos baseiam-se numa investigação com fontes primárias, sendo utilizada uma metodologia qualitativa com entrevistas semiestruturadas. As entrevistas consistem no método mais adequado para aferir motivações, emoções, sentimentos e experiências dos participantes, sendo essas as principais variáveis estudadas nesta investigação, dado que permitem uma maior liberdade nas respostas e a exploração de assuntos mais profundos e pessoais (McGehee, 2012). É um método de excelência não apenas quando se pretende a descrição dos fenómenos, mas também as suas razões e a exploração mais profunda dos mesmos, respondendo a questões como “porquê?” ou “como?” (Bryman, 2012).

Como qualquer método, seja qualitativo ou quantitativo, as entrevistas apresentam pontos fortes e limitações. As principais vantagens atribuídas às entrevistas prendem-se com fatores como a sua adaptabilidade a diferentes assuntos, na sua generalidade, a capacidade de ter em conta questões de linguagem não verbal, o acesso a descrições ricas e detalhadas das experiências dos entrevistados, entre outras. As principais limitações sentidas estão relacionadas com o facto de ser todo um procedimento moroso, tanto a nível da própria entrevista e a sua marcação, que exige conciliação de agendas entre entrevistado e entrevistador, como o processo de transcrição e análise, uma vez que os dados acabam por se revelar subjetivos (McGehee, 2012).

Patton (1990) e Palys (2008), (citados por Bryman, 2012) enumeram um conjunto de tipos de métodos de seleção de entrevistados, utilizados no âmbito desta investigação. Em primeiro lugar, procurou-se assegurar que os entrevistados apresentassem características o mais variadas possível no que respeita aos subgéneros preferidos (no caso dos participantes) e subgénero da banda a que pertencem (no caso dos artistas). Procurou-se, também, que os entrevistados obedecessem a uma seleção de critérios: no caso dos participantes, são indivíduos que já participaram em vários festivais de *Heavy Metal*, e que já viajaram para fora da sua residência habitual para participar num desses eventos; no que se refere aos artistas, são indivíduos que pertencem a uma banda de qualquer subgénero dentro do *Heavy Metal* e que já atuaram em pelo menos um festival, independentemente da sua dimensão. Por último, utilizou-se o método de *snowball*, no caso dos participantes apenas, uma vez que a seleção partiu de um pequeno grupo de participantes que, por sua vez, foram indicando outras pessoas que se enquadravam nos critérios pretendidos. Em suma, procedeu-se ao método de *snowball* em função da experiência dos indivíduos em festivais do género. Já referente aos artistas, esta seleção deu-se de uma forma mais aleatória, tendo sido contactadas setenta bandas de diferentes subgéneros, tomando por base os cartazes de festivais de *Heavy Metal* nacionais e internacionais, com edições ocorridas na última década. Não foi definido um número de entrevistados, tendo sido realizadas entrevistas a participantes até ser atingida a saturação, verificando-se a existência de alguma informação redundante e por se considerar que os dados recolhidos já haviam obtido validação (Bryman, 2012).

Assim, as entrevistas foram o instrumento de recolha de dados considerado mais adequado para a presente investigação, já que permitem aceder a detalhes mais profundos quando comparadas a métodos quantitativos, e a questões motivacionais e emocionais que, neste estudo de caso, se apresentam como essenciais. Para esta investigação optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas, isto é, foram elaborados guiões, cujas questões visam responder aos objetivos

específicos da dissertação, um para os participantes (Apêndice I) e outro para os artistas (Apêndice II). No decorrer das entrevistas, foram sendo explorados os tópicos aos quais o entrevistado foi atribuindo maior importância, de forma a recolher o máximo de detalhes possível sobre as suas experiências, motivações e emoções (Bryman, 2012). Foi dada liberdade aos entrevistados para responderem às questões de forma aberta e aprofundada, surgindo, por vezes, questões além do guião com o objetivo de explorar determinados assuntos relevantes para a investigação.

As entrevistas foram realizadas presencialmente, por videochamada e por *email*. Ainda que a preferência recaísse sempre pela marcação da entrevista presencial, infelizmente tal não foi possível na maioria dos casos, por questões tanto de disponibilidade temporal, como de distância, uma vez que foram entrevistadas pessoas de outras regiões do país e residentes em cinco países diferentes, além de Portugal. As entrevistas realizadas aos participantes tiveram, em média, uma duração de cerca de 44 minutos, com uma amplitude compreendida entre os 26 e os 92 minutos. No caso dos artistas, a duração média das entrevistas, excetuando, naturalmente, as entrevistas por *email*, foi de cerca de 53 minutos, com uma amplitude compreendida entre os 28 e os 87 minutos. Segundo Bryman (2012), as entrevistas *online* apresentam as suas vantagens, entre as quais a facilidade de contacto com um número de indivíduos maior e mais diversificado ou a questão da acessibilidade.

Um outro método de entrevistas *online*, neste caso assíncrono, consiste na entrevista por *email*, que apresenta limitações, nomeadamente a perda de contacto e de *rapport* com o entrevistado, a menor espontaneidade das respostas, a dificuldade em explorar tópicos relevantes, dado que a resposta não é dada em tempo real, criando a necessidade de se realizar *follow up* (Bryman, 2012; Saarijärvi & Bratt, 2021). Ainda assim, foi um método importante para obter informações cruciais para a investigação, essencialmente por parte de artistas com menor disponibilidade de tempo para marcar uma videochamada, e que facilitou o processo de transcrição (Saarijärvi & Bratt, 2021).

Todas as entrevistas foram transcritas na totalidade, sendo posteriormente analisadas, de forma a permitir, numa primeira fase, a categorização dos diversos excertos de acordo com as temáticas em estudo, através de um código de cores para facilitar a análise de resultados. Os vários excertos relevantes das entrevistas aos participantes foram, assim, divididos em nove categorias distintas, designadamente subgéneros e bandas preferidas, festivais em que participaram, motivações para a participação, emoções sentidas nos festivais, comportamentos e público, práticas turísticas durante a experiência do festival, preconceitos associados ao género, expressões utilizadas para definir o papel do género musical nas suas vidas e, por fim, o papel das bandas no usufruto da sua experiência. No

caso dos artistas, os excertos das entrevistas foram divididos em oito categorias, nomeadamente subgéneros das bandas em que tocam, assuntos retratados nas letras das suas músicas, emoções sentidas durante performances, comportamentos e público, práticas turísticas durante a experiência dos festivais, expressões utilizadas para descrever os eventos, preconceitos associados ao género musical e, por último, formas de influenciar o comportamento do público.

Assim, cada entrevista foi transcrita integralmente, sendo posteriormente analisada e categorizada de acordo com as referidas categorias. Após a conclusão do processo para todas as entrevistas, todas foram relidas e categorizadas novamente, de forma a garantir o rigor dos resultados. O processo foi repetido até se atingir a saturação da informação. Numa segunda fase de categorização dos dados obtidos, os excertos foram organizados de forma a que fossem estabelecidas subcategorias. Por exemplo, no caso das motivações, os excertos relacionados com esta temática foram lidos separadamente e organizados de acordo com os diferentes grupos de motivações principais, isto é, a música, a socialização, o ambiente do festival e outras. O mesmo aconteceu para as restantes temáticas em estudo e para ambos os grupos de entrevistados, em separado.

Com o intuito de ilustrar o exposto acima, apresentam-se alguns excertos das entrevistas e respetiva categorização:

| Excerto | Entrevistado | Categoria | Subcategoria |
|--|---------------------|------------------|---------------------|
| “É a música e eu sentir-me bem nesses ambientes. Eu nunca iria para outro lado do mundo ver nenhum outro tipo de música.” | F1 | Motivações | Música |
| “Yes, but it’s a very profound happiness, it’s not just like “oh cool I have pizza” | M2 | Emoções | Felicidade |
| “Eu estive na cave onde a banda que iniciou o grande movimento do <i>true norwegian black metal</i> , que é <i>Mayhem</i> , estive na cave, que é um espaço mítico, que se chama <i>Helvet</i> , que era onde eles ensaiavam no início.” | F7 | Turismo | Blackpackers |

| | | | |
|--|------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| “Se eu pensasse no metal como um movimento sem liberdade, só com regras, eu não tinha entrado.” | Rui Duarte (<i>Ramp</i>) | Emoções | Liberdade |
| “Zero lixo no chão! Chama-se civismo, chama-se respeito, chama-se educação, eu acho que é mais isso, educação.” | Muffy (<i>Karbonsoul</i>) | Comportamentos e Público | Ambiente nos festivais |
| “Mesmo o concerto em França que era numa vilazinha, no meio do nada, e aquilo estava tudo esgotado, os restaurantes todos cheios, ou seja, para algumas pessoas pode parecer pequeno, mas o impacto é enorme.” | Lex Thunder (<i>Toxikull</i>) | Turismo | Impactes nas comunidades locais |

Tabela 2 - Exemplos de categorizações dos excertos das entrevistas

Estas categorias foram definidas com base nos objetivos específicos e respetivos assuntos, em torno dos quais foram construídos os guiões de entrevista. No que respeita aos participantes (Apêndice I), questionou-se sobre o porquê de gostarem do género musical e sobre as suas bandas preferidas, bem como sobre a sua primeira experiência num evento de *Heavy Metal* e a experiência mais marcante, com o intuito de se poder chegar ao perfil dos participantes de uma forma superficial e inicial, contribuindo para responder ao objetivo específico 1, dado que o perfil pode variar mediante os subgéneros preferidos e as razões pelas quais é manifestada essa preferência (Podoshen et al., 2014; Viegas, 2022). A quarta e a quinta questão foram colocadas com o objetivo de se aferir as motivações de participação, bem como as emoções sentidas durante os eventos, procurando relacionar as variáveis e responder ao objetivo específico 2. Estas duas variáveis são, também, muito importantes para a compreensão do perfil do participante e para que se possam desenvolver novas formas de atrair o público (Kang et al., 2012; Berkers & Michael, 2017; Podoshen et al., 2018; Andersen et al., 2020; Cunha, 2022; Powell et al., 2022; Viegas, 2022). Em seguida, questionou-se sobre a sua perceção em relação ao ambiente e aos comportamentos do público, bem como se existe uma maior liberdade para autoexpressão nestes eventos, e ainda sobre a influência exercida pelas bandas no comportamento da audiência, visando obter informações essenciais para responder ao objetivo específico 3. Através destes dados, é possível clarificar as particularidades da experiência do festival de *Heavy Metal* e posicioná-la no espectro de Stone (2006) enquanto produto de *dark tourism* (Podoshen et al., 2018; Barrière & Finkel, 2022; Golz, 2022; Powell et al., 2022). A nona e a décima questão procuraram

compreender que produtos e serviços turísticos são consumidos pelos participantes durante a sua experiência, visando responder ao objetivo específico 4 (Stone, 2006; Yan et al., 2017; Santos, 2020; Cunha, 2022).

No caso dos artistas (Apêndice II), as questões seguiram uma lógica semelhante. Começou-se por perguntar em que subgénero classificam a sua banda, bem como sobre o primeiro contacto com o *Heavy Metal* e as temáticas retratadas pela banda a que pertencem, procurando relacionar a informação obtida, com aquela recolhida nas primeiras questões feitas aos participantes. Assim, foi possível compreender de forma mais objetiva o perfil associado a cada subgénero, cujas características e assuntos abordados podem diferir muito, contribuindo para responder ao objetivo específico 1 (Nakamura, 2009; Podoshen et al., 2015; Rana, 2021; Olsen, 2022; Powell et al, 2022). As questões quatro, cinco e seis tiveram como principal foco compreender que experiência é que as bandas procuram transmitir aos participantes dos festivais, e de que forma procuram atrair os seus públicos, enquadrando-se no objetivo específico 3, dado que o foco das bandas pode variar consoante o subgénero, procurando cativar determinadas audiências de formas mais específicas (Podoshen et al., 2013, 2015, 2018; Perron-Brault et al., 2020; Santos, 2020; Powell et al., 2022; Viegas, 2022). As questões sete e oito visaram compreender a experiência turística dos artistas, quando esta é possível, permitindo aceder a uma outra perspetiva que também pode contribuir para o desenvolvimento turístico das regiões, acrescentando informação relevante para responder ao objetivo específico 4 (Stone, 2006; Yan et al., 2017; Santos, 2020; Cunha, 2022).

IV – Análise de Resultados

4.1 Participantes em Festivais de Heavy Metal

Foram realizadas entrevistas a dois grupos distintos de indivíduos: o primeiro conjunto corresponde aos participantes em festivais de *Heavy Metal*, representado na tabela 3, o segundo refere-se aos artistas. Foram entrevistados quinze participantes, sete do sexo feminino e oito do sexo masculino, adeptos de cerca de onze subgêneros distintos e inseridos em diversas faixas etárias. Sete das entrevistas foram realizadas presencialmente, ao passo que as restantes oito foram realizadas por videochamada.

| ID | FAIXA ETÁRIA | SUBGÊNEROS PREFERIDOS |
|-----------|---------------------|---|
| F1 | 50-59 | Speed Metal, Thrash Metal |
| F2 | 20-29 | Symphonic Metal, Power Metal, Heavy Metal |
| M1 | 20-29 | Death Metal, Black Metal, Thrash Metal, Heavy Metal |
| M2 | 20-29 | Symphonic Metal |
| F3 | 50-59 | Thrash Metal, Death Metal |
| M3 | 50-59 | Thrash Metal, Heavy Metal |
| M4 | 70-79 | Thrash Metal |
| M5 | 50-59 | Thrash Metal, Progressive Metal |
| M6 | 30-39 | Symphonic Metal |
| F4 | 40-49 | Symphonic Metal |
| M7 | 50-59 | Heavy Metal, Melodic Death Metal |
| M8 | 20-29 | Heavy Metal, Thrash Metal |
| F5 | 50-59 | Black Metal, Melodic Death Metal, Folk Metal |
| F6 | 30-39 | Symphonic Metal, Gothic Metal |
| F7 | 20-29 | Black Metal, Death Metal |

Tabela 3 - Perfil dos Entrevistados (participantes)

4.1.1 Relação dos participantes com o *Heavy Metal*

Os festivais de *Heavy Metal* podem ser bastante distintos consoante os subgéneros a que se dedicam ou de acordo com as bandas que neles atuam, que por sua vez, influenciam as características do público presente e assumem diversas formas de atuações. Um dos objetivos desta investigação consiste em compreender o perfil dos participantes destes eventos, sendo, para tal, importante compreender em que medida é que o género musical interfere na sua vida, e de que forma os participantes procuram consumir *Heavy Metal*. Como tal, os quinze participantes entrevistados responderam com base nas suas experiências em trinta festivais distintos, com diversas edições, e espalhados por dez países, em dois continentes, conforme apresentado na tabela 4, representando a sua diversidade e evidenciando que, de facto, existe bastante procura por estes eventos, tanto em Portugal como no estrangeiro.

| FESTIVAL | PAÍS | ENTREVISTADOS PRESENTES |
|--|------------------------|--------------------------------|
| Metal Days | Eslovénia | F1, F3 |
| Wacken Open Air | Alemanha | F1, M2, F3, M4, M8, F7 |
| Vagos Open Air / Vagos Metal Fest | Portugal | F2, M1, F4, M7, F5, F7 |
| Ressurrection Fest | Espanha | F2 |
| Milagre Metaleiro Open Air | Portugal | F2, M1, M7, F5 |
| VOA Heavy Rock Fest | Portugal | F2, M1, F3, F4, F7 |
| Oeste Underground Fest | Portugal | M1 |
| John Smith Rock Festival | Finlândia | M2 |
| 1º Festival de Black/ Death/ Grind de Lisboa | Portugal | F3 |
| Diz Sim à Vida | Portugal | M3 |
| Moita Metal Fest | Portugal | M3 |
| Monsters of Rock | Inglaterra/ Espanha | M4 |
| Dynamo Metal Fest | Holanda | M4 |
| Vilar de Mouros | Portugal | M4, M6, F4, F6 |
| Paredes de Coura | Portugal | M4 |
| Ozzfest | Portugal | M4 |
| Entre Muralhas/ Extra Muralhas | Portugal | M5, F5 |

| | | |
|---------------------------|----------|------------|
| Éresia Metal Fest | Itália | M5 |
| SWR Barroselas Metal Fest | Portugal | M3, M6, F7 |
| Caos Emergente | Portugal | M6 |
| Colhões de Ferro | Portugal | M6 |
| Wave Gotik Treffen | Alemanha | M7 |
| Laurus Nobilis Music Fest | Portugal | M7, F7 |
| Mead and Creed | Alemanha | M7, F5 |
| Bangalore Open Air | Índia | M8 |
| Inferno Festival | Noruega | F7 |
| Roadburn Festival | Holanda | F7 |
| Al Metal Fest | Portugal | F7 |
| ZLive Rock Fest | Espanha | F7 |
| FortaRock Festival | Holanda | F7 |

Tabela 4 - Festivais mencionados nas entrevistas com participantes

Quando questionados sobre as suas bandas preferidas, os quinze participantes, no seu conjunto, fizeram referência a cinquenta e seis bandas, com influências de onze subgêneros distintos (ainda que um deles seja o *Hard Rock*, que não é um subgênero do *Heavy Metal*, mas que, como referido anteriormente, deu origem ao *Heavy Metal* e que muito se assemelha nas suas sonoridades mais pesadas), representados na tabela 5. Desta forma, fica novamente demonstrada a diversidade dos participantes, no que se refere aos estilos que mais ouvem, que apresentam características diferentes e que, por vezes, remetem para motivações e comportamentos do público diferentes, assim como retratam temáticas distintas.

| SUBGÊNEROS PREFERIDOS | ENTREVISTADOS |
|-------------------------|----------------------------|
| Speed Metal | F1 |
| Thrash Metal | F1, M1, F3, M3, M4, M5, M8 |
| Symphonic Metal | F2, M2, M6, F4, F6 |
| Power Metal | F2 |
| Heavy Metal tradicional | F2, M1, M3, M7, M8 |

| | |
|---------------------|----------------|
| Death Metal | M1, F3, F5, F7 |
| Black Metal | M1, F5, F7 |
| Hard Rock | M1, M3, M8 |
| Progressive Metal | M5 |
| Melodic Death Metal | M7, F5 |
| Folk Metal | F5 |

Tabela 5 - Subgêneros preferidos dos entrevistados

De modo a compreender, de uma forma mais sintetizada, a importância destes festivais para os entrevistados, a nível das emoções despertadas e do valor atribuído aos vários elementos que compõem a experiência do evento, foi colocada uma questão para que descrevessem os eventos em três palavras. A figura 3 representa uma *word cloud* criada através da plataforma *Mentimeter*, em que foram inseridas todas as palavras e expressões respondidas pelos participantes. As palavras em maior destaque foram as que surgiram com mais frequência nas respostas.

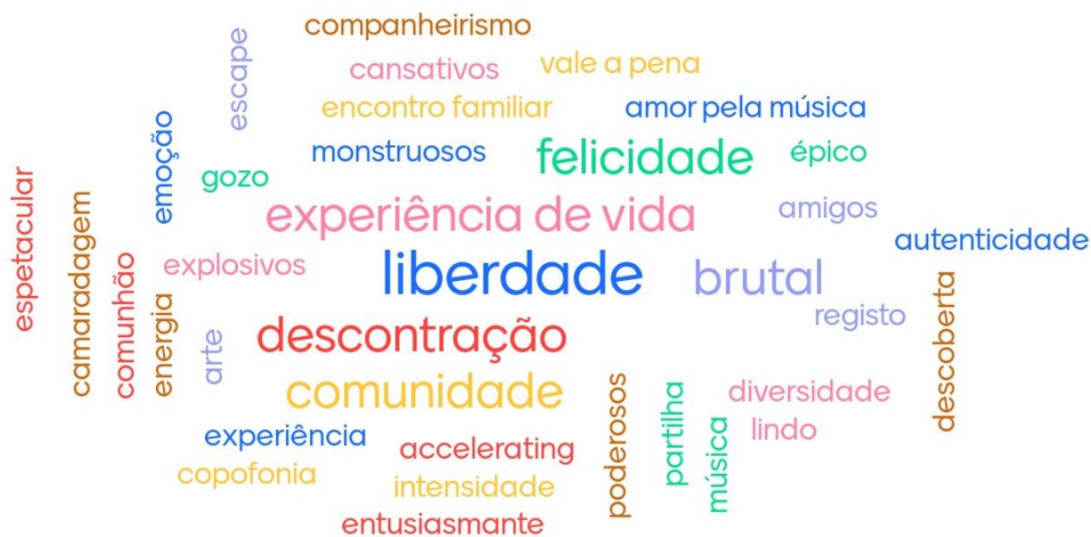


Figura 3 - Word Cloud: Se tivesse de definir os festivais de Heavy Metal em três palavras, quais utilizaria?

A maioria das expressões utilizadas para descrever os eventos em questão, estão inseridas no âmbito das emoções, nomeadamente “liberdade”, “descontração” e “felicidade”, demonstrando a importância da experiência emocional no festival, além das motivações e da música só por si. Ainda

assim, e após a análise global das palavras registadas, que remetem para sensações positivas e uma atmosfera de companheirismo e união, foram vários os preconceitos abordados pelos entrevistados, dos quais já foram alvo. A participante F1, por exemplo, partilhou: “Sempre ouvi dizer que (...) os metaleiros eram todos uns drogados”. O entrevistado M5 também refere este ponto de vista e acredita que “ainda existe preconceito por parte de quem não conhece... As pessoas que pararam no tempo, que é uma grande parte da população portuguesa, ainda olham para os drogados”. A participante F6 aborda também este tema, confessando que ela própria já passou por situações de discriminação por ser identificada como elemento da subcultura do *Heavy Metal*.

Outro aspeto relevante é expresso pela entrevistada F1, que já ouviu várias pessoas referirem-se ao género musical como “(...) música do *demo*”. Este é outro preconceito também bastante mencionado pelos entrevistados, assim como a questão da violência. O participante M2 assume que estes preconceitos estão muito relacionados com “(...) a música e a arte, que tendem a ser bastante extremas, por isso vê-se onde as pessoas que não compreendem, como *outsiders*, se sentem intimidadas (...)”, afirmando ainda que a comparação entre o *Heavy Metal* e o *Punk*, género conhecido por estar associado a bastante violência, também contribui para a propagação deste estigma. A questão estética e os símbolos muitas vezes usados pelos artistas e fãs são, assim, elementos que interferem na perceção dos indivíduos fora do género face ao mesmo.

“Eu uso o pentagrama porque gosto do símbolo, não sou satanista. (...) tenho dezenas de caveiras, mas nada a ver com isso. É pura questão de decoração, aliás, as minhas caveiras têm a ver com igualdade e não com morte. Tenho até uma péssima relação com a morte” (Entrevistada F5).

A entrevistada compara, ainda, a questão estética no *Heavy Metal* com o *Halloween*, reforçando a ideia de que tudo não passa de uma questão de gosto, que nada tem a ver com questões ideológicas. O facto de a música ser mais pesada, também incentiva à má imagem do género, sendo esta uma questão referida pelo participante M6 quando diz que “(...) as pessoas acham que é só distorção e barulho e *mosh*, mas isso está errado e as pessoas não percebem”, reforçando a ideia de que existe uma dimensão emocional muito além da música e dos comportamentos do público.

Ainda assim, no início do género em Portugal, a violência estava efetivamente presente na subcultura, tal como relatado pelo entrevistado M3: “(...) os fãs de *Heavy Metal* eram conhecidos por serem uns bárbaros, e o pessoal fazia justiça a isso, porque aconteciam muitas situações que eram socialmente prejudiciais”. Os entrevistados acreditam que, atualmente, a situação esteja mais calma e que exista menos preconceito face a quem houve *Heavy Metal*. Nos subcapítulos seguintes,

procurar-se-á descrever as motivações e emoções dos participantes, de forma a estabelecer uma relação ou não com os preconceitos associados aos eventos.

4.1.2 Motivações para a participação em festivais de Heavy Metal

Assim como no caso de outros festivais de música, existem inúmeras motivações associadas à participação em festivais de *Heavy Metal*, sendo que um dos objetivos desta investigação consiste em aferir esse mesmo conjunto de motivações. No âmbito das entrevistas, a principal motivação apontada pela maioria dos participantes relaciona-se com a música, sendo o *line-up* um ponto fulcral na tomada de decisão sobre participar ou não no festival. A entrevistada F2 admite, até, que apesar de ir todos os anos ao Vagos Open Air (Vagos Metal Fest desde 2016), no ano de 2023 não marca presença por não gostar das bandas anunciadas, quebrando uma tradição de vários anos por sentir que a sua principal motivação não terá o retorno desejado. Nesse sentido, de forma geral é atribuída uma maior importância às bandas e/ou subgéneros que atuam no festival, bem como à sua diversidade, conforme refere o entrevistado M8 quando indica que:

“(…) é claro que o número de bandas e palcos importa, apesar de não conseguires ver todas as bandas, mas faz parte, gerir para ver as bandas que queres ver. Para mim, ter a oportunidade de ver um bom número de bandas e passar bons momentos antes e depois dos festivais, é fantástico”.

O participante M3 aborda, ainda, a diferença entre dois tipos de participantes, no que respeita à decisão de compra do bilhete dos festivais, que se enquadra neste âmbito: por um lado, existem os fãs que aderem aos *blind tickets*, isto é, adquirem os bilhetes sem qualquer ideia das bandas que irão atuar, e por outro, os fãs que esperam até o *line-up* estar completo para tomarem a decisão de compra, como é o caso do entrevistado em questão. No que se refere aos *blind tickets*, a sua compra pode não estar relacionada com uma maior ou menor importância atribuída às bandas que irão atuar, mas sim, com o facto dos eventos com várias edições gerarem confiança nos consumidores e permitirem prever que subgéneros irão marcar presença, sendo que, tal como indica a entrevistada F7, muitas vezes os subgéneros são até mais importantes do que saber que bandas vão, “(…) o importante nem é só as bandas, é mesmo a música (...)”, havendo uma pré-disposição dos participantes para a descoberta de novas bandas dentro dos estilos que mais gostam. A crescente oferta de festivais de *Heavy Metal* em Portugal, leva, também, a uma maior ponderação por parte dos participantes, sobre quais os festivais

em que pretendem marcar presença, uma vez que, como frisa o participante M3, a questão financeira pode ser um fator que limita ou impede a participação nalguns destes eventos.

Outra motivação amplamente referida é a questão da socialização, que surge sob diversas formas. Os participantes procuram não apenas o convívio com amigos, com quem vão aos festivais, como também o convívio com outras pessoas que encontram no evento, podendo tanto consistir em pessoas que já conhecem, ou pessoas que conhecem no próprio festival. Na maioria dos casos, a questão da socialização representa muita importância na experiência dos participantes, ainda que surja frequentemente em segundo plano. É possível notar diversas atitudes face à socialização, desde participantes que não participam nos eventos sem companhia, como o caso dos participantes M3 e M8, sendo que este último indica a socialização como principal motivação, até participantes que afirmam preferir ir sozinho para experienciar a música em pleno, como o caso do entrevistado M5, afirmando “(...) não gosto muito de ter companhia, porque a companhia distrai”.

A entrevistada F6 expressa uma perspetiva diferente, afirmando que apesar da música ser a sua principal motivação, a questão da socialização é muito importante, pois sente que estes festivais são excelentes oportunidades para conhecer pessoas e fazer novas amizades, principalmente tendo em conta que, fora destes eventos, se considera uma pessoa introvertida e pouco virada para a socialização, sentindo-se mais confortável para isso nestes festivais. O participante M1 reforça este ponto de vista, revelando que estar presente num meio onde a grande maioria das pessoas apresenta gostos semelhantes e pontos em comum, algo que não é frequente fora do ambiente de festivais e concertos, é um fator de satisfação.

O ambiente destes eventos apresenta, também, uma grande relevância para os entrevistados. Muitos referiram ouvir outros estilos musicais além do *Heavy Metal*. No entanto, não procuram eventos de outros géneros, por não se identificarem com o ambiente dos mesmos, como indica o entrevistado M6. Algumas das motivações referidas ao longo das entrevistas estão diretamente relacionadas com a atmosfera destes festivais, nomeadamente o sentimento de pertença e de comunidade, o contacto próximo com as bandas, a liberdade para a autoexpressão e a experiência do campismo.

Foram referidos diferentes fatores de motivação relacionados com o campo emocional, como a sensação de escape e a canalização de emoções negativas. Por fim, essencialmente no caso de dois entrevistados em particular, M4 e M5, foram apontadas motivações bastante distintas, que se prendem com questões profissionais ou de recreação ligadas aos concertos e festivais de *Heavy Metal*,

nomeadamente a reportagem fotográfica dos eventos, redação de artigos e a elaboração e organização de *fanzines* (que, atualmente, evoluíram para o formato de *webzines*).

4.1.2.1 Emoções transmitidas aos participantes pelo Heavy Metal

Foram enumeradas cerca de 52 palavras e expressões pelos entrevistados (Apêndice III), quando questionados sobre as emoções que sentem durante estes eventos. As emoções que surgiram com mais frequência foram a felicidade e a liberdade, seguindo-se o entusiasmo, a tranquilidade, a diversão, o bem-estar, a ansiedade e a emoção (no sentido em que alguns entrevistados admitem emocionar-se e chorar durante os concertos, dada a intensidade das emoções sentidas). O sentimento de pertença, a adrenalina, a rebeldia, a reciprocidade, a descontração e a euforia foram também referidos por mais do que um entrevistado. Algumas das expressões utilizadas apontam para um sentimento de que se entra numa realidade diferente, quase como que numa outra dimensão, nomeadamente expressões como “delírio”, “monstruoso”, “explosivo”, “agressividade controlada” e “êxtase”. A entrevistada F3 chega mesmo a comparar os festivais de *Heavy Metal*, mais precisamente o *Wacken Open Air*, com as peregrinações a Fátima, acreditando que seja “(...) uma experiência similar em termos de intensidade emocional, de se estar num sítio como *Wacken*”.

No que se refere às emoções mais sentidas pelos participantes, felicidade e liberdade, foram várias as declarações que demonstraram esse facto, associando, ainda, a liberdade à questão da autoexpressão, apontada como uma das motivações para a participação nestes eventos. A participante F1 admite sentir-se sempre confortável e segura nos festivais, sendo que uma das causas que leva a esses sentimentos é o facto de ser um ambiente sem julgamentos. Esta ideia é complementada pela entrevistada F2 que declara que “(...) na vida real de todos nós, se calhar temos mais convenções sociais e certas medidas que nos impomos a nós próprios e acabamos por nos conter mais, e depois chegamos ali e é a liberdade total”.

O participante M1 recorda a primeira vez em que foi sozinho a um festival, partilhando o que sentiu: “(...) senti que estava no meu espaço, rodeado de pessoas que podiam não pensar da mesma forma que eu, mas pelo menos ouviam a mesma música (...)”, tendo-se sentido parte integrante do evento. Esta afirmação vai ao encontro do sentimento de pertença e de comunidade, também apontado algumas vezes nas entrevistas, e que corresponde a motivações como a socialização e o ambiente do festival, que se tornam elementos muito importantes para o usufruto da experiência.

Vários entrevistados referiram sentir-se mais livres para se vestirem como gostam e para serem eles próprios nos festivais, e referem que existe, acima de tudo, muito respeito nestes eventos. Ainda no âmbito da autoexpressão, o entrevistado M5 explica que “(...) as pessoas vestem o que gostavam de vestir todos os dias, assumem a personagem que gostariam de ser”. No caso do *black metal*, como conta a entrevistada F7, esta liberdade relaciona-se com o facto de não sentir que as suas emoções negativas, e os sentimentos mais obscuros, que acredita estarem dentro de todos os seres humanos, sejam reprimidos nos espetáculos do subgénero: “(...) temos de ter atenção a estas emoções, até ao sentimento mais podre (...) tu não tens que reprimir (...) tu podes mostrar”.

Já sobre a felicidade, esta é por vezes sentida na sua forma mais plena, como relata o entrevistado M2, que afirma sentir-se imbuído numa felicidade profunda e constante durante toda a experiência, ainda que algumas das músicas possam passar emoções negativas. A participante F7 admite que as pessoas fora da subcultura a olham com algum preconceito e interpretam a sua paixão pelos festivais do estilo como exagero, mas afirma que “(...) isto [festivais de *Heavy Metal*] contribui mesmo para a minha felicidade e bem-estar”.

O entusiasmo foi, também, uma emoção bastante referida pelos entrevistados aquando da descrição daquilo que sentem durante os eventos. Este sentimento pode estar ligado às várias motivações de participação, sendo que tanto participantes que referiram a música como principal motivação, sem grande relevância atribuída à socialização, como participantes para os quais a socialização e a interação com outros indivíduos são essenciais, referiram sentir-se entusiasmados.

A canalização de emoções negativas é, sem dúvida, um aspeto marcante para os participantes dos festivais de *Heavy Metal*. O entrevistado M1 refere que “(...) a partir de uma certa idade comecei a procurar sempre coisas mais pesadas, mais intensas, com uma certa agressividade, mas controlada, mas que em mim me fazia expulsar certas sensações mais intensas e agressivas cá dentro” e acrescenta que nos festivais “(...) é sempre uma experiência bastante positiva, sempre alegre, bem-disposto e é bom para nos distrairmos (...) é um momento assim quase *zen*, mesmo que a música não o seja”. A entrevistada F3 completa esta ideia dizendo que é “(...) como se tudo de mau tivesse passado e as coisas negativas estão todas para trás (...) um enorme nível de alegria, mas ao mesmo tempo uma enorme sensação de paz (...)”. A participante F6 confessa sentir “(...) uma sensação de alívio, como se tivesse no dia a dia um peso enorme às costas, e esteja a carregar o mundo (...)” completando que, quando está nos eventos, além do alívio, sente felicidade.

Um outro ponto de vista interessante no âmbito da canalização de emoções negativas é o da participante F7, que afirma “Eu sou uma pessoa que gosto até de ficar triste, eu gosto de músicas melancólicas (...) e às vezes eu sinto que preciso de ir lá abaixo, então sei justamente o que eu vou ouvir (...) e nos concertos às vezes também acontece.”. A entrevistada F6 completa este ponto de vista ao declarar: “A vida já é tão complicada, a música faz-me sentir todo o tipo de emoções que por vezes não consigo expressar por palavras (...)”.

Alguns entrevistados, nomeadamente M4, afirmam que a intensidade das emoções sentidas varia consoante as bandas que estão a tocar, sendo a música a principal motivação para a participação em festivais de *Heavy Metal*, e que pode depender da proximidade com os artistas, na medida em que quanto mais perto do palco se está, mais intensamente se vive o espetáculo. O participante M5 acrescenta que se emociona pela arte e pela questão musical em si. A sintonia entre o público durante os concertos, unindo-se para cantar as mesmas músicas, reforça a importância do sentimento de comunidade e da música enquanto elemento comum e unificador dos indivíduos que participam nestes festivais. A entrevistada F7 expressa esta ideia de forma clara, quando diz “a mim dá-me prazer olhar à minha volta e ver o público ao rubro (...) eu sinto que é contagiante, eu fico feliz por ver os outros a curtirem (...)”.

4.1.3 Comportamentos e ambiente em festivais de Heavy Metal

A questão da autoexpressão foi amplamente mencionada como uma das características do ambiente dos festivais de *Heavy Metal*, considerados, pelos entrevistados, como espaços livres de julgamento. No entanto, esta é apenas uma das diversas características apontadas pelos participantes em festivais do género durante as entrevistas. O público foi descrito como sendo, na sua generalidade, respeitador, amigável, sociável, educado, diversificado e simpático.

Os entrevistados definiram o ambiente nestes eventos como seguro, calmo, tranquilo, *family friendly*, festivo e de convívio, limpo e civilizado, ainda que por vezes possa existir alguma confusão (principalmente junto do palco e em eventos maiores). Existe, acima de tudo, de acordo com os participantes, um espírito de camaradagem, harmonia e partilha. O entrevistado M2 descreve o *Wacken Open Air* como “(...) quatro dias a conviver com os teus oitenta mil melhores amigos”. O participante M7 expressa ainda que “o ambiente nos festivais é indescritível (...)” aconselhando a todos a participação e lamentando o tempo que perdeu sem ir. De forma geral, os entrevistados

acreditam que a organização destes festivais seja boa e eficiente, contribuindo para a harmonia referida como característica do ambiente nos eventos.

O termo “loucura” foi referido por dois entrevistados aquando da descrição dos ambientes nos festivais. No entanto, foram feitas várias comparações entre os festivais de *Heavy Metal* e de outros estilos, evidenciando o controlo do público e o respeito mútuo do mesmo. O entrevistado M2 acredita que o público do *Heavy Metal* é bastante mais respeitoso quando comparado ao de outros géneros, e uma das razões para isso acontecer assenta no facto da comunidade do *Metal* ir a concertos e festivais com maior frequência, estando mais habituada a esse tipo de ambiente e sabendo gerir melhor as suas emoções e comportamentos. O participante M6 afirma já ter visto “(...) malta no metal a delirar com música nos concertos, mas não avaria por completo como noutros estilos”. O entrevistado M8 completa esta perspetiva dizendo que “é algo que não se encontra em festivais de géneros diferentes... As pessoas são sempre amigáveis mesmo no *mosh*”.

Um outro elemento referido por vários participantes foi o álcool, sendo abordado como elemento de desinibição, mas que não gera grandes excessos nem violência. O consumo de álcool é frequente nestes eventos, o que contribui para intensificar as emoções, tal como explica a participante F7. Nenhum entrevistado afirmou consumir droga ou presenciar situações de consumo nos festivais.

Existe um grande espírito de entreajuda entre os participantes. Alguns entrevistados contam alguns episódios que presenciaram neste sentido, em que o público demonstrou o respeito e a camaradagem amplamente referidos nas entrevistas. A entrevistada F1 conta que, no *Wacken Open Air*, que regista a presença de cerca de 80 mil participantes anualmente, se sentiu incomodada durante um concerto em que estava na primeira fila. “Eu não disse nada, foi só o olhar de pânico que eu fiz, abriram um corredor para eu me ir embora, para me afastar e não estar naquela confusão. Achei isso delicioso!”, conta. A participante F7 partilhou que, no mesmo festival, os restantes participantes abriram caminho e permitiram que chegasse junto do palco para ver uma das suas bandas preferidas. A maioria dos entrevistados que referenciou o *moshpit* enquanto comportamento frequente, prontamente alegou que, sempre que alguém cai, é imediatamente levantado por outros participantes, nunca tendo observado nenhum incidente grave durante esta ação, associada a algum nível de violência, uma vez que consiste, essencialmente, em empurrões coletivos ao centro da audiência.

Neste âmbito, será relevante enumerar alguns comportamentos característicos do público do *Heavy Metal*, além do *moshpit*. Foi, muitas vezes, mencionado o *crowdsurfing*, em que um elemento do público é passado por cima da audiência até chegar à segurança para ser encaminhado de volta

para o público. Tanto o *moshpit* como o *crowdsurfing* se apresentam como comportamentos pouco consensuais, dado que alguns dos participantes afirmam gostar destas práticas, enquanto outros afirmam o contrário, acrescentando, até, que principalmente o *crowdsurfing* pode estragar a experiência do concerto. A entrevistada F2 reforça esta ideia, dizendo que, muitas vezes, a própria atitude do público influencia o usufruto da experiência.

As incompatibilidades ao nível das motivações podem ser um ponto de choque entre participantes e interferir com a experiência dos mesmos. A participante F3 confirma este facto, enunciando dois tipos de participantes, sendo que por um lado existem os participantes que dão um valor redobrado à música e querem experienciar o próprio concerto (como o caso da entrevistada F2), e por outro existem os participantes que pretendem, acima de tudo, divertir-se e descarregar energias, nomeadamente através do *moshpit*. O impacto do público na experiência fica também evidente através de outro ponto de vista expresso pela mesma entrevistada, que afirma que os dias dedicados ao *Heavy Metal* nos festivais generalistas, nomeadamente no *Rock in Rio*, em nada têm a ver com o ambiente vivido nos festivais específicos do género. O entrevistado M6 partilha do mesmo ponto de vista, dado que ouve diversos estilos, mas não se revê no público de outros géneros musicais, pelo que não participa nos respetivos eventos.

Outros comportamentos característicos dos designados *headbangers* são, precisamente, o *headbanging*, que consiste em abanar a cabeça ao ritmo da música, de forma exagerada, *wall of death*, *circle pit* e, mais recentemente e de forma crescente, especialmente em bandas com a temática *viking* ou *pirata*, o *rowing*, que consiste numa encenação por parte do público, em que geralmente todos se sentam no chão e fingem remar um barco, sendo por isso um movimento coordenado e ordeiro. Tal não acontece com a *wall of death* e *circlepit*. No primeiro, é aberto um corredor, frequentemente coordenado pela própria banda, que geralmente dá o sinal para que ambos os lados corram um contra o outro e choquem ao centro, formando em seguida um *moshpit*. Já quanto ao *circlepit*, consiste essencialmente num *moshpit* mas de forma ligeiramente mais organizada, em que os participantes correm e se empurram em círculo. A intensidade destes comportamentos, como alega o entrevistado M8, está relacionada tanto com o subgénero musical da banda em palco, como com a própria idade dos participantes, já que as faixas etárias mais novas tendem a ser mais agressivas nestes contextos.

Ainda assim, quando se referiram a subgéneros mais extremos, nomeadamente ao *Black* e ao *Death Metal*, os participantes afirmaram observar mais violência, obscuridade e agressividade. Em termos de público, os entrevistados M1 e F7, que se assumem como fãs dos subgéneros mais

extremos, admitem que no *Death Metal* o público é, geralmente, o mais agressivo, observando-se, por vezes, nas palavras da participante F7, alguma “pancada” e “porrada”, também associada ao movimento do *Thrash Metal*. No entanto, a entrevistada explica que o “(...) lado das pessoas andarem à porrada, não é necessariamente para agredirem os outros, é para libertar energia (...) que muitas vezes está oprimida”. O participante M1 concorda com esta visão, contando que pratica desportos de combate e, quando compara a violência do desporto com a dos festivais, as diferenças são evidentes: “(...) estou aos empurrões, mas tudo de forma amigável, sem querer magoar ninguém, é uma sensação de liberdade interessante que me ajuda a descarregar um bocadinho”. Esta sensação de liberdade é utilizada pela participante F2 como justificação para alguns comportamentos, afirmando que “(...) se calhar por isso é que há pessoas que também têm comportamentos mais extremos lá, porque veem isso como um sinal total de liberdade e fazem coisas mais extremas”. A par desta comparação com os desportos violentos, é também feita uma comparação entre os festivais de *Heavy Metal* e o *Halloween*, pelos entrevistados M2 e F5, evidenciando as questões das encenações, dos ambientes criados com determinados propósitos para corresponder às motivações já enunciadas e gerar as emoções também já expostas, nos participantes dos eventos.

Já no que se refere ao público do *Black Metal*, este é descrito como mais calmo, assistindo frequentemente aos espetáculos de braços cruzados, por exemplo. No entanto, o ambiente nos concertos e festivais deste subgénero é caracterizado como sendo obscuro e extremo, sendo que a violência não está tão presente nos comportamentos do público, mas sim, nas representações e encenações das bandas.

Algumas dessas encenações chegam a envolver partes de animais e sangue. Dois dos entrevistados, M1 e F5, fãs de subgéneros mais extremos, afirmam já ter presenciado essas encenações, ainda que não gostem de ser envolvidos nas mesmas. Ambos referem atuações da banda *Watain*, em que o participante M2 sentiu a necessidade de se afastar para que o sangue atirado à audiência pela banda não o atingisse, e em que a participante F5 sentiu a mesma necessidade, dirigindo-se para junto de uma porta para escapar ao cheiro da cabeça de animal queimada em palco durante a *performance*. Já a entrevistada F7, numa atuação da mesma banda durante o *Inferno Festival*, deixou que o sangue a atingisse, sentindo-se parte daquela atmosfera, equiparando o *Black Metal* a um culto, considerando-o, inclusivamente, sedutor por não ter de reprimir ou esconder emoções, sentimentos e pensamentos obscuros.

As entrevistadas F3 e F7, abordaram, ainda, a questão dos chamados *church burnings*, muito associados ao *Black Metal* e aos seus primórdios. A participante F3 expressa: “(...) na altura todas as questões que surgiram nos países nórdicos, enfim, os extremos de queimarem as igrejas, e a quantidade de gente que mataram, para mim não tem nada a ver com o *Heavy Metal* (...)”. Quando relata a liberdade que sente associada ao *Black Metal*, a entrevistada F7 acrescenta que “(...) tal não significa queimar igrejas, embora às vezes apeteça com alguns extremismos que uma pessoa ouve”. Revela, ainda, que tem ideia de ter sido incendiada uma igreja cerca de duas semanas antes do *Inferno Festival*, no ano de 2023.

Ainda assim, apesar da tendência atual, como referido pela maioria dos entrevistados, seja de cada vez mais respeito e civismo, o preconceito em relação aos eventos deste género musical terão tido origem em factos passados. Como conta o entrevistado M3, entre as décadas de 1980 e 1990 existia, efetivamente, bastante violência, incluindo vandalismo e confrontos físicos frequentes entre participantes e contra as autoridades policiais, contando que “(...) ia tudo à frente, partiam património público, assustavam as pessoas...”. O entrevistado classifica esses comportamentos como atos de afirmação e construção da própria identidade, indicando que o público era muito jovem na altura. O participante M5 acrescenta que as pessoas descarregavam todas as emoções que não libertavam de outra forma, manifestando comportamentos exageradamente violentos, recordando que, nas décadas de 1970 e 1980, praticamente não existiam festivais e concertos. Descreve, nesse sentido, uma “(...) ansiedade desmesurada (...)” e loucura generalizadas, relatando que “(...) era uma massa em que as pessoas se magoavam, havia sangue (...)”, as multidões a entrar nos recintos eram de tal forma desordeiras e sedentas de eventos do género, que “(...) as pessoas entravam sem tocar com os pés no chão”, nomeadamente no famoso local de concertos na altura, o Dramático de Cascais.

O participante M3 descreve os locais dos concertos e de convívio de fãs como “barris de pólvora”, até meados da década de 1990, dado que qualquer ação podia desencadear comportamentos agressivos. O entrevistado relembra um concerto de *Marylin Manson*, com abertura dos portugueses *Moonspell*, no ano de 1999, tendo sido esse o primeiro espetáculo em que observou civismo, respeito, ordem e asseio, características que considera descreverem os eventos atualmente e que são influenciados, na perspetiva dos entrevistados M3 e M5, pelo aumento da oferta. Este aumento levou a uma maior seletividade por parte dos participantes, denotada pelos participantes M4 e M5, sendo que o *line-up* passou a ter uma maior importância, bem como a seleção por subgéneros.

O participante M3 relata, também, alguns episódios de violência em Portugal de que se recorda de ter ouvido pela comunicação social, ocorridos em 1999, e que contribuíram para que a imagem da comunidade do *Heavy Metal* perdesse a reputação que havia vindo a ganhar, e que muitas vezes são generalizados e associados a toda a subcultura e eventos em que participa. Conta o homicídio ocorrido em Ílhavo, pelas mãos do vocalista dos *Agonizing Terror* ou as invasões a cemitérios em Barroelas, e destruição das cruzes das campas, acreditando que, nos dias que correm, esses comportamentos estejam ultrapassados e já não reflitam os valores e comportamentos da comunidade.

Para terminar este tema, há a salientar o papel das bandas no comportamento dos participantes. O participante M1 reflete sobre a diferença entre bandas mais extremas e bandas mais melódicas. Afirma que as primeiras são, por norma, mais sérias e frias, nomeadamente no *Black Metal*, pelo que o público acaba por estar mais focado no palco e entrar menos em comportamentos como *moshpits*, ao passo que as bandas mais melódicas são, geralmente, mais empáticas e criam uma ligação mais amigável com o público.

A generalidade dos participantes afirmou que a interação entre banda e público é muito importante, sendo atribuída uma responsabilidade acrescida ao vocalista, ainda que a interação com os restantes membros da banda e entre a banda também influencie a experiência. A interação fora do palco, num contexto mais íntimo, também é relevante para muitos dos entrevistados. Existe, ainda, um número considerável de entrevistados que atribui mais importância à presença da banda em palco e à dedicação atribuída à *performance*, do que propriamente à interação com a audiência. Vários entrevistados referiram que as emoções transmitidas pela banda são fulcrais para o usufruto do concerto por parte do público, e que as *performances* podem influenciar muito a forma como o público passa a ver as bandas. Por fim, a própria produção a nível audiovisual foi mencionada como fator importante para a satisfação do público e percepção face ao concerto.

4.1.4 Práticas turísticas associadas a festivais de Heavy Metal

No sentido de compreender as práticas turísticas e serviços turísticos consumidos pelos participantes de festivais de *Heavy Metal* aquando da experiência do evento, incluiu-se, nas entrevistas, o referido tema, para que os entrevistados descrevessem as suas experiências. São diversos os serviços e produtos turísticos consumidos, quer dentro de Portugal, quer em festivais estrangeiros, essencialmente europeus.

Os festivais apresentam-se como principal motivação de viagem para 73,30% dos entrevistados. As entrevistadas F1 e F3 afirmam ter viajado propositadamente para a Alemanha e para a Eslovénia para participarem no *Wacken Open Air* e no *Metal Days*. Admitem, ainda, ter viajado para a Suíça e para a Itália para verem uma banda específica ao vivo, *Death Angel*. A participante F3 também já realizou uma viagem a Espanha com o propósito de participar num evento de *Heavy Metal*, bem como o entrevistado M4, que viajou para os Estados Unidos para poder ver *Metallica* ao vivo. O mesmo entrevistado confessa já ter viajado pelo país, com o intuito de participar em todos os festivais do género naquele ano. O participante M7 conta que já percorreu 200km para cumprir o desejo de ver duas bandas específicas ao vivo num festival de *Heavy Metal*, evidenciando a importância do *line-up*. A participante F5 já presenciou cerca de dez concertos de *Amorphis* em países diferentes. Já a entrevistada F4, tem optado por participar em festivais em Portugal e conta que, numa das suas viagens para participar no *Vagos Open Air*, decidiu dormir no Porto e usufruir de uma feira medieval próxima.

O serviço mais abordado, ainda que o campismo seja um elemento importante para muitos dos entrevistados, foi a hotelaria. Nove participantes, isto é, a maioria, admitiram ficar alojados em hotéis perto dos festivais, por questões de conforto, relacionadas com as condições oferecidas pelo alojamento, que não encontram no campismo dos festivais. Houve, ainda, três participantes que referiram preferir *hostels* ou pousadas ao invés de hotéis, e dois participantes que optaram pelo aluguer de casa ou *Airbnb* como solução de alojamento.

No plano dos transportes mais utilizados, a maioria prefere a utilização de transportes públicos, nomeadamente o autocarro ou o comboio. Duas das participantes referiram optar pelo aluguer de viatura para transporte no local e durante os dias do festival. Alguns participantes de faixas etárias mais elevadas, assumem preferir o serviço de táxi. A entrevistada F7 foi a única participante a indicar o aluguer de bicicleta como opção de transporte, tendo também realizado um *interrail* pela Europa, durante o qual participou em vários festivais de *Heavy Metal*, tendo sido uma experiência memorável.

No que se refere às experiências nos festivais em si, vários participantes afirmam encontrar pessoas de todo o mundo nos festivais quer nacionais quer internacionais. Relativamente aos festivais nacionais, o entrevistado M3 afirma ter encontrado muitos espanhóis e ingleses no *SWR Barrocelas Metalfest*, e a entrevistada F2 partilha que se encontram, também, muitos espanhóis em Vagos. Durante o dia, como relata a participante, “(...) vê-se imensa gente a passear por todo o lado. (...) Vê-se mesmo que no festival, naqueles dias, o comércio da zona vira-se imenso para os festivaleiros”.

Ainda que a Europa seja o continente onde se realizam mais festivais e onde exista um maior fluxo de turistas nesse sentido, o participante M8 constata que se cruzou com pessoas de diversos países, nomeadamente Alemanha, Polónia e Austrália, no festival em que esteve presente na Índia.

A vida nas localidades em que se realizam os festivais usufrui de um enorme dinamismo durante os dias dos eventos. O participante M6 terá testemunhado os cafés e os restaurantes cheios em Barroselas e Vilar de Mouros durante os dias dos festivais, e o entrevistado M4 acrescenta que, frequentemente, os alojamentos e alguns produtos esgotam: “é difícil arranjar um quarto e, às vezes, nos cafés, já não há cerveja (...)”. A entrevistada F7 afirma que os cafés em Vagos mudam o próprio ambiente para corresponder ao tema do festival, e que existem atividades turísticas promovidas pelo evento. O participante M1 concorda que o comércio em Vagos é muito dinamizado graças ao festival. No âmbito da importância dos festivais para os negócios, a entrevistada F2 acrescenta que em Espanha, durante o *Ressurrection Fest*, existem espaços que exibem o selo “(...) espaço certificado pelo festival (...)” como forma de atrair consumidores. Em *Wacken*, que mais não é do que uma aldeia rural com pouco movimento durante todo o ano, torna-se num centro altamente movimentado e dinamizado, como conta a participante F1 que, em conversa com habitantes locais, expõe que durante o ano não acontece nada no local e que a própria rede de transportes é muito fraca. Durante os dias do festival, as “(...) casas estão todas decoradas com bandeiras do *Wacken Open Air*, metem mesas nos jardins, casas de banho daquelas portáteis para as pessoas que fazem o caminho a pé (...). Portanto toda a aldeia respira *WOA* durante aquele período.”

Como afirma o entrevistado M8, “(...) existem duas experiências: existe a experiência do festival e depois a experiência turística normal durante o dia, a fazer coisas de turista normal”. A entrevistada F3 compara as viagens para os festivais com “miniférias”. Neste sentido, muitos dos entrevistados admitem usufruir de serviços de restauração durante a sua experiência, sendo que alguns procuram mesmo experiências gastronómicas e produtos da gastronomia local e regional, bem como cerveja artesanal local, como relata a participante F7. Alguns dos participantes procuram atividades turísticas no âmbito da História e Cultura, a outros ainda, procuram atividades de turismo de natureza. O comércio é também procurado, bem como atividades de *sightseeing*.

A entrevistada F7 partilha a sua experiência na Noruega, em que visitou o emblemático *Helvete*, antigo local de ensaios da banda de *Black Metal*, *Mayhem*. Afirma ser um ponto turístico muito procurado pelos *metalheads*, que frequentemente entram apenas para ver o tirar uma fotografia no trono da banda, ou junto das palavras “*Black Metal*” escritas pela banda, em que o “T” foi escrito ao

contrário, representando uma cruz invertida, associada ao Satanismo [figura 4]. Procurou, ainda, museus de história nórdica, ligada ao *Heavy Metal* e às suas temáticas, e as *Stave Churches*. A entrevistada partilha que as entidades de turismo norueguesas defendem a inclusão do *Norwegian Black Metal* no catálogo cultural do país.



Figura 4 - Inscrição "Black Metal" em Helvete, pelos Mayhem (Fonte: Metal Injection)

Os entrevistados M7, M8 e F5 admitem planear previamente as suas viagens no local do festival em que vão participar, correspondendo à ideia partilhada pela entrevistada F3, de que a participação nos eventos pode ser comparada a miniférias. Alguns participantes, nomeadamente os participantes M3 e F4, confessam que as questões económicas são um fator bastante impeditivo no que respeita ao usufruto de serviços turísticos durante a experiência do festival, ou mesmo na tomada de decisão sobre a participação no próprio evento. Contudo, o entrevistado M3 acredita que o nicho dos festivais de *Heavy Metal* merece uma melhor aposta em termos de turismo no nosso país: "(...) eu acho que pode ser um nicho de mercado muito atrativo, o metal. (...) devia haver mais investimento por parte das câmaras, mais apoio a estes festivais, para tentar captar mais turistas (...)". No que diz respeito aos festivais no estrangeiro, a entrevistada F1 transmite uma ideia semelhante, confessando que se existissem programas estruturados com os festivais em que participou noutros países, teria aderido.

4.2 Artistas de Heavy Metal

Foram entrevistados treze artistas, sendo que alguns representam mais do que uma banda, o que levou a que se recolhesse informação sobre dezoito bandas diferentes, com influências de quinze

subgêneros distintos. Quatro das entrevistas foram realizadas presencialmente, cinco por videochamada e quatro por *email*.

| NOME | BANDA | SUBGÊNERO(S) |
|--|----------------------------|---|
| J.A. | Decayed | Black Metal |
| Torgal | Enblood / The Voynich Code | Technical Death Metal |
| Matheus | Vakan | Power Metal |
| Rui Duarte | Ramp | Thrash Metal |
| Ricardo, Leo, João, Paulo, Tiago | Rageful | Death Metal |
| Mike Gaspar | Moonspell / Seventh Storm | Black Metal / Power Metal |
| Rute Fevereiro | Black Widows / Enchantya | Thrash, Death Metal / Prog, Symphonic Metal |
| Luís Figueira | Attick Demons / Gwydion | Heavy Metal / Folk, Black, Death Metal |
| Isaac Delahaye | Epica / God Dethorned | Symphonic Metal / Melodic Death Metal |
| Muffy | Karbonsoul | Black Death Metal |
| Anson Clarke | Acacia Ridge | Alternative Metal, Metalcore |
| Raquel | Secret Chord | Symphonic Metal, Progressive, Gothic |
| Lex Thunder | Toxikull | Heavy Metal, Speed Metal, Thrash Metal |

Tabela 6 - Perfil dos Entrevistados (artistas)

As entrevistas realizadas aos artistas tiveram como foco compreender a perspectiva das bandas no que respeita aos festivais de *Heavy Metal*, uma vez que, conforme foi também provado nas entrevistas aos participantes, são elas a grande motivação para a participação nos eventos, representando um peso considerável na tomada de decisão dos consumidores. Ainda que as questões aos artistas tenham sido um pouco diferentes das apresentadas aos participantes, foi também solicitado que descrevessem as *performances* nos festivais em três palavras. À semelhança do caso dos participantes, elaborou-se uma *word cloud*, com o apoio da plataforma *Mentimeter*, que realça as palavras mais frequentes referidas pelos artistas, de entre todas as que foram mencionadas [figura 5].



Figura 5 - Word Cloud: Se tivesse de definir as performances em festivais de Heavy Metal em três palavras, quais utilizaria?

As respostas mais frequentes foram “intensidade”, “adrenalina” e “energia”, seguindo-se “emoção”, “união”, “autenticidade” e “poder”. Tal como verificado no caso dos participantes, a questão emocional revela grande importância para os artistas. Anson Clarke (*Acacia Ridge*) evidencia uma das razões pelas quais a música desperta tantas emoções em quem a ouve e em quem a toca, afirmando que “(...) a música é capaz de mover as pessoas. A música está conectada com toda a gente individualmente aleatoriamente ao longo do dia (...) a música é como uma linguagem e energia universais (...).

4.2.1 Subgéneros e temáticas das bandas entrevistadas

Com base na tabela 6, é possível concluir que as bandas dos artistas entrevistados apresentam influências de quinze subgéneros diferentes. Em síntese, são apresentadas na tabela 7 as temáticas abordadas pelas bandas, divididas pelos subgéneros mencionados pelos artistas entrevistados. Há ainda a referir que, das dezoito bandas entrevistadas, catorze são portuguesas, uma brasileira, duas holandesas e uma norte americana, sendo possível, assim, obter informações sobre diferentes mercados e culturas. No que se refere às bandas de *Death Metal*, *Rageful* admitem que, ainda que não se identifiquem com essa situação, muitas vezes os temas retratados pelas bandas do subgénero relatam violência, como descreve o vocalista Leo, “(...) cabeças esmagadas, *skin them alive...*”.

| SUBGÉNERO | TEMÁTICAS |
|-------------------------|---|
| Black Metal | Paganismo, Satanismo, História, Obscuro |
| Technical Death Metal | Paganismo, Satanismo, Apocalipse, Intelectualidade |
| Power Metal | História, política, crítica social, temática pirata |
| Thrash Metal | Crítica social, protesto, temas pessoais, fantasia, terror |
| Death Metal | Atualidade, crítica social, protesto, temas pessoais |
| Progressive Metal | Temas pessoais, emoções negativas, conflitos internos |
| Symphonic Metal | Temas pessoais, Ciência, atualidade, emoções negativas |
| Heavy Metal tradicional | História, vida, sonhos, crítica social, fantasia, terror |
| Folk Metal | História, Lendas Viking e Celtas |
| Melodic Death Metal | Religião, darkness |
| Black Death Metal | Metáforas com o obscuro, culto, Satanismo, Inferno de Dante |
| Alternative Metal | Política, religião, temas pessoais, emoções negativas |
| Metalcore | Política, religião, temas pessoais |
| Gothic Metal | Conflitos internos, emoções negativas, melancolia |
| Speed Metal | Crítica social, fantasia, terror |

Tabela 7 - Temáticas dos subgêneros

À semelhança do que aconteceu com os participantes, também os artistas referiram que muitos dos preconceitos associados ao género musical podem ter origem nalgumas temáticas abordadas e na própria questão estética das indumentárias, capas de álbuns, cenários, entre outros. Mike Gaspar (*Seventh Storm* e ex-*Moonspell*) revela que ainda que se fale de violência, é raro isso acontecer nos festivais e compara Portugal com os países nórdicos, onde o preconceito é drasticamente menor e onde a cultura do *Heavy Metal* tem bastante relevo. Rui Duarte (*Ramp*) acredita que estes preconceitos prevalecem por o movimento, muitas vezes, se fechar e se manter no chamado *underground*. O artista completa esta ideia dizendo que “(...) não temos que ter medo de novas pessoas entrarem, temos é que ficar contentes com novas pessoas a descobrir a música de que nós gostamos”.

Lex Thunder, vocalista e guitarrista dos *Toxikull*, aborda a questão do Satanismo, afirmando que ainda existe essa ideia associada aos fãs do género. Neste âmbito, Muffy, que é a principal letrista de *Karbonsoul*, partilha a sua visão sobre as temáticas mais extremas e obscuras, explicando que:

“(…) a nível literário é uma coisa muito rica, tens sempre aquelas referências de coisas ligadas à mitologia, à religião... Não quer é dizer que sejas satânico... É uma mensagem, bastante rica e, muitas vezes, quase sempre, são metáforas, e apesar de muitas destas letras terem algumas influências em coisas até bastante antigas, continuam super presentes”.

Assim, conclui-se, também com base na tabela 7, que algumas das temáticas podem ser controversas e estão, de facto, ligadas com o mundo mais obscuro e macabro. Porém, tal não significa que tanto os artistas como os fãs se identifiquem, de forma literal, com os temas abordados nas letras, mas sim, com a mensagem transmitida através dos mesmos, intensificando esta ação com o suporte dos elementos cénicos, apresentação dos artistas e representações nas *performances* [figura 6, figura 7].



Figura 6 - elementos cénicos em performance de Okkultist (Fonte: Metal Imperium, 2023)



Figura 7 - apresentação de Muffy em performance de Karbonsoul (Fonte: Metal Imperium, 2023)

4.2.2 Emoções sentidas pelos artistas durante as performances

Os artistas indicaram cerca de 34 palavras e expressões para exprimirem o que sentem em palco durante as suas *performances* (Apêndice IV). “Energia” foi a palavra mais referida, seguindo-se diversão, felicidade, intensidade, adrenalina, sintonia, poder, descontração e emoção/lágrimas. Sentimentos como raiva, reciprocidade, liberdade/libertação e agressividade foram, também, mencionados mais do que uma vez.

A grande maioria das expressões remete para sentimentos positivos e intensos, ainda que tenham surgido expressões que revelam sentimentos mais extremos, nomeadamente raiva, agressividade e rebeldia. A intensidade das emoções sentidas, segundo os entrevistados, depende de vários fatores, entre os quais a dimensão da audiência para a qual estão a atuar, bem como o facto de ser um concerto da banda ou um concerto em contexto de festival, ou seja, a perspetiva dos artistas em relação às próprias *performances* está diretamente ligada com as reações e envolvimento do público, acima de qualquer outro fator.

Ainda que a maioria dos artistas declare que procura sempre dar o melhor espetáculo possível independentemente das características do público, não deixam de denotar que a reciprocidade interfere na qualidade da *performance*. Torgal (*Enblood* e *The Voynich Code*) dá conta da tendência atual, que evidencia o facto da atuação musical, por si só, não ser suficiente para determinar a satisfação dos participantes, sendo necessário criar toda uma experiência completa, cada vez mais sofisticada, nomeadamente no que se refere aos audiovisuais para que o espetáculo seja impactante. A facilidade de aceder à música, trazida pelo mundo digital, e como conta Matheus (*Vakan*), torna evidente a necessidade dos artistas se superarem em palco para conseguirem cativar o público além da música.

Estas emoções também são diferentes consoante os diversos momentos, segundo Rute Fevereiro, que afirma que antes do espetáculo sente ansiedade e stress devido a toda a logística necessária, mas durante as *performances* as emoções revelam-se contrárias, afirmando sentir-se descontraída e liberta. A vocalista e guitarrista explica, ainda, o que sente no âmbito da representação em palco, referindo que “É uma liberdade, é uma expressão criativa, é quase a encarnação de uma personagem que entra em mim... É uma expansão artística que eu sou (...)”. Muffy reforça este ponto de vista, confessando que se transforma em palco e consegue esquecer-se de tudo e sentir a música no momento.

4.2.3 Comportamento e ambiente em festivais de Heavy Metal

A grande maioria dos artistas entrevistados descreve o público do *Heavy Metal* como sendo contido, não violento, fiel, respeitoso e civilizado. Acreditam existir cada vez menos confusão e cada vez mais um espírito de união e companheirismo, o que leva à criação de uma atmosfera de convívio e alguma tranquilidade nos festivais. Consideram, ainda, que seja um ambiente seguro onde não se observam situações desconfortáveis, nomeadamente furtos, mesmo no campismo.

À semelhança dos participantes, foram enumerados alguns comportamentos considerados frequentes e característicos destes eventos, tais como *moshpit*, *circle pit*, *wall of death*, *headbanging*, *crowdsurfing* e *horns up*. Leo (*Rageful*) partilha a sua visão sobre o ambiente nestes eventos afirmando que “(...) é um bom ambiente, é muito raro, não é que não haja, mas é muito raro haver chatice, a malta percebe onde está o *mosh* e pronto...”.

Foram, ainda, registadas diferentes perspetivas sobre o público e as suas características e diferenças. Uma das diferenças apontadas tem a ver com o subgénero das bandas. Alguns artistas referiram que, no caso do *Black Metal*, como também referiram alguns participantes, o público acaba por ser mais sossegado, contrastando por completo com o público do *Death Metal*, em que o *moshpit* é, por vezes, visto até como indicador de satisfação. O *moshpit* é, assim, mais agressivo no *Death Metal*, e a sua intensidade varia, também, com a idade dos participantes, dado a que os mais jovens participam mais. Leo acredita que o *moshpit* no *Heavy Metal* nada tem a ver com o *mosh* observado noutros estilos musicais mais agressivos, “(...) porque andam só ali a correr e aos empurrões feitos totós e se alguém cai ou se aleija para tudo para ajudar, há uma grande ajuda e uma grande irmandade”.

No âmbito das idades, foram retiradas três perspetivas diferentes, embora acabem por se cruzar. Os *Rageful* afirmam que a maioria do público se encontra entre os 20 e os 60 anos de idade, existindo poucos adolescentes. Rute Fevereiro (*Enchantya* e *Black Widows*) acredita que as idades estejam compreendidas num intervalo mais curto, referindo que a maioria dos participantes está entre os 30 e os 50 e poucos anos de idade. Anson Clarke (*Acacia Ridge*) declara que a maioria do público que encontra é bastante jovem, entre os 18 e os 30 anos, e é composto essencialmente pelo sexo masculino. Ainda assim, a diversidade das bandas, como explicam alguns artistas, como Rute Fevereiro e Muffy (*Karbonsoul*), influencia a diversidade do público nos festivais, bem como a sua adesão aos eventos.

Muffy acrescenta que nota a diferença consoante a região do país, expondo que, no Norte e no Alentejo, o público é, normalmente, mais caloroso do que em Lisboa, descrito como mais fechado.

Lex Thunder (*Toxikull*) apresenta dois tipos de participantes em festivais, com base na sua perceção. Em primeiro lugar, aqueles que denomina por “*metaleiros* de fim de semana”, isto é, os participantes que conhecem, essencialmente, as bandas maiores e mais consensuais e que praticamente só aparecem em grandes eventos. Em segundo lugar, os participantes que vão frequentemente a concertos, que procuram conhecer novas bandas nos festivais sem se cingirem unicamente às que já conhecem e ouvem, e que apoiam as bandas *underground*. Na sua perspetiva, ambos são importantes para o sucesso dos eventos e para a própria existência e evolução do estilo.

As últimas diferenças registadas, são apontadas por Rui Duarte (*Ramp*), que por um lado corrobora aquilo que os participantes também afirmaram, que se prende com o facto de, atualmente, os comportamentos de violência serem cada vez menos relevantes, e que por outro revela que existe uma maior separação de tribos. Sobre a violência, declara que há alguns anos, o cenário era muito agressivo, e que essa agressividade já estava, também, intrínseca nos elementos de segurança, o que contribuía para uma maior facilidade em se desencadarem confrontos. Rui relata, inclusivamente, um episódio em que o próprio tomou uma atitude violenta para com os seguranças com o intuito de defender os fãs que, injustamente, sofriam com a agressividade da equipa. Quanto à separação de tribos, o artista confessa que cada vez mais as pessoas procuram categorizar as bandas, dividindo-se consoante essa categorização, algo com que não concorda, partilhando o ponto de vista da banda: “(...) essencialmente, somos amantes de música, acho que isso é o mais importante”.

Do mesmo modo que se questionou os participantes dos festivais sobre que atitudes e comportamentos das bandas mais os cativam, questionaram-se os artistas sobre de que forma procuram cativar o público. A maioria afirmou não ter, propriamente, uma estratégia, apostando na naturalidade e espontaneidade. Como revela Raquel (*Secret Chord*), as bandas procuram ir além de apenas um concerto e da componente musical, tendo por objetivo criar experiências memoráveis.

Ainda assim, foram apresentadas algumas estratégias para criar energia no público e influenciar o seu comportamento, nomeadamente no que se refere à construção da *setlist*, pensada para gerar certo tipo de emoções em determinados momentos. A par disto, alguns artistas, essencialmente os vocalistas, a quem, de forma geral, é atribuída uma maior responsabilidade neste aspeto, recorrem à interação com o público por meio do diálogo ou incentivando a alguns comportamentos, nomeadamente o *moshpit*. De qualquer forma, nem todas as bandas o fazem, mesmo as mais

agressivas, como é o caso dos *Rageful*, que optam por não pedir determinadas ações ao público, preferindo que o mesmo flua de acordo com o que sente. Rui Duarte acrescenta que procura, frequentemente, agitar o público por meio de provocações, com o objetivo de expor problemas sociais e criar um espaço de liberdade e de canalização de emoções durante as suas *performances*.

Mesmo quando as bandas não incentivam a determinados comportamentos, a sua presença em palco e a envolvimento a nível de elementos cénicos e apresentação, influenciam o comportamento e a atitude do público. Matheus (*Vakan*) dá o exemplo de um espaço no Brasil, onde são realizados vários concertos do género, em que toda a envolvente remete para a temática do terror, sendo esse um dos aspetos mais atrativos do espaço e uma das razões pelas quais é escolhido para espetáculos de *Heavy Metal* com tanta frequência.

4.2.4 Práticas turísticas associadas a festivais de Heavy Metal

Os artistas partilharam as suas experiências no que respeita à diversidade cultural dos fãs que encontram nos eventos em que tocam. Alguns dos artistas, que tocam fora de Portugal, afirmam encontrar muitos portugueses no estrangeiro, nomeadamente em Itália e Espanha, como conta Torgal (*Enblood* e *The Voynich Code*). Em Portugal, também é comum encontrar estrangeiros nos festivais do género. J.A. (*Decayed*) conta que já encontrou fãs noruegueses em Évora, Torgal encontrou fãs de várias nacionalidades no Moita *Metal Fest*. Luís Figueira (*Attick Demons* e *Gwydion*) e *Rageful* acrescentam que encontram fãs de várias partes do mundo por todo o país nos festivais nacionais.

Raquel (*Secret Chord*) acredita que a dimensão dos festivais influencia a adesão de turistas. Rui Duarte (*Ramp*) corrobora esta afirmação, afirmando que os festivais europeus, muitos deles de grande dimensão e com um grande trabalho de promoção, atraem muitas pessoas. Neste sentido, Muffy (*Karbonsoul*) e *Rageful* notam que, ainda que os festivais maiores em Portugal atraiam muitos estrangeiros, o mesmo não acontece nos eventos mais *underground*. Neste meio, Lex (*Toxikull*) admite encontrar fãs de todo o país. Ainda assim, existem exceções, tal como conta Muffy, que encontrou um casal do Reino Unido em Mangualde, que confessou ter marcado presença no evento mais cedo do que o previsto inicialmente com o objetivo de poder ver a sua banda ao vivo.

No panorama internacional, Mike Gaspar (*Seventh Storm* e ex-*Moonspell*), um artista de carreira internacional, conta que havia pessoas “(...) na Alemanha que as famílias viajavam pela Alemanha

para nos ver, não se importavam de apanhar um avião (...). E começamos a ver (...) pessoas que vinham da Europa, dos EUA...”. Chegou a encontrar fãs mexicanos em Oslo para os ver tocar. O baterista acrescenta que, no festival *70000 tons of Metal*, estiveram presentes cerca de duas a quatro mil pessoas de mais de cem países diferentes. Luís Figueira comenta que já encontrou fãs que haviam feito 300km de propósito para ver a sua banda. Isaac Delahaye (*Epica*) partilha que encontra frequentemente os mesmos fãs por vários festivais diferentes, o que prova que estes eventos movem as pessoas, que são geralmente muito fiéis ao género. O guitarrista afirma: “Os festivais definitivamente movem pessoas! Nós vemos os mesmos fãs a aparecer em diferentes festivais. Eles viajam juntos ou encontram-se nos festivais”.

Matheus (*Vakan*) acredita que existe um grande fluxo de brasileiros a viajar para a Europa para participar nos festivais de *Heavy Metal*. Anson Clarke (*Acacia Ridge*), que tem tocado pelo país de origem, Estados Unidos da América, tem encontrado fãs de todos os estados nos vários concertos e festivais em que toca. Em suma, existe um grande fluxo de fãs que viaja para estes eventos e que confere uma enorme diversidade ao público presente nos mesmos, ainda que essa diversidade possa depender muito, de acordo com Rui Duarte, dos cabeças de cartaz dos festivais.

No contexto nacional, segundo vários artistas, é inegável o impacto que estes eventos têm nas localidades onde ocorrem. Rui Duarte denota, até, que alguns festivais, como o *Vagos Metal Fest*, são apoiados pelas autarquias. “Com o passar do tempo, a comunidade percebe e aquilo é tão valorizado a nível cultural, (...), pelo turismo, que a própria comunidade percebe que aquelas pessoas são normais, simplesmente gostam daquele estilo, somos fiéis àquilo, mas somos respeitadores” (Muffy, *Karbonsoul*). Lex (*Toxikull*), Rui e Raquel acreditam que os festivais em pequenas localidades, que durante o ano registam pouco movimento, durante os dias dos eventos são muito dinamizadas a nível de alojamento, restauração, cultura e comércio, chegando mesmo à escassez ou esgotamento de produtos. “Já fui a festivais tanto em Portugal como lá fora, em vilazinhas pequenas, mas que depois na semana do festival aquilo está tudo esgotado” (Lex, *Toxikull*). Raquel acrescenta que, por vezes, existem produtos do próprio festival à venda.

No que se refere à experiência turística dos artistas nas localidades dos festivais, a maioria confessou nem sempre ter tempo para usufruir de atividades turísticas. Porém, quando têm essa possibilidade, oito dos artistas referiram procurar conhecer os locais onde tocam, viajando, por vezes, com a família. Seis deles garantem usufruir de restauração durante a sua estada nos locais dos eventos, e quatro referiram a hotelaria. Por vezes, em alternativa aos hotéis, surgem as pousadas. No que se

refere ao transporte, ainda que muitas vezes seja utilizado o autocarro, nomeadamente em *tour*, o avião também apresenta relevância.

Por fim, dois dos artistas nacionais, Rui Duarte e Mike Gaspar, acreditam que Portugal tem uma grande capacidade para ser palco de grandes festivais internacionais, se os esforços forem canalizados corretamente nesse sentido. Rui afirma que “temos características singulares que poderiam tornar isto num roteiro em termos de festivais musicais completamente alucinantes”. Mike acrescenta: “(...) Portugal sendo um país tão rico em cultura, com Sol, isto bem aproveitado era perfeito para as pessoas virem de todo o mundo ver um festival de metal (...)”.

V – Discussão de Resultados

5.1 Motivações para a participação em festivais de Heavy Metal

De acordo com Crompton e McKay (1997), Lee et al. (2002), Pegg e Patterson (2010) e Lawendowski e Besta (2020), os festivais de música são experiências completas, capazes de se traduzir em diferentes significados para quem deles usufrui, consoante as suas características, bem como dos próprios participantes. No caso dos festivais de *Heavy Metal*, os significados da experiência e as motivações que levam à participação nos eventos, constituem um vasto leque de opções. Se por um lado existem participantes a referir-se aos eventos como espaços para se sentirem seguros, confortáveis e livres de julgamentos, por outro existem participantes que vivem os festivais mais intensamente, admitindo atingir a felicidade plena durante a experiência e admitindo que a participação nestes eventos contribui ativamente para o seu bem-estar, como referiram os participantes do estudo.

Ainda que a música seja, geralmente, a principal motivação para a participação em festivais de *Heavy Metal*, a experiência global requer muito mais além desse elemento para atingir o sucesso. Honkanen e Luonila (2021) destacam esta questão, afirmando que os participantes procuram uma experiência composta por vários elementos, sendo a música o mais relevante. No caso do *Heavy Metal*, existe uma subcultura constituída por fãs muito leais ao género, que atribuem uma importância acrescida ao sentimento de pertença e ao sentido de comunidade, que está muito presente no ambiente destes eventos. Os autores destacam o relevo que as bandas têm para o público presente, cujas emoções podem mesmo intensificar-se mediante as *performances* e a forma como os artistas envolvem o público. As próprias bandas têm presente, cada vez mais, a noção de que a experiência do festival transcende a mera interpretação da música ao vivo, reunindo esforços para criar uma experiência memorável, com forte componente emocional.

As motivações para a participação em festivais de *Heavy Metal* identificadas pelos participantes entrevistados no âmbito desta investigação, vão ao encontro das categorias de motivações propostas por Bilimava (2014). A música foi a motivação mais referida pelos participantes, seguindo-se a socialização. A terceira categoria corresponde ao sentimento de liberdade, amplamente referido pelos entrevistados, bem como o escape e, por último, a viagem, que embora não seja a principal motivação dos participantes, representa uma parte importante para o usufruto da experiência como um todo.

No seguimento destas categorias, importa realçar a investigação de Viegas (2022) que, à semelhança do que se realizou no contexto da presente dissertação, entrevistou participantes de

festivais de *Heavy Metal*, com o intuito de identificar e compreender as características inerentes à subcultura. Chegou a uma conclusão semelhante à desta investigação, afirmando que a questão emocional representa uma parte importante das motivações dos participantes. Existem vários fatores que levam as pessoas a estes eventos, sendo que, além da música e da diversidade das bandas em palco e da socialização, que inclui tanto o convívio entre amigos, como entre pessoas que se conhecem no evento, há a destacar as emoções e sensações transmitidas pelas *performances* e respetivos elementos cénicos e audiovisuais, que muito contribuem para o sucesso do festival enquanto experiência autêntica e imersiva.

Entre essas sensações, importa frisar o sentido de comunidade e o sentimento de pertença, que muito definem a subcultura do *Heavy Metal* no contexto dos festivais. O sentido de comunidade expressa-se, principalmente, através do interesse comum e apoio coletivo por certas bandas (Barrière & Finkel, 2022) e partilha de ideias, valores e celebrações (Derret, 2003). Esta sensação é fulcral para os participantes em festivais de *Heavy Metal*, dado que, mesmo que gostem de outros estilos musicais, como o caso de alguns entrevistados desta investigação não procuram participar em eventos relacionados com outros géneros de música, uma vez que o ambiente vivido nos mesmos não lhes transmite o mesmo. Em alguns casos, este sentimento de pertença supera a questão da socialização, sendo possível encontrar participantes nestes festivais que não estão inseridos em nenhum grupo, indo, por vezes, sozinhos, com a certeza de que vão encontrar pessoas com as quais se identificam e um ambiente no qual se sentem bem.

No âmbito do bem-estar, é relevante realçar a questão emocional, que muito define a experiência dos fãs e artistas de *Heavy Metal* nos eventos do género, conforme é passível de se confirmar através das *word clouds* apresentadas nas figuras 2 e 4. Os *metalheads* registam, frequentemente, emoções como a paz, o empoderamento, confiança ou a alegria, emoções bastante positivas, durante a participação nos festivais, conforme concluído pelas entrevistas, e estudado por Perron-Brault et al. (2020), Olsen et al. (2022) e Viegas (2022). À semelhança destes estudos, esta investigação concluiu que as emoções mais sentidas aquando da experiência de um festival de *Heavy Metal*, pelos simpatizantes do género, são efetivamente muito positivas, destacando-se a felicidade e a liberdade, seguindo-se outros sentimentos como entusiasmo, bem-estar e tranquilidade.

Mesmo no que se refere aos subgéneros mais extremos, nomeadamente o *Black Metal*, caracterizado como sendo obscuro e intenso (Podoshen et al., 2018), as emoções refletem sentimentos positivos, resultantes da canalização de emoções negativas e do espaço para a autoexpressão que os

espetáculos do género proporcionam aos fãs. A liberdade para a partilha e demonstração de emoções negativas e obscuras, bem como a possibilidade de confrontar experiências negativas durante estas *performances*, são motivações fortes para a procura por festivais que incluam apresentações de bandas mais extremas.

As palavras mencionadas pelos entrevistados, registadas nas *word clouds* das figuras 2 e 4, apontam ainda para uma atmosfera de companheirismo e de descontração, contrastando com a violência que se associa ao género musical, mas indo ao encontro de estudos realizados, nomeadamente por Powell et al. (2022), que concluíram que a exposição ao *Heavy Metal* e a participação em eventos relacionados com o estilo não se traduzem em comportamentos tendencialmente agressivos e violentos na vida quotidiana, nem com consumos ilícitos ou problemas psicológicos, preconceitos dos quais estes fãs são, ainda hoje, alvo, como é possível concluir por alguns testemunhos das entrevistas.. Na verdade, segundo os autores, esta exposição gera emoções fortes e positivas, designadamente felicidade e descontração, conforme descrito pelos participantes entrevistados.

Segundo a investigação de Viegas (2022), as emoções sentidas nestes festivais são bastante intensas, incluindo euforia e êxtase. Além dessas expressões, a presente investigação reuniu outras, tais como delírio, usadas pelos participantes para descrever o que sentem durante os eventos. A intensidade emocional destas experiências pode ser comparada, por exemplo, às peregrinações a Fátima, como no caso de uma das participantes do estudo, que compara este lugar ligado ao culto e a sentimentos profundos, com a sua presença no festival *Wacken Open Air*, demonstrando o quão transcendente pode ser a presença num evento desta dimensão e ligado ao género. Collins-Kreiner (2015) expõe que as motivações para as peregrinações têm como focos, entre outros, o sentimento de união, bem como o desenvolvimento pessoal, o que se relaciona com os sentimentos descritos pela participante.

Os próprios artistas corroboram esta intensidade assente num variado leque de emoções que sentem e que procuram transmitir aos participantes, entre as quais energia, adrenalina, felicidade, diversão, poder ou descontração. Existe uma grande reciprocidade entre bandas e público, sendo que o sucesso do festival depende dessa relação e da forma como ocorre. A reação do público às *performances* é um fator determinante para medir a respetiva satisfação, e depende de outros fatores, entre os quais as questões audiovisuais, as características do público presente em determinada atuação, dada a grande diversidade de indivíduos dentro da subcultura, entre outros. Assim, tomando

por base o exposto pelos participantes das entrevistas desta investigação, e relacionando com o estudo de Viegas (2022), é possível confirmar que, além da música e da socialização, a procura pelas emoções intensas proporcionadas em exclusivo em ambiente de festival é uma motivação forte dos *metalheads*, tendo-se tornado um foco importante para os artistas, com o intuito de cativarem o público durante os concertos.

Ainda no âmbito dos audiovisuais, abordados por Viegas (2022), Mionel (2019) complementa que o seu papel na autenticidade da experiência é inegável. O autor destaca o papel dos audiovisuais na experiência simbólica da morte nos locais de *dark tourism*. Os efeitos de luz e som, bem como a inclusão de elementos cénicos nos locais de experiências de *dark tourism* são usados frequentemente como estratégia para atração de turistas, bem como para melhorar a própria experiência. Independentemente das temáticas das bandas de *Heavy Metal*, estas estratégias são, igualmente, utilizadas para maximizar o potencial do espetáculo, conforme descreve Torgal, baterista dos *Enblood* e *The Voynich Code*, procurando satisfazer um público cada vez mais exigente e que, por vezes, toma a decisão de participar em concertos e festivais também com base nas expectativas colocadas nos espetáculos e respetivas sensações transmitidas. Neste contexto, as encenações, elementos em palco e apresentação dos artistas também pesam bastante na atmosfera do evento e na atratividade aos olhos dos participantes.

5.2 Comportamentos em festivais de Heavy Metal

Sabendo que o consumo e a produção de eventos se dão de forma simultânea, é pertinente afirmar que o público é, sem dúvida, essencial para a realização e sucesso dos mesmos (Berkers & Michael, 2017). Quando se considera os festivais dedicados a um género de música específico, as características do público e respetivos comportamentos tendem a ser, de igual modo, mais específicos, o que leva a um maior sucesso global da experiência (Négrier, 2013, citado por Perron-Brault et al., 2020). No caso dos festivais de *Heavy Metal*, essa especialização pode ser mais profunda, existindo festivais dedicados a subgéneros específicos, com públicos muito característicos. Alguns entrevistados deram como exemplo os festivais dedicados ao *Black Metal*, onde apesar da intensidade e obscuridade das sonoridades, letras e *performances*, o público é geralmente mais calmo, e os festivais dedicados ao *Death Metal*, cujo público tende a ser mais agitado e onde são mais frequentes comportamentos como o *moshpit*.

Uma das concepções sociais criadas em torno da subcultura do *Heavy Metal* tem a ver com a violência e agressividade dos fãs. As conclusões desta investigação vão ao encontro das já expostas por Viegas (2022), associando este preconceito à conduta observada no início do género musical, atribuindo responsabilidade não apenas aos fãs e artistas, como às equipas de segurança que, à época, lidavam com estes públicos de forma tendencialmente agressiva. Nas décadas de 1970 a 1990, o vandalismo, a violência física e os confrontos com as autoridades eram frequentes em torno dos locais onde se realizavam espetáculos de música pesada, conforme contam alguns entrevistados que viveram essa época. Essa imagem permanece até aos dias de hoje, ainda que o cenário tenha mudado radicalmente. Segundo Honkanen e Luonila (2021) e Viegas (2022) o público destes eventos é, atualmente, descrito como civilizado e respeitador, apresentando um comportamento ordeiro e tranquilo, na sua generalidade. Esta mudança é confirmada pelos entrevistados de faixas etárias mais elevadas que participaram nesta investigação, tendo vivido essa mudança na primeira pessoa, bem como por alguns artistas, nomeadamente Rui Duarte, vocalista dos *Ramp*, que afirma que essa violência já está, há muito, ultrapassada tanto pelos fãs como pelas equipas de segurança.

Além da violência, existem outras concepções associadas aos *metalheads* que não refletem os seus valores e comportamentos, entre as quais as ligações com o Satanismo, o consumo excessivo de álcool e drogas, tendências de suicídio e anticristianismo (Campos, 2015; Rana, 2021). Alguns destes preconceitos foram já sentidos por alguns dos entrevistados. A simbologia usada, a estética dos espetáculos e das bandas e as letras das músicas, essencialmente em subgéneros mais extremos, são apontadas como possíveis razões para a permanência desses estigmas na sociedade, conforme expresso por alguns participantes e artistas.

Porém, estas ideias não correspondem à realidade. Existem *metalheads* associados à religião cristã, motivo pelo qual não procuram bandas mais extremas onde possa existir uma mensagem anticristo. Alguns indivíduos, ainda que não se assumam como crentes, partilham deste ponto de vista, admitindo que algumas bandas focam demasiado numa mensagem satânica, algo em que não se reveem. No entanto, tal como explicam alguns vocalistas e letristas, as letras das músicas são, muito frequentemente, metáforas que não representam, realmente, as crenças e os valores dos artistas e dos fãs. Consistem em mensagens ricas e atuais, ainda que possam utilizar temáticas obscuras como forma de expressão artística, como também estudado por Campos (2015) e Rana (2021).

Neste sentido, é compreensível o facto de muitas pessoas associarem a música pesada à violência, pelas sonoridades e temas abordados. Powell et al. (2022) estudou esse fenómeno

concluindo que a exposição à música com temas violentos não gera, necessariamente, comportamentos violentos, algo corroborado pelas entrevistas realizadas, em que nenhum participante ou artista manifestou levar a cabo ou observar com frequência, comportamentos agressivos. Os autores comparam o consumo deste tipo de música ao consumo de filmes de terror, à semelhança dos entrevistados que comparam os festivais de *Heavy Metal* às celebrações de *Halloween*, que não passam de encenações criadas para fins de entretenimento.

Posto isto, se estas concepções se revelassem verdadeiras, seria pertinente afirmar que os festivais de *Heavy Metal* consistem em eventos de grande violência e com uma atmosfera pesada e obscura. Porém, a realidade revela-se diferente, já que os participantes destes eventos descrevem o ambiente nos mesmos como tranquilo, amigável e de respeito (Viegas, 2022). A agressividade observada está associada a comportamentos como o *moshpit*, que por sua vez são voluntários e controlados, não existindo, em nenhum dos testemunhos, relatos de violência real durante esses fenômenos. O ambiente festivo e a atmosfera de companheirismo foram, igualmente, muito abordados, assim como o asseio, o respeito e o civismo característicos dos participantes.

Em subgêneros menos extremos, a intensidade destes comportamentos é, geralmente, mais controlada, a atmosfera é mais leve e as próprias *performances* são, normalmente, menos teatrais e definitivamente menos obscuras (Podoshen et al., 2018). Alguns dos entrevistados e artistas referiram que o *moshpit*, ainda que possa representar alguma desordem e violência controlada, apresenta-se como uma forma de demonstração de camaradagem e de respeito mútuo. Afirmam que existe uma enorme entreajuda e que são raros os casos em que alguém se magoa. Há, no entanto, participantes que não se identificam com este e outros comportamentos, tais como o *crowdsurfing*, e que admitem que a intensidade e frequência dos mesmos pode comprometer a experiência do festival. Além do subgênero tocado pela banda em palco, fatores como sexo e idade dos participantes podem influenciar a agressividade dos comportamentos.

Desta forma, é possível desmitificar o estigma relacionado com a associação do *Heavy Metal* ao comportamento tendencialmente violento, algo que tem vindo a ser estudado e que se tem verificado falso. O mesmo acontece em relação aos consumos, também muito associados a esta subcultura (Olsen et al., 2022). Ainda que o álcool possa representar um fator de desinibição e seja consumido pelos participantes durante os festivais, o seu consumo não é, de forma geral, excessivo nem origina situações de conflito, conforme testemunhos de alguns entrevistados. Não foram registados

testemunhos relativos aos consumos de droga, ainda que alguns entrevistados admitam ter sofrido com esse preconceito.

As bandas exercem uma enorme influência no comportamento do público durante os festivais, sendo elas próprias, parte integrante desta subcultura e partilhando os seus valores e linguagens (Weinstein, 2000, citada por Viegas, 2022). Rui Duarte (*Ramp*) assume uma postura de provocação e agitação social nos seus concertos, incentivando à libertação de emoções negativas dos fãs e respetiva consciencialização de problemas sociais. Além da atitude dos músicos, que no caso do *Black Metal*, por exemplo, costuma ser mais fria e distante, pelo que o público também se mantém mais sossegado, a diversidade das bandas em termos de subgéneros também influencia o público presente no festival, conforme indicam alguns artistas. O ambiente criado em palco e a envolvente em que ocorre o evento são, também, fatores que influenciam as reações do público e que, inclusive, tornam alguns *venues* mais propícios à realização de espetáculos do género.

O subgénero que tem sido alvo de mais estudos devido às suas particularidades é o *Black Metal*. Isto deve-se ao facto de ser mais extremo e de existirem bandas que realizam *performances* equiparadas a cultos, por vezes com ligações ao Satanismo, ainda que consistam, muitas delas, em meras encenações, e envolvendo elementos macabros e obscuros, nomeadamente sangue e partes de animais, em casos muito específicos (Podoshen et al., 2015). A violência deste subgénero está, essencialmente, presente nas letras e *performances*, e não no comportamento do público propriamente dito. Ainda que existam episódios de violência associados ao movimento do *Black Metal*, a maioria dos fãs não se revê nesse tipo de conduta, como explicam alguns entrevistados que se assumem como fãs de *Black Metal*. O mesmo acontece com as encenações de morte criadas por algumas bandas, existindo fãs que gostam dessa adrenalina e desse contacto com o obscuro, enquanto outros procuram afastar-se. É importante frisar que se tratam de encenações, com elementos simbólicos que remetem para as temáticas da morte, Satanismo e oculto, não sendo representativas dos valores e crenças da generalidade dos ouvintes (Viegas, 2022).

No âmbito dos comportamentos, é possível identificar alguns tipos de participantes, relacionando a forma como se comportam no contexto do evento com as suas motivações para essa participação. Fonseca e Ramos (2014), identificaram três tipologias de participantes: os *music lovers*, cuja principal motivação de participação nos festivais é a música, os *networkers*, que valorizam mais a socialização, e os *tourists*, que se focam nas atividades promovidas pelo festival e respetivas condições. Os dois

primeiros tipos vão ao encontro das principais motivações identificadas pelos entrevistados desta investigação.

Em complemento a estas tipologias, Li (2006) acrescenta outras quatro que, ainda que em medidas diferentes, podem ser enquadradas no âmbito da tipologia *music lovers* proposta por Fonseca e Ramos (2014). Há a referir os *enthusiasts*, que procuram o conjunto de toda a experiência do festival e valorizam a diversidade de bandas, *open to discoveries*, que valorizam mais a novidade, *looking for stars* que atribuem mais importância à música do que à socialização, mas não valorizam a diversidade musical, e *just for my bands* que valorizam concertos de bandas específicas. No seguimento desta última tipologia, o vocalista dos *Toxikull*, Lex Thunder, menciona dois tipos de participantes na sua perspetiva. Por um lado, existem os designados “metaleiros de fim-de-semana” que procuram apenas os eventos de maior renome e as bandas mais *mainstream*, e por outro os restantes fãs que participam em eventos *underground* e que se podem, de certa forma, incluir no grupo *open to discoveries*, uma vez que estão mais abertos a conhecer bandas novas e com pouca visibilidade.

As tipologias identificadas por Honkanen e Luonila (2021) vão ao encontro das restantes, destacando os participantes que procuram a maior proximidade possível com os palcos, podendo relacionar-se com os *music lovers*, tal como os participantes que manifestam maior apoio por um género de música específico, refletindo-se numa motivação mais abrangente mas semelhante à dos *just for my bands*, e por último os participantes que procuram os festivais por questões de socialização, enquadrando-se nos *networkers*. A grande maioria dos entrevistados identifica-se com a tipologia *music lovers*, sendo que os comportamentos dos *networkers* podem impactar negativamente na sua experiência. Alguns participantes referem esta questão, demonstrando que a incompatibilidade das motivações nos festivais pode representar um ponto negativo. De forma geral, os entrevistados também se enquadram na tipologia referida por Honkanen e Luonila (2021) referente aos participantes que simpatizam com um estilo específico, dado que alguns referiram gostar de outros géneros musicais, mas apenas procuram festivais de *Heavy Metal*.

Em suma, os comportamentos em festivais de *Heavy Metal* apontam para um espírito de companheirismo e de respeito entre participantes, ainda que a diversidade e heterogeneidade da subcultura lhes confira características e atitudes muito diversificadas e distintas. A violência que tantas vezes é atribuída a estes eventos, não reflete a realidade vivida nos mesmos, sendo possível encontrar situações mais extremas, agressivas e de delinquência com maior frequência em eventos de outros géneros, nomeadamente no *Rap* (Honkanen & Luonila, 2021). A participação frequente em

festivais, que caracteriza grande parte dos *metalheads*, resulta numa maior noção de saber-estar por parte dos participantes, quando comparados a fãs de outros estilos.

5.3 Práticas turísticas associadas à participação em festivais de Heavy Metal

Os eventos são fortes ferramentas de dinamização local e regional, aumentando a atratividade dos destinos, desenvolvendo diversos setores de atividade, criando centenas de empregos, entre outros benefícios (Ziakas, 2013). Os turistas procuram, cada vez mais, experiências completas que envolvam o campo emocional e que se tornem memoráveis pela sua autenticidade (Iványi & Bíró-Szigeti, 2020; Adesiji & Olanjumo, 2022). Os festivais de música são uma tipologia de eventos com cada vez mais procura por todo o mundo e os festivais de *Heavy Metal* não são exceção (Bilimava, 2014).

No caso específico dos festivais de música, são inúmeras as evidências do seu impacto no desenvolvimento económico, social, cultural e urbano dos locais onde ocorrem (Getz, 2010; Perron-Brault et al., 2020). O setor do alojamento é um dos mais beneficiados, sendo possível chegar a essa conclusão através das entrevistas realizadas, em que 60,00% dos entrevistados referiram optar por hotéis para opção de alojamento durante os festivais, e outros 20,00% preferem *hostels* ou pousadas, restando apenas 20,00% que optam por outras situações, nomeadamente campismo, aluguer de casa ou pernoita em casa de amigos ou familiares.

No caso dos festivais de *Heavy Metal* especificamente, a situação é semelhante à dos restantes no que se refere a estes impactes, principalmente quando se analisa os festivais de grande dimensão, que frequentemente têm lugar em localidades remotas e de pouca atividade durante o resto do ano, como no caso do *Wacken Open Air* e do *Hellfest* (Simão, 2014). As localidades procuram, muitas vezes, entrar no espírito do festival através da criação de produtos temáticos e decorações alusivas ao evento nos espaços comerciais, como no caso de *Wacken* e do *Ressurrection*. A envolvência da comunidade local na organização do evento representa uma maior probabilidade de sucesso e continuidade do mesmo (Bohn & Bernardi, 2022). Há países que apostam efetivamente neste nicho e os resultados são evidentemente positivos, como é passível de se observar na Finlândia (Gautam, 2020). O autor acrescenta que o destino atrai, anualmente, um grande fluxo de turistas que procuram festivais do género.

Muitos dos artistas entrevistados nesta investigação corroboram esta questão, admitindo encontrar fãs de diversos países nos festivais onde atuam, como contam Mike Gaspar, baterista dos *Seventh Storm* e ex-*Moonspell* e Luís Figueira, guitarrista dos *Attick Demons* e dos *Gwydion*. Alguns

artistas, designadamente, Isaac Delahaye, guitarrista da banda holandesa *Epica*, partilha que encontra frequentemente os mesmos fãs em diferentes festivais, notando que existe esse fluxo durante o verão, de grupos de turistas que procuram viajar para participar em eventos do género. Um exemplo será a entrevistada F7, que conta a sua experiência de *interrail* pela Europa, durante a qual participou em vários festivais de *Heavy Metal*. A maioria dos entrevistados apontou os eventos como principal motivação de viagem, seja para participar em festivais específicos de grande renome, como no caso de F3 em relação ao *Wacken Open Air*, seja para seguir as bandas de que gostam muito, como o exemplo de F5 que já viu *Amorphis* dez vezes em diferentes países, e F1 e F3 que seguiram *Death Angel* até Itália e Suíça.

No entanto, a participação no festival só por si não chega para satisfazer os turistas em pleno, sendo cada vez mais necessária a organização e promoção de uma experiência completa (Gautam, 2020), podendo equiparar-se a umas “miniférias”. Os participantes aproveitam, sempre que existe essa disponibilidade, para usufruir de experiências histórico-culturais, gastronómicas e de turismo de natureza durante a estada. Alguns participantes procuram produtos específicos relacionados com o género, essencialmente com o *Black Metal*, tendo como exemplo o caso da entrevistada F7, que se pode enquadrar como *blackpacker* (Podoshen et al., 2015), no contexto da sua experiência no festival *Inferno*, na Noruega, que conta, anualmente, com a presença de fãs de todo o mundo (Podoshen et al., 2013).

Assim, é pertinente concluir que o produto do *Heavy Metal* representa um grande potencial turístico, existindo diversas agências e operadores turísticos a apostar em produtos relacionados, como *tours temáticas*. No entanto, essa oferta ainda não é suficiente nem conta com uma promoção eficaz, uma vez que existem turistas que não usufruíram de uma experiência por não terem conhecimento das mesmas ou por não existir essa oferta no destino onde aconteceu o festival. Alguns entrevistados acreditam que uma maior aposta nestes produtos em Portugal, pode resultar num aumento da atratividade do destino, e numa maior captação de investimento para eventos do género e melhoria de infraestruturas. O mesmo ponto de vista é partilhado por alguns artistas, que demonstram acreditar no potencial de Portugal como destino turístico associado ao *Heavy Metal*, se existir uma real aposta nesse nicho.

Em rigor, já existem evidências que comprovam essa visão, tais como os milhares de participantes de diversas origens que todos os anos procuram festivais como o Vilar de Mouros (Lusa, 2023a), o *SonicBlast*, o *Vagos Metal Fest* (Lusa, 2023b) ou o SWR Barrocelas *Metalfest*. Segundo

alguns participantes, as localidades onde ocorrem os festivais de *Heavy Metal* em Portugal, nomeadamente Vagos, usufruem de um enorme dinamismo durante os dias dos eventos e a própria comunidade entra no espírito do festival, à semelhança do que acontece em *Wacken*, ainda que numa escala consideravelmente menor. Muitos artistas reconhecem a importância dos festivais para as localidades onde ocorrem e expressam que, de forma geral, as comunidades locais recebem bem os eventos e respetivos participantes, compreendendo que se trata de uma comunidade de fãs respeitadores e que trazem benefícios à região e aos negócios locais.

5.4 Relação entre os festivais de Heavy Metal e o Dark Tourism

Da mesma forma que as práticas e motivações de *dark tourism* são variadas e podem ser categorizadas em níveis de intensidade (Stone, 2006; Andreassen, 2021), também o mesmo se pode assumir em relação aos festivais de *Heavy Metal*. Entre as categorias de *dark tourism* apresentadas por Ivanova e Light (2017) há a destacar a presença em representações simbólicas da morte e a viagem com o intuito de observar atuações associadas à morte, dado que ambas as categorias se podem relacionar com os festivais de *Heavy Metal*, em especial, aqueles focados no *Black Metal*. É, por isso, pertinente compreender a relação entre estes festivais e o *dark tourism*, tomando por base os resultados obtidos através das entrevistas realizadas no âmbito desta investigação, bem como a informação obtida ao longo da revisão bibliográfica.

No que se refere às tipologias de oferta, Stone (2006) estabeleceu algumas designações, sendo que a de maior relevância para a presente investigação se denomina por *Dark Fun Factories*, que podem ser definidas como locais de entretenimento e com fins comerciais, como o caso dos festivais. Os próprios entrevistados comparam estes eventos a celebrações de *Halloween*, festividade relacionada com temas de terror e macabros, ou comparam a violência dos festivais com a que é observada em desportos de combate, referindo-se à mesma como mecanismo de canalização de emoções, não representando situações reais, mas permitindo que os participantes sintam essa atmosfera.

Como tem vindo a ser estudado, a morte não é, necessariamente, a principal motivação para a prática de *dark tourism*, tal como a violência e o contacto com a simbologia da morte não se revelam como principais motivações para a participação em festivais de *Heavy Metal*, ainda que esses elementos possam estar presentes na experiência. Belo e Gustavo (2023) expõem que o consumo de

experiências turísticas ligadas ao macabro e a temáticas associadas a termos como “assustador”, “dor”, “melancólico”, “morte”, “perigo”, “sinistro” ou “violência” têm, frequentemente, a procura de diversão e entretenimento como motivações por parte dos consumidores. Estes termos podem ser, também, associados às temáticas retratadas pelas bandas, utilizadas para transmitir mensagens que, por sua vez, transmitem emoções aos fãs. Algumas encenações durante as *performances*, principalmente nos subgêneros mais extremos, podem ser enquadradas no conceito de *spectacular death*, sugerido por Jacobsen (2016, citado por Stone, 2020), podendo ser equiparadas a rituais relacionados com a temática da morte e do macabro.

Um aspeto importante na experiência *dark* diz respeito à “*visual darkness*”, ou seja, a questão estética do lugar ou evento (Lv et al., 2022). Os entrevistados desta investigação mencionaram esta questão ao fazer referência à estética tanto dos palcos e dos artistas durante as *performances* como da própria imagem da banda, como no caso das capas dos CD’s. Esta percepção visual de *darkness* contribui para a intensificação de emoções durante a experiência, podendo intimidar quem não compreende ou não se identifica com a mesma. Essa *darkness* visual é, também, um ponto importante para o sentimento de pertença e para o estabelecimento de relações interpessoais, sendo que a importância atribuída a esta aumenta quando se consideram eventos ainda mais específicos, como os festivais góticos (Golz, 2022). Os festivais de *dark tourism*, segundo Golz (2022), têm como foco o entretenimento e podem relacionar-se com temáticas macabras e que causam emoções como o medo ou a sensação de perigo, sem envolverem, obrigatoriamente, a morte.

Nesse sentido, é importante considerar os requisitos propostos por Ashworth (2004, citado por Santos, 2020) para que um evento se torne num produto de *dark tourism* bem-sucedido. Esses requisitos são aplicáveis ao caso dos festivais de *Heavy Metal*. O autor defende que deve existir uma relação predador-vítima, sendo que esta dicotomia pode ser comparada à relação banda-audiência, em que é exercida influência mútua, mas um dos lados tem a responsabilidade de cativar, enquanto o outro tem o desejo de ser cativado. O segundo requisito dita que o predador deve exercer influência ou domínio sobre a vítima, o que vai ao encontro da ideia do requisito anterior, sendo evidente a influência que as bandas têm sobre a audiência destes festivais. O terceiro refere-se à atrocidade, isto é, que o ambiente mais obscuro se apresente como excepcional e incomum, o que vai ao encontro da autenticidade dos ambientes nestes festivais, que contrasta com o ambiente exterior ao evento e com a vida quotidiana dos participantes. Por fim, o evento deve ter as características necessárias para se tornar memorável, apresentando potencial para atrair novos consumidores, bem como repetentes, algo

muito característico nos festivais de *Heavy Metal*, que contam com a fidelidade dos fãs e se tornam memórias agradáveis para os mesmos, sendo esse um dos objetivos dos artistas.

No âmbito das motivações, existe um conjunto vasto para a prática de *dark tourism*, bem como para a participação em festivais de *Heavy Metal*. As emoções sentidas pelos consumidores representam, também, um leque vasto de possibilidades, desde emoções positivas a negativas (Cunha, 2022), o que também acontece com os festivais (Apêndice III). Entre as várias motivações referidas pelos entrevistados para a participação em festivais de *Heavy Metal*, a música foi a principal, seguindo-se a socialização. Outras motivações relevantes a referir são o escape, tanto do quotidiano como emocional, o ambiente do evento e o registo, em casos mais específicos.

Entre as principais motivações para a prática de *dark tourism* listadas por Santos (2020), há a destacar a novidade, algo que também motiva os participantes de festivais de *Heavy Metal* que procuram conhecer novas bandas e que se inserem no tipo de participantes *open to discoveries* (Li, 2006); a procura de elementos relacionados com a morte, assumindo que alguns fãs de *Black Metal* sentem que a sua experiência se torna mais autêntica se tiverem contacto com estes elementos, nomeadamente com o sangue, em *performances* de bandas como *Watain*; o lazer, que no fundo está presente na segunda motivação mais abordada pelos entrevistados, que é a socialização, sendo que o ambiente é descrito, por alguns entrevistados, como ambiente de festa e de convívio, que remete para o lazer; o escape, no âmbito da distração face aos problemas da vida quotidiana e a nível emocional, através da canalização de emoções; e o relaxamento, também referido pelos entrevistados como uma das emoções transmitidas pelos eventos, também expresso em expressões como “descontração” e “tranquilidade”, mais associado a atrações *light* (Stone, 2006).

Os benefícios da experiência de *dark tourism* reunidos por Kang et al. (2012) podem, também, ser associados à experiência nos festivais de *Heavy Metal*, principalmente o benefício de *meaningfulness* que se traduz em satisfação proveniente da sensação de escape. A violência, segundo Yan et al. (2017) também representa benefícios para os *metalheads*. Não sendo o principal foco de atratividade, a violência exposta durante as *performances* e praticada, ainda que de forma controlada, nos *moshpits*, funciona como mecanismo de canalização de emoções negativas, o que leva a um sentimento de satisfação resultante da experiência e do contacto com essa violência.

Esta violência está, por vezes, presente na própria música, ao nível de letras e sonoridades, o que se revela mais frequente em subgéneros mais extremos e, conseqüentemente, mais procurado por esses fãs (Olsen et al., 2022; Powell et al., 2022). As características da música extrema,

principalmente quando tocada ao vivo, abrem espaço para uma exteriorização de sentimentos mais obscuros. No entanto, segundo os autores e conforme também explicado por alguns artistas, tal não representa o comportamento e forma de estar dos *metalheads* no quotidiano, e as temáticas abordadas pelas bandas, nomeadamente o Satanismo (Podoshen et al., 2015), não representam os valores e crenças reais dos artistas. Algumas bandas promovem um contacto com a morte, cujo interesse por parte dos fãs se enquadra no conceito de *morbid curiosity* (Powell et al., 2022) por meio de encenações e representações alusivas à mesma.

De facto, é possível equiparar a experiência nos festivais de *Heavy Metal* a outras experiências imersivas de *dark tourism*, tendo como exemplos os teatros imersivos de terror (Belo, 2022), casas assombradas ou, como já referido e de acordo com alguns entrevistados, celebrações de *Halloween*. Estas experiências imersivas são mais intensas nos subgéneros mais extremos, em particular no caso do *Black Metal*, no caso de bandas específicas como *Watain* ou *Taake* que criam cenários de culto obscuros, complementados com a utilização de elementos alusivos à morte, como o sangue ou partes de animais, envolvendo a audiência de uma forma mais direta e violenta (Podoshen et al., 2015). São espetáculos mais chocantes e abjetos, apresentando-se como experiências multissensoriais (Podoshen et al., 2018). Sentimentos de liberdade e consciencialização do mundo em geral são, por vezes, resultados da experiência de festivais como o *Inferno*, na Noruega.

Algumas bandas extremas ficaram, também, associadas a atos violentos, nomeadamente incêndios de igrejas e assassinatos, acontecimentos que deram origem a lugares de *dark tourism*, procurados por *blackpackers*, ainda que estes não se identifiquem com os comportamentos das bandas (Skadiang, 2017). Uma dessas bandas são os *Mayhem*, envolvidos em várias polémicas macabras. Ainda assim, e apesar de atualmente serem raras as reproduções dos comportamentos levados a cabo por estas bandas no início do *Norwegian Black Metal*, há fãs que viajam para festivais de *Heavy Metal* que incluem, na sua experiência, lugares que marcaram a carreira destes artistas, como o caso do *Helvete* na Noruega, muito procurado pelos participantes do *Inferno*.

Posto isto, é possível enquadrar os festivais de *Heavy Metal* no espectro do *dark tourism*, assumindo que são eventos que podem ser classificados como *dark fun factories*, no âmbito das tipologias da oferta. Considerando o modelo *dark tourism spectrum* de Stone (2006), é pertinente incluir os festivais de *Heavy Metal* na categoria *Lightest*, o que se deve a cinco principais razões, passíveis de se concluir com a presente investigação. Em primeiro lugar, são eventos direcionados para o lazer e entretenimento, havendo frequentemente foco na socialização. Em segundo lugar, a

interpretação da experiência baseia-se num cenário simulado, criado com um propósito específico que se centra em despertar emoções nos participantes. As *performances*, ainda que possam transmitir emoções e sentimentos muito fortes aos participantes, são encenações levadas a cabo pelas bandas que, no fundo, por muito que gostem do que façam e se esforcem para proporcionar a melhor experiência possível aos fãs, faz parte das suas funções enquanto banda atuar em festivais e concertos, de modo a ganharem visibilidade e venderem os seus produtos. A terceira razão segue a linha da simulação, dado que os locais onde ocorrem os festivais são, normalmente, recintos improvisados para o espetáculo, não correspondendo a um local autêntico onde tenha ocorrido algum acontecimento histórico, como acontece, por exemplo, com *Auschwitz* ou o *Ground Zero*. Os festivais podem acontecer em qualquer local, sendo que toda a envolvência é, posteriormente, criada para corresponder à temática do evento.

A quarta razão relaciona-se com a questão do turismo, dado que o evento é um produto criado intencionalmente para atrair determinado nicho, apresentando-se como uma oferta propositada. Por último, a infraestrutura turística nos locais dos festivais, como também notado por alguns dos entrevistados, tende a ser desenvolvida com o intuito de atrair os participantes a levá-los a consumir produtos e serviços fora do evento, contribuindo para a dinamização das regiões.

Ainda que alguns autores defendam que os festivais de *dark tourism* se enquadram na categoria *Lighter* (Golz, 2022) por estarem associados à emoção, comemoração e se traduzirem num grande impacto emocional nos participantes (Mionel, 2020, citado por Lv et al., 2022), a presente investigação propõe uma distinção ligeiramente diferente. Pelas razões apresentadas, classifica-se os festivais de *Heavy Metal* mais generalistas, isto é, que incluem uma maior diversidade de subgéneros, na categoria *Lightest*. No entanto, assume-se que os festivais dedicados aos subgéneros mais extremos, designadamente o *Black* e o *Death Metal*, pelos comportamentos, temáticas e características descritos ao longo da investigação, possam ser enquadrados, indo ao encontro do proposto por estes autores, na categoria *Lighter*, uma vez que representam um contacto com temáticas e elementos mais macabros e abjetos. Assumem, por isso, um carácter mais extremo e com uma intensidade de *darkness* mais elevada, não deixando de ter, como foco, o entretenimento.

VI – Conclusão

A presente investigação tem como objetivo central o estudo das motivações, comportamentos e práticas turísticas dos participantes em festivais de *Heavy Metal*, de forma a contribuir para a promoção destes eventos em Portugal e potenciar a atratividade do país enquanto destino de experiências *dark* relacionadas com o género musical. A popularidade destes eventos tem crescido mundialmente, e em Portugal é possível contabilizar várias dezenas destes eventos, ainda que muitos não sejam eficazmente promovidos.

Atualmente, assiste-se à emergência de uma exigência cada vez maior no que respeita à autenticidade das experiências turísticas, havendo uma procura crescente por produtos, serviços e atividades que despertem emoções intensas (Iványi & Bíró-Szigeti, 2020; Adesiji & Olanjumoke, 2022). Neste sentido, torna-se cada vez mais importante inovar a oferta turística, criando ofertas especializadas para determinados nichos, que representam um grande potencial para o desenvolvimento turístico das regiões, sendo para isso necessária uma aposta forte e adequadamente planeada nos mesmos (Hall & Williams, 2020). No caso do *dark tourism*, existe uma multiplicidade de motivações que levam à sua prática, o que se reflete num leque vasto de possibilidades de experiências nesse âmbito (Podoshen, 2013).

Os festivais de música, de forma geral, são excelentes impulsionadores de turismo e de desenvolvimento regional (Getz, 2010). Os participantes em festivais de *Heavy Metal* consistem num desses nichos de turistas que procuram experiências distintas, sendo pertinente apostar nestes eventos como ferramentas de desenvolvimento turístico e cultural das localidades, verificando-se uma procura crescente por todo o mundo, essencialmente na Europa (Bilimava, 2014). As suas características, motivações e comportamentos tornam estes turistas num *target* estratégico no que se refere à criação de experiências *dark* atrativas nos destinos dos festivais, como forma de complementar a experiência do evento e aumentar a satisfação dos turistas.

No âmbito das características inerentes aos participantes em festivais de *Heavy Metal*, é passível de se concluir que existe uma subcultura com atributos muito próprios, tanto a nível estético como a nível comportamental. Existem pontos comuns à generalidade dos indivíduos desta subcultura, nomeadamente o valor emocional que atribuem aos festivais do género bem como à música em si, e a sua lealdade ao mesmo. Muitos destes indivíduos estão dispostos a viajar com o propósito de participarem em festivais, procurando usufruir de produtos e serviços turísticos nos destinos. Frequentemente procuram experiências que se relacionem com os festivais, mantendo viva a

atmosfera do evento dentro e fora do recinto, dado o bem-estar que esta lhes traz. A sua compatibilidade com o *dark tourism*, confere-lhes um potencial elevado, no que respeita ao seu desenvolvimento enquanto produto turístico competitivo, inovador e autêntico.

Ainda que sejam, ainda hoje, alvo de preconceitos que advêm dos primórdios da proliferação do género musical pelo mundo, e das condutas violentas e comportamentos socialmente imorais de alguns grupos associados aos subgéneros mais extremos, os participantes destes festivais são, de forma geral, respeitadores, civilizados e calmos. Não existem evidências que ditem que a exposição à música pesada gera agressividade no quotidiano, servindo, pelo contrário, como forma de canalização de emoções negativas, transmitindo tranquilidade aos ouvintes. Existe, no entanto, um código estético assente num visual tendencialmente obscuro que, por vezes, inclui elementos ligados ao Satanismo ou à morte, que ainda que sejam meramente simbólicos, podem contribuir para a manutenção dos preconceitos associados aos *metalheads* pela sociedade.

As motivações que levam à participação em festivais de *Heavy Metal*, à semelhança do que acontece com as motivações para a prática de *dark tourism*, são muito diversificadas e não podem ser generalizadas. Porém, existem duas motivações que se destacam: em primeiro lugar, a música, em segundo, a socialização, o que leva a concluir que o entretenimento, tal como ocorre com as experiências das categorias mais *light* do *dark tourism spectrum* (Stone, 2006), se assume como o principal foco dos participantes. Um variado leque de outras motivações foi registado ao longo da investigação, entre as quais o escape da vida quotidiana e dos problemas individuais e do mundo, a canalização de emoções negativas e a procura de felicidade e de liberdade para autoexpressão.

Nesse âmbito, foram listadas dezenas de emoções sentidas pelos participantes e artistas em festivais de *Heavy Metal*, transmitidas tanto pela música, como pela envolvência do festival. O ambiente do festival é outra das motivações para a participação, dado que em alguns casos existem participantes que gostam de outros géneros de música, mas não pretendem participar em eventos relacionados com os mesmos. Isto acontece porque as emoções transmitidas pelos festivais de *Heavy Metal* são autênticas e intensas, existindo uma procura por esses sentimentos específicos, e não havendo perspectivas, por parte dos participantes, de as encontrarem em eventos de outros estilos. O sentido de comunidade e o sentimento de pertença são, por isso, questões às quais é atribuída muita importância por parte dos *metalheads*. Assume-se, assim, que as questões emocionais estão na base das motivações dos participantes de festivais de *Heavy Metal*.

Ainda que alguns comportamentos durante os eventos possam transmitir a imagem de violência e caos, são raríssimos os registros de situações efetivamente violentas e que acarretam consequências físicas negativas para as pessoas presentes nos eventos, existindo um clima de respeito e companheirismo entre os participantes. Os *moshpits*, vistos como um dos comportamentos mais frequentes e característicos dos *metalheads* durante os festivais e concertos, mais não são do que um mecanismo de canalização de emoções negativas, que fazem parte da natureza humana. Nestes eventos, os participantes encontram um espaço seguro e livre de julgamentos, em que podem expressar essas emoções de diversas formas, exteriorizando-as de uma forma mais aberta do que o podem fazer no cotidiano, o que contribui para a intensificação das emoções sentidas nos eventos.

Em subgêneros mais extremos, como o *Black* e o *Death Metal*, a violência visual e comportamental é mais evidente. No caso do *Black Metal* é frequente encontrar elementos visuais mais obscuros e macabros, bem como *performances* mais impactantes do ponto de vista moral, em que são abordadas temáticas mais *dark*, como o Satanismo, o suicídio e a morte. No caso do *Death Metal*, a violência está mais associada à intensidade dos comportamentos como o *moshpit* que tende a ser mais agressivo, ainda que se mantenha o respeito mútuo entre participantes e não seja frequente o relato de situações efetivamente desconfortáveis entre indivíduos. Ainda assim, não deixam de ser encenações, complementadas com mensagens metafóricas e elementos simbólicos, não refletindo as crenças, valores e formas de estar dos participantes no seu dia-a-dia.

Posto isto, é pertinente concluir que estes festivais assumem características distintivas, quando comparados com festivais de outros gêneros musicais ou mais generalistas, sendo possível explorar as suas potencialidades enquanto produtos de *dark tourism*. No que se refere a festivais de *Heavy Metal* que abrangem uma multiplicidade de subgêneros, esta investigação demonstra que se podem inserir na categoria *Lightest* do espectro de Stone (2006). Já no caso dos festivais dedicados a subgêneros mais extremos, estes podem ser inseridos na categoria *Lighter*, uma vez que incluem elementos mais obscuros e representam um grau de violência simbólica maior. É importante, por isso, desenvolver uma oferta turística de nicho adaptada ao festival em particular que se realiza em determinada região, aumentando o seu potencial enquanto impulsionador de turismo.

No âmbito das práticas turísticas associadas à participação nestes eventos há a destacar o alojamento, dado que uma grande parte dos participantes prefere hotéis ou *hostels* em detrimento do campismo, que geralmente é usufruído por espectadores mais jovens, com menor poder de compra e cuja importância atribuída à socialização é maior. A experiência turística associada a estes festivais

caracteriza-se, frequentemente, pela procura por atividades turísticas culturais, de natureza ou relacionadas com o género musical durante o dia, e a participação no festival aquando do início das atuações, seja nas primeiras bandas, seja no início das atuações das bandas de que realmente gostam, dependendo do tipo de participante. A restauração é, também, um setor que ganha com a realização dos festivais, existindo uma procura considerável por estes estabelecimentos.

Em alguns destinos, nomeadamente a Noruega, onde a aposta no nicho do *Heavy Metal* é evidentemente maior, existem locais associados, principalmente, a subgéneros como o *Black Metal*, que atraem turistas e são vistos como locais de visita obrigatória durante a estada. Esta prática é comum aquando da participação no festival *Inferno*, que conta com uma grande afluência dos designados *blackpackers* (Podoshen et al., 2015).

No que se refere ao contributo teórico desta investigação, o tema trabalhado revela-se pioneiro em Portugal, no sentido em que, de acordo com a revisão bibliográfica e com as referências a que foi possível aceder, não existiam, ainda, estudos que analisassem os festivais de *Heavy Metal* à luz do *dark tourism spectrum* de Stone (2006). A investigação contribui, ainda, para o enriquecimento dos estudos sobre as motivações, emoções e comportamentos dos *metalheads*, bem como para a desmistificação de alguns preconceitos associados à subcultura.

Em termos de limitações verificadas ao longo da elaboração desta dissertação, há a destacar a falta de estudos sobre a temática do *Heavy Metal*, essencialmente em Portugal. Existem poucos dados sobre o impacto dos festivais do género em território nacional e internacional. As fontes são escassas e de difícil acesso, o que dificulta a pesquisa e comparação de resultados. Isto leva a que seja difícil inventariar todos os eventos do género e, por isso, torna-se impossível obter uma lista completa de todos os festivais de *Heavy Metal* no país, e respetivas características.

No âmbito das entrevistas, a pouca disponibilidade de tempo de alguns artistas levou a que estas tivessem de ser realizadas por *email*, não permitindo que se pudesse aceder, em pleno, às suas emoções. Teria sido preferível que todas as entrevistas se realizassem presencialmente, evitando falhas técnicas inerentes às plataformas digitais e ao uso da *Internet*, contribuindo, também, para uma maior qualidade dos resultados obtidos.

Sugere-se uma maior aposta na investigação desta subcultura enquanto nicho turístico de grande potencial, focando o estudo dos perfis de participantes e que experiências se podem tornar mais atrativas para cada grupo específico. O estudo das potencialidades turísticas das localidades em que existe oferta de *dark tourism*, de modo a compreender a viabilidade de se promover um festival de

Heavy Metal na região pode, também, resultar no desenvolvimento económico, cultural e turístico das localidades. É importante estudar, de forma aprofundada e específica, os comportamentos e motivações atuais destes indivíduos que, conforme concluído na presente dissertação, não podem ser comparados à realidade de há duas décadas. Da mesma forma que estes participantes evoluíram, mudaram os seus comportamentos e atribuíram novos significados à experiência do festival, o próprio setor do turismo também tem evoluído, sendo cada vez mais importante criar experiências multissensoriais e autênticas, direcionadas para nichos específicos.

Sugere-se também, um levantamento eficaz e respetiva divulgação de todos os festivais de *Heavy Metal* e respetivos impactes nas regiões em que ocorrem, em especial em Portugal. Esta informação pode ser essencial para que, conjugando com a oferta turística no local e experiências passíveis de se desenvolver com os recursos existentes, se possa atrair mais turistas no âmbito dos festivais e proporcionar-lhes experiências que satisfaçam as suas necessidades, essencialmente emocionais. Poderá ser importante proceder, de igual modo, ao levantamento dos dados relativos ao perfil dos participantes, nomeadamente idades, sexos, origens, motivações, entre outros fatores, de forma a compreender de que forma é possível especializar as experiências para cada grupo dentro do nicho. Para tal, será necessária a colaboração das organizações dos festivais, no sentido de poderem reunir esses dados e disponibilizá-los para futuras investigações e utilização para fins de promoção turística. Estudos que envolvam as próprias comunidades locais onde se realizam os festivais podem, também, contribuir para uma melhor compreensão dos impactes dos eventos para os habitantes e negócios locais, através da sua perceção e experiência face a estes eventos.

Para além destas sugestões ao nível da investigação, a presente dissertação leva à conclusão de que existe já alguma procura por experiências específicas, o que por sua vez leva à sugestão de aposta em determinados produtos e serviços turísticos. Entre essas sugestões, destaca-se a promoção de rotas de *dark tourism* no país, potenciando a multiplicidade de recursos associados a esta tipologia em Portugal, tanto a nível nacional como a nível regional. Para tal, será pertinente proceder ao levantamento não apenas dos festivais existentes em cada região, como aos produtos de *dark tourism* passíveis de se encontrar nas mesmas. O mesmo se pode aplicar aos próprios festivais, através da elaboração de um guia completo de todos os festivais de *Heavy Metal* que se realizam em Portugal, e que produtos e serviços relevantes são passíveis de se encontrar nos arredores no evento.

Numa perspetiva internacional, pode ser muito vantajoso para as regiões e para as próprias organizações dos festivais apostar em rotas de *interrail* pela Europa direcionadas para os participantes

em festivais de *Heavy Metal*. Também tomando por base a sugestão deixada pela entrevistada F1, pode ser interessante apostar na promoção de atividades turísticas no destino dos festivais e respetiva divulgação junto dos participantes, que se possam enquadrar na experiência de *dark tourism* e que se relacionem com as principais tipologias de turismo mencionadas pelos turistas, sendo elas o turismo cultural, o turismo de natureza e as atividades e visitas turísticas relacionadas com o género musical e com as bandas.

Por fim, importa salientar as contribuições desta investigação no panorama do *dark tourism* em Portugal e da promoção turística do país enquanto destino de eleição para o nicho do *Heavy Metal*. Esta dissertação visa contribuir para uma melhor compreensão das motivações e comportamentos dos participantes de festivais de *Heavy Metal* atualmente, bem como destacar as práticas turísticas associadas a este nicho. Pretende, ainda, contribuir para a associação entre o *dark tourism* e estes eventos, visando uma maior aposta em experiências que conjuguem as motivações dos turistas e que procurem satisfazer, de forma especializada e autêntica, as suas necessidades e desejos. Espera-se que esta investigação possa despoletar o interesse, por parte das agências e operadores turísticos, empresas de animação turística e investigadores nestes eventos, de forma que se tornem instrumentos cada vez mais importantes para a promoção turística do destino e para o desenvolvimento económico e cultural das comunidades locais.

Bibliografia

Adesiji, P. & Olajumoke, A. (2022). Attendees' motivation and emotional satisfaction of cultural festivals: a case study of Ojude Oba Festival, Ijebu-Ode, Nigeria. *International Journal of Cultural Management*, 1(1), 92-106. DOI: [10.1504/IJCULTM.2021.10044424](https://doi.org/10.1504/IJCULTM.2021.10044424)

Amplifest 2023: Turismo de Portugal (2023). Disponível em: <https://amplificasom.com/amplifest-2023-turismo-de-portugal/> [Obtido a 04/11/2023].

Andersen, M., Schjoedt, U., Price, H., Rosas, F., Scrivner, C. & Clasen, M. (2020). Playing with fear: a field study in recreational horror. *Psychological Science*, 31(12), 1497-1510. DOI: [10.1177/0956797620972116](https://doi.org/10.1177/0956797620972116)

André, I. (2017). *A experiência do consumidor em festivais de música de nicho*. (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Comunicação Social.

Andreassen, V. (2021). *Dark Tourism: what is it and why do tourists visit places of death and disaster?* (Dissertação de Mestrado). Norwegian School of Hotel Management.

Argon Events (s.d.). Disponível em: <https://www.argonevents.com/> [Obtido a 01/11/2023]

Attia, S. (2020). *In-depth Interviews* [vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=z8lc1tUctDI> [Obtido a 05/02/2023]

Barrière, L. & Finkel, R. (2022). The material culture of musical festival fandoms. *European Journal of Cultural Studies*, 25(2), 479-497. DOI: [10.1177/1367549420973211](https://doi.org/10.1177/1367549420973211)

Belo, M. (2022). *O potencial turístico das experiências de teatro imersivo de terror em Portugal* (Tese de Doutoramento). Universidade de Lisboa.

Belo, M. & Gustavo, N. (2023). Managing positive and negative emotions in dark tourism: implications from dark immersive theatre experiences. *Journal of Tourism & Development*, 41, 231-245. DOI: [10.34624/rtd.v41i0.30234](https://doi.org/10.34624/rtd.v41i0.30234)

Berkers, P. & Michael, J. (2017). Just what is it that makes today's music festivals so appealing?. In: Koudstaal, P. (ed.). *Music brings us together: Music & Art festivals*. Den Haag: Uitgeverij Komma, 98-115.

Benur, A. & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224. DOI: [10.1016/j.tourman.2015.02.005](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005)

Bilimava, D. (2014). *Heavy Metal Subculture: Metal music festivals and their meanings for visitors* (Dissertação de Mestrado). Wageningen Ur.

Biran, A, Poria, Y. & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 820-841. DOI: [10.1016/j.annals.2010.12.001](https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.001)

Blešić, I., Pivac, T., Stamenković, I., Besermenji, S. & Marković, S. (2014). Investigation of visitor motivation of the Exit Music Festival (the Republic of Serbia). *Journal of Tourism – studies and research in tourism*, 18(18), 8-15.

Bloom, T. (2000). Morbid Tourism – a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift*, 54(1), 29-36. DOI: [10.1080/002919500423564](https://doi.org/10.1080/002919500423564)

Bohn, D. & Bernardi, C. (2022). Celebrating 30 years louder than hell: exploring commercial and social “Host Event Zone” developments of the heavy metal festival Wacken Open Air. *Annals of Leisure Research*, 25(1), 116-137. DOI: [10.1080/11745398.2020.1825972](https://doi.org/10.1080/11745398.2020.1825972)

Bowman, M. & Pezzullo, P. (2010). What’s so “Dark” about “Dark Tourism”? Death, tours and performance. *Tourism Studies*, 9(3), 187-202. DOI: [10.1177/1468797610382699](https://doi.org/10.1177/1468797610382699)

Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4^{ed.}). Oxford: Oxford University Press Inc., New York.

Caetano, M (2022). Há cada vez mais festivais de música em Portugal: este ano serão quase 300. *CNN Portugal*, 22/07/2022. Disponível em: <https://cnnportugal.iol.pt/festivais-de-musica/festivais-de-verao/ha-cada-vez-mais-mais-festivais-de-musica-de-portugal-este-ano-serao-quase-300/20220722/62d808370cf2f9a86eae1da6> [Obtido a 04/11/2023].

Caminha Município (2023). Festivaleiros de todo o mundo reunidos em Âncora para o Sonic Blast Festival 2023. *Caminha Município*, 09/08/2023. Disponível em: https://www.cm-caminha.pt/pages/1281?news_id=3001 [Obtido a 04/11/2023].

Campos, A. (2015). *A Fisionomia do Heavy Metal: A Expressão Facial da Emoção em Contexto de Concerto* (Tese de Doutoramento). Universidade Fernando Pessoa.

Charusalaipong, P. (2022). *Staging, Experiences and Outcomes in Dark Tourism Settings* (Dissertação de Mestrado). University of Strathclyde Business School.

- Coelho, J. (2015). Developing tourism locally through a heavy metal music festival: an attempt to maximize resources and tourist services in Viana do Castelo. In: Guerra, P. & Moreira, T. (eds). *Keep it Simple, Make it Fast! An Approach to Underground Music Scenes*. Porto: Universidade do Porto, pp. 477-485.
- Collins-Kreiner, N. (2015). Dark Tourism as/is pilgrimage. *Current Issues in Tourism*, 19, 1185-1189. DOI: [10.1080/13683500.2015.1078299](https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1078299)
- Concerts-Metal (s.d). Disponível em: <https://en.concerts-metal.com/> [obtido a 05/10/2023]
- Crompton, J. & McKay, S. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439. DOI: [10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
- Cunha, M. (2022). Experiências Turísticas em Dark Tourism (Dissertação de Mestrado). Instituto Politécnico de Viseu.
- Çakici, A. & Yilmaz, B. (2017). Clustering Participants based on their motivations for attending 2013 Mersin International Music Festival within the scope of event tourism. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(4), 683-704. DOI: [10.16953/deusosbil.281952](https://doi.org/10.16953/deusosbil.281952)
- Dark-Tourism (s.d). Disponível em: <https://www.dark-tourism.com/index.php> [obtido a 11/10/2023]
- Derret, R. (2003). Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. *Event Management*, 8, 49-58. DOI: [10.3727/152599503108751694](https://doi.org/10.3727/152599503108751694)
- Dico (2013). *A Breve História do Metal Português*. Portugal: A Causa das Regras.
- Dico (2017). *A Portuguese Rock and Metal Route – The Underground Guide*. Portugal: Dico.
- Encyclopaedia Metallum: The Metal Archives (s.d.). Disponível em: <https://www.metal-archives.com/label/country/c/PT> [obtido a 28/10/2023]
- Farrier, D. 2018, *Dark Tourist*, Documentário, Netflix, Nova Zelândia.
- Festivais (2023). *Festivais 2023*. Disponível em: <https://www.festivais.pt/Festivais.html> [Obtido a 05/10/2023]
- Fonseca, A., Seabra, C. & Silva, C. (2016). Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites. *Journal of Tourism Research and Hospitality*, S2-002. DOI: [10.4172/2324-8807.S2-002](https://doi.org/10.4172/2324-8807.S2-002)

Fonseca, J. & Ramos, R. (2014). Segmenting and profiling the Portuguese festivalgoers through the most ancient form of music retailing: the Music Festivals. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(4), 271-297. DOI: [10.1080/15470148.2014.961668](https://doi.org/10.1080/15470148.2014.961668)

Fried, C. (2003). Stereotypes of Music Fans: are Rap and Heavy Metal fans a danger to themselves or others?. *Journal of Media Psychology*, 8(3).

Full Metal Holiday (2023). Disponível em: <https://www.full-metal-holiday.com/en/> [Obtido a 01/11/2023]

Gautam, A. (2020). *Heavy Metal and festivalization as a driving force behind finnish tourism growth*. (Dissertação de Mestrado). Centria University of Applied Sciences.

Getz, D. (2008). Event Tourism: definition, evolution and research. *Tourism Management*, 29, 403-428. DOI: [10.1016/j.tourman.2007.07.017](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017)

Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1-47. DOI: [10.1108/17852951011029298](https://doi.org/10.1108/17852951011029298)

Golz, L. (2022). Co-creation of Experiences at Dark Tourism Festivals. In: *Proceedings of the 5th International Conference on Tourism Research*. Irlanda: Technological University of the Shannon.

Hall, M. & Williams, A. (2020). *Tourism and Innovation* (2^a ed.). Oxon e New York: Routledge.

Han, K. (2022). Research on innovation path of dark tourism based on micro-niche market. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 6(18), 1-4. DOI: [10.25236/AJHSS.2023.061801](https://doi.org/10.25236/AJHSS.2023.061801)

Herbst, J. & Mynett, M. (2022). What is “heavy” in metal? A netnographic analysis of online forums for metal musicians and producers. *Popular Music Society*, 45(5), 633-653. DOI: [10.1080/03007766.2022.2114155](https://doi.org/10.1080/03007766.2022.2114155)

Honkanen, M. & Luonila, M. (2021). Frequent music festival attendance: festival fandom and career development. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(2), 128-147. DOI: [10.1108/ijefm-08-2020-0050](https://doi.org/10.1108/ijefm-08-2020-0050)

INE-Instituto Nacional de Estatística (2020). *Estatísticas da Cultura 2019*. Lisboa: INE.

- Ivanova P. & Light, D. (2017). “It’s not that we like death or anything”: exploring the motivations and experiences of visitors to a lighter dark tourism attraction. *Journal of Heritage Tourism*, 13(4), 1-14. DOI: [10.1080/1743873X.2017.1371181](https://doi.org/10.1080/1743873X.2017.1371181)
- Iványi, T. & Bíró-Szigeti, S. (2020). Understanding internal connections of music festivals’ experience dimensions. *Tourism and Hospitality Management*, 26(2), 437-454. DOI: [10.20867/thm.26.2.9](https://doi.org/10.20867/thm.26.2.9)
- Joaquim, G. (2015). Os viajantes e o turismo: Narrativas, modos de vida e representações sociais. (Tese de Doutorado). Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa.
- Joaquim, G., Santos, E. & Belo, M. (2019). Dark tourism, experiência turística e autenticidades: Notas para o seu desenvolvimento na AML. In: *Tourfly – Inovação e Futuro: Contributos para o desenho da oferta turística na AML*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, pp. 97-120. ISBN: 978-989-99955-5-0.
- Kang, E., Scott, N., Lee, T. & Ballantyne, R. (2012). Benefits of visiting a “Dark Tourism” site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33, 257-265. DOI: [10.1016/j.tourman.2011.03.004](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.004)
- Kim, K., Uysal, M. & Chen, J. (2002). Festival visitor motivation from the organizers’ points of view. *Event Management*, 7(2), 127-134. DOI: [10.3727/152599501108751533](https://doi.org/10.3727/152599501108751533)
- Krohn, B. (2012). Social Motivations for attending in event tourism. In: *Athens Tourism Symposium*. Atenas: Indiana University-Purdue University Indianapolis.
- Kruger, M. & Saayman, M. (2012). Show me the band and I will show you the market. *Journal of Convention & Event Tourism*, 13, 250-269. DOI: [10.1080/15470148.2012.728973](https://doi.org/10.1080/15470148.2012.728973)
- Lawendowski, R. & Besta, T. (2020). Is participation in music festivals a self-expansion opportunity? Identity, self-perception, and the importance of music’s functions. *Musicae Scientiae*, 24(2), 206-226. DOI: [10.1177/1029864918792593](https://doi.org/10.1177/1029864918792593)
- Lee, C., Lee, Y. & Wicks, B. (2002). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25, 61-70. DOI: [10.1016/S0261-5177\(03\)00060-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00060-8)

Li, X. & Petrick, J. (2006). A Review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9(4), 239-245. DOI: [10.3727/152599506776771526](https://doi.org/10.3727/152599506776771526)

Life's Metal Tours (2023). Disponível em: <https://lifismetaltours.com/> [Obtido a 01/11/2023]

Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301. DOI: [10.1016/j.tourman.2017.01.011](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.011)

London Rock Tours (s.d.). Disponível em: <https://www.londonrocktour.com/> [Obtido a 01/11/2023]

Loureiro, I., Santos, C., Campinho, S. & Sousa, B. (2021). Compreendendo as motivações-experiências turísticas e o uso de marketing no dark tourism. *Latin American Journal of Business Management*, 12(1), 74-84.

Lusa (2023a). Festival Vilar de Mouros recebeu 70 mil pessoas e volta com quatro dias em 2024. *Alto Minho TV*, 27/08/2023. Disponível em: <https://www.altominho.tv/site/2023/08/27/festival-vilar-de-mouros-recebeu-70-mil-pessoas-e-volta-com-quatro-dias-em-2024/> [Obtido a 04/11/2023].

Lusa (2023b). Vagos Metal Fest aposta também no hardcore e hard rock para atrair mais visitantes. *Jornal Público*, 02/08/2023. Disponível em: <https://www.publico.pt/2023/08/02/culturaipilon/noticia/vagos-metal-fest-aposta-tambem-hardcore-hard-rock-atrair-visitantes-2058963> [Obtido a 04/11/2023].

Lv, X., Luo, H., Xu, S., Sun, J., Lu, R. & Hu, Y. (2022). Dark Tourism spectrum: Visual expression of dark experience. *Tourism Management*, 93. DOI: [10.1016/j.tourman.2022.104580](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104580)

Madden, D. (2019). Dark Tourism: Are These the World's Most Macabre Tourist Attractions?. *Forbes*. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/duncanmadden/2019/09/25/dark-tourism-eight-of-the-worlds-most-gruesome-tourist-attractions/>

McGehee, N. (2012). Interview techniques. In: Dwyer, L, Gill, A. & Neelu, S. (eds.) *Handbook of Research Methods in Tourism Quantitative and Qualitative Approaches*, 365-376.

Metal Imperium (2023). Disponível em: <http://www.metalimperium.com/2019/11/agenda.html> [obtido a 05/10/2023]

Metal Underground (s.d.). Disponível em: <https://www.metalunderground.pt/viewforum.php?f=34> [Obtido a 05/10/2023]

- Mionel, V. (2019). Dark Tourism and Thanatourism: Distinct tourism typologies or simply analytical tools?. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 67(4), 423-437.
- Nakamura, S. (2009). *Heavy Metal, alienação e crítica na cultura de massa* (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo.
- Oliveira, A. (2015). *Laurus Nobilis Music Familiarção: impacto do evento na região de influência* (Relatório de Estágio). Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.
- Olsen, K., Terry, J. & Thompson, W. (2022). Psychological risks and benefits of exposure to heavy metal music with aggressive themes: Current theory and evidence. *Current Psychology* . DOI: [10.1007/s12144-022-03108-9](https://doi.org/10.1007/s12144-022-03108-9)
- Pegg, S. & Patterson, I. (2010). Rethinking music festivals as a stage event: Gaining insights from understanding visitor motivations and the experiences they seek. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 85-99. DOI: [10.1080/15470141003758035](https://doi.org/10.1080/15470141003758035)
- Perron-Brault, A., Grandpré, F., Legoux, R. & Dantas, D. (2020). Popular music festivals: An examination of the relationship between festival programs and attendee motivations. *Tourism Management Perspectives*, 34(1). DOI: [10.1016/j.tmp.2020.100670](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100670)
- Podoshen, J. (2013). Dark Tourism motivations: Simulation, emotional contagion and topographic comparison. *Tourism Management*, 35, 263-271. DOI: [10.1016/j.tourman.2012.08.002](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.002)
- Podoshen, J., Venkatesh, V. & Jin, Z. (2014). Theoretical reflections on dystopian consumer culture: Black Metal. *Marketing Theory*, 14(2), 207-227. DOI: [10.1177/1470593114523446](https://doi.org/10.1177/1470593114523446)
- Podoshen, J., Venkatesh, V., Wallin, J., Andrzejewski, S. & Jin, Z. (2015). Dystopian dark tourism: An exploratory examination. *Tourism Management*, 51, 316-328. DOI: [10.1016/j.tourman.2015.05.002](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.002)
- Podoshen, J., Yan, G., Andrzejewski, S., Wallin, J. & Venkatesh, V. (2018). Dark Tourism, abjection and blood: A festival context. *Tourism Management*, 64, 346-356. DOI: [10.1016/j.tourman.2017.09.003](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.003)
- Portugal, P., Correia, A. & Águas, P. (2021). Decisions on participation in music festivals: an exploratory research in Portugal. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(2), 164-181. DOI: [10.1108/IJEFM-07-2021-0059](https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2021-0059)

- Powell, M., Olsen, K. & Thompson, W. (2022). Morbid curiosity for music containing violent themes. *Personality and Individual Differences*, 197. DOI: [10.1016/j.paid.2022.111797](https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111797)
- Rana, R. (2021). *Heavy Metal: A Musical Subculture and Literature* (Dissertação de Mestrado). Tribhuvan University.
- Robb, E. (2009). Violence and Recreation: Vacationing in the Realm of Dark Tourism. *Anthropology and Humanism*, 34, 51-60. DOI: [10.1111/j.1548-1409.2009.01023.x](https://doi.org/10.1111/j.1548-1409.2009.01023.x)
- Robinson, N. (2015). *Dark Tourism Motivations: An investigation into motivations of visitors to sites associated with dark tourism* (Tese de Doutoramento). University of Salford.
- Rock Rio Febras (s.d.). Disponível em: <https://rockriofebras.pt/sobre/> [Obtido a 04/11/2023].
- Rojek, C. (1993). *Ways of escape: modern transformations of leisure and travel* (Tese de Doutoramento). University of Glasgow.
- Romão, J. (2020). Variety, smart specialization and tourism competitiveness. *Sustainability*, 12(14). DOI: [10.3390/su12145765](https://doi.org/10.3390/su12145765)
- Saarijärvi, M. & Bratt, E. (2021). When face-to-face interviews are not possible: tips and tricks for video, telephone, online chat and email interviews in qualitative research. *European Journal of Cardiovascular Nursing*, 20, 392-396. DOI: [10.1093/eurjcn/zvab038](https://doi.org/10.1093/eurjcn/zvab038)
- Santos, M. (2020). *Motivações para a prática de Dark Tourism: uma análise às dimensões da experiência* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro.
- Scott, D. (1995). A Comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals. *Festival Management & Event Tourism*, 3(3), 121-128.
- Sharpley, R. (2005). Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of Dark Tourism. In: Ryan, C. et al (eds). *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*. Oxford: Elsevier, pp 217-228.
- Siddique, M. (2019). *Dark Tourism: an ethical dilemma* (Dissertação de Mestrado). Universitetet i Stavanger.
- Silva, H. (2010). *A comunidade metálica portuguesa no ciberespaço: da comunidade física à comunidade online* (Dissertação de Mestrado). Universidade Nova de Lisboa.

- Simão, P. (2014). Heavy metal as a new tourism trend? A theoretical analysis of the tourism-heavy metal relationship. *Universidade de Aveiro*
- Skadiang, J. (2017). *True Black Metal: Authenticity, Nostalgia and Transgression in the Black Metal Scene* (Dissertação de Mestrado). University of Sydney.
- Skeech, M. (2022). *The Biology of Heavy Metal: Evolutionary links between science and culture* (Tese de Doutoramento). University of Salford.
- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145-160.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: a critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3). DOI: [10.1108/IJCTHR-06-2013-0039](https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2013-0039)
- Stone, P. (2020). Dark Tourism and “spectacular death”: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 83(2). DOI: [10.1016/j.annals.2019.102826](https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102826)
- Viegas, N. (2022). *Identidades e culturas no mundo do Metal: 40 anos e Metálico: um estudo sociológico a partir da situação portuguesa* (Dissertação de Mestrado). Universidade do Algarve.
- Vieira, A. (2023). *Novos modelos de negócio em turismo: estudo de perceção sobre o Dark Tourism em Portugal por parte dos operadores turísticos* (Dissertação de Mestrado). Universidade do Minho.
- Visit Oslo: Tips for backpackers (s.d.). Disponível em: <https://www.visitoslo.com/en/articles/5-tips-for-blackpackers/> [Obtido a 01/11/2023]
- Walter, T (2009). Dark Tourism: mediating between the dead and the living. In: Sharpley, R. & Stone, P. (eds.) *Darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, 39-55.
- World of Metal (2023). Disponível em: <https://worldofmetalmag.com/category/cartaz/> [Obtido a 05/10/2023]
- Yan, G., Kloeppe, M. & Li, X. (2017). Producing Extreme Metal Festivals: An analysis from Lacan’s gaze. *Tourism Management*, 59, 579-589. DOI: [10.1016/j.tourman.2016.09.014](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.014)
- Yourope (2023). Disponível em: <https://yourope.org/> [Obtido a 01/11/2023]

Ziakas, V. & Boukas, N. (2013). Extracting meanings of event tourist experiences: A phenomenological exploration of Limassol carnival. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 94-107. DOI: [10.1016/j.jdmm.2013.02.002](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.02.002)

Lista de Apêndices

| | |
|---|-----|
| Apêndice I. Guião de entrevista aos participantes | II |
| Apêndice II. Guião de entrevista aos artistas | IV |
| Apêndice III. Lista de emoções e sentimentos referidos pelos participantes | VI |
| Apêndice IV. Lista de emoções e sentimentos referidos pelos artistas..... | VII |

Apêndice I. Guião de entrevista aos participantes

Bom dia/tarde/noite ...

Obrigada desde já por aceitar colaborar nesta investigação, no âmbito do mestrado em Gestão Estratégica de Eventos na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, que tem como objetivo estudar as motivações, comportamentos e práticas turísticas em festivais de Heavy Metal, que são eventos que eu sei que frequenta. Vou fazer algumas questões sobre a sua relação com o estilo musical e com os festivais, emoções, motivações e sobre a importância que estes festivais têm para si. Esteja à vontade para falar e contar tudo o que tenha experienciado nos contextos de que vamos falar. Antes de começarmos, gostava de pedir a sua autorização para gravar o áudio desta entrevista para futuramente poder analisar no contexto da dissertação...

Obrigada.

Q1: Para começar, então, quando e porque é que gosta de ouvir Heavy Metal? Qual(ais) o(s) seu(s) subgénero(s) preferido(s) e banda(s) preferidas?

Q2: Lembra-se do primeiro festival de Heavy Metal que foi? Como foi? Com quem foi? O que é que gostou mais?

Q3: Qual foi o concerto ou festival que mais o marcou e porquê?

Q4: Referiu (...motivos referidos na Q3...). São esses os motivos que o levam a participar nos festivais de Heavy Metal geralmente? Ou existem outras razões? Quer partilhar um pouco sobre isto? *É apenas pela música, é a companhia, a atmosfera do evento? O que é que o atrai mais a participar nestes eventos?*

Q5: O que sente durante um festival de Heavy Metal? *Que emoções sente, sente-as na mesma medida ao longo do evento, sente as mesmas emoções em relação a quando ouve este estilo musical fora do contexto do festival?*

Q6: Como descreveria o ambiente nos festivais onde participa? E o público e respetivos comportamentos?

Q7: Como é que as bandas conseguem puxar por si? Que interações é que mais gosta com as bandas durante os festivais? *Por exemplo, nota que o público reage de maneira diferente face a determinadas ações dos artistas?*

Q8: Diria que a sua forma de estar muda muito em contexto de festival, face aos contextos quotidianos da sua vida social? Considera que existe maior liberdade de autoexpressão nos festivais de Heavy Metal? *Sente-se mais livre, mais à vontade para adotar algum tipo de comportamento, para se vestir de determinada forma? Ou não existe esse contraste?*

(adaptar questões 9 e 9.1 consoante resposta à Q2 e Q3)

Q9: *Por aquilo que me tem descrito, os festivais de metal são, de facto, eventos de que gosta muito e que lhe transmitem muitas emoções. Existem muitos festivais de renome espalhados por todo o mundo, inclusivamente na Europa e no nosso país. Viajou ou viajaria para fora do seu local de residência habitual com o principal objetivo de participar num festival de metal?*

Q9.1: Se já viajou para fora do seu local de residência habitual para participar num festival de Heavy Metal, como foi a sua experiência? Adquiriu ou usufruiu de produtos e serviços turísticos (tais como alojamento, restauração, atividades de animação turística)?

Q10: *(contextualizar de acordo com a resposta à pergunta anterior...)* Quando participa nestes festivais, tem por hábito interagir com as comunidades locais? Como é que se dá essa interação? *Frequentam restaurantes locais, ficam hospedados em alojamentos no local ou apenas no festival? Conversam com os habitantes? Já recebeu esse feedback diretamente? Viu ou ouviu algum comentário sobre essa questão por parte de residentes? Sente que as percepções das comunidades correspondem à realidade dos eventos em questão e dos seus participantes?*

Q11: *(agradecer participação, rematar com pergunta descontraída)* Se tivesse que definir os festivais de Heavy Metal em três palavras, que palavras utilizaria para descrever esses eventos?

Desligar gravador

Q12: Tem algum contacto de participantes em festivais de Heavy Metal que possam estar disponíveis para colaborar nesta investigação?

Apêndice II. Guião de entrevista aos artistas

Bom dia/tarde/noite ...

Obrigada desde já por aceitar colaborar nesta investigação, no âmbito do mestrado em Gestão Estratégica de Eventos na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, que tem como objetivo estudar as motivações, comportamentos e práticas turísticas em festivais de Heavy Metal, que são eventos que eu sei que frequenta e onde atua, com (...nome(s) da(s) banda(s)...). Vou fazer algumas questões sobre a sua relação com o estilo musical e com os festivais, emoções, motivações e sobre a importância que estes festivais têm para si e para a sua carreira, bem como as suas intenções em relação às reações do público. Esteja à vontade para falar e contar tudo o que tenha experienciado nos contextos de que vamos falar.

GRAVADAS: Antes de começarmos, gostava de pedir a sua autorização para gravar o áudio desta entrevista para futuramente poder analisar no contexto da dissertação...

ESCRITAS: Gostaria, de antemão, solicitar a sua autorização para utilizar os resultados desta entrevista escrita para fins académicos.

Obrigada.

Q1 Para começar, e agradecendo novamente a disponibilidade, sabemos que existe alguma ambiguidade na categorização das bandas dentro dos subgéneros *do metal*. Por isso, nada mais fidedigno do que perguntar aos próprios artistas... Em que subgénero(s) de Heavy Metal classifica a(s) banda(s) da(s) qual(is) faz parte e como o(s) caracteriza?

Q2: Lembra-se do primeiro contacto com o Heavy Metal? Como foi? Porquê seguir uma carreira no Heavy Metal?

Q3: Para além da própria sonoridade e das *performances*, os próprios temas retratados nas músicas diferem entre bandas e entre subgéneros. Na sua perspetiva, qual(is) o(s) assunto(s) mais retratado(s) na sua música?

Q4: Que emoções sente principalmente durante as performances em festivais? *Diferem de acordo com os temas tocados, com as próprias reações do público, são geralmente constantes?...*

Q5: *Sabemos que o público nos festivais de HM é bem diversificado e com características muito próprias...* Da perspectiva de artista e performer, como caracteriza o público e respetivos comportamentos dos festivais onde atua?

Q6: Acredito que as bandas terão um papel importante e que de alguma forma influenciam o comportamento do público. Que comportamentos esperam do público durante a performance e de que forma os tentam influenciar? Que emoções pretendem gerar no público?

Q7: Um outro tópico importante nesta investigação é compreender a importância destes festivais para o turismo e os seus impactes no setor... É comum encontrar fãs de países ou de localidades muito diferentes no mesmo festival? Sente que o seu trabalho move realmente as pessoas?

Q8: Quando se encontra em digressão, adquire ou usufrui de produtos e serviços turísticos no local, como sejam alojamento, restauração, atividades turísticas...? Interage com a comunidade? Conte-me um pouco sobre a sua experiência.

Q9: *(agradecer participação e rematar com pergunta descontraída)* Se tivesse de definir as performances em festivais de Heavy Metal em três palavras, que palavras utilizaria para descrever esses eventos?

Pedir autorização para usar nome da banda/artistas

Apêndice III. Lista de emoções e sentimentos referidos pelos participantes

| Lista de emoções e sentimentos referidos pelos participantes | |
|--|---------------------------------|
| Liberdade (46,7%) | Felicidade (40%) |
| Entusiasmo (33,3%) | Tranquilidade (20%) |
| Ansiedade/ nervosismo (20%) | Alegria (20%) |
| Lágrimas/ Emoção (20%) | Brutal (20%) |
| Bem-estar (20%) | Diversão (20%) |
| Contentamento (13,3%) | Conforto (13,3%) |
| Reciprocidade (13,3%) | Descontração (13,3%) |
| Pertença/ comunidade (13,3%) | Euforia (13,3%) |
| Energia (13,3%) | Intensidade (13,3%) |
| Adrenalina (13,3%) | Espetacular (13,3%) |
| Nostalgia (13,3%) | Rebeldia (13,3%) |
| Segurança (6,7%) | Confiança (6,7%) |
| Sintonia (6,7%) | Agressividade controlada (6,7%) |
| Orgulho (6,7%) | Animação (6,7%) |
| Refrescante (6,7%) | Paixão (6,7%) |
| Escape (6,7%) | Paz (6,7%) |
| Avassalador (6,7%) | Entrega (6,7%) |
| Gozo (6,7%) | Delírio (6,7%) |
| Lindo (6,7%) | Impressionante (6,7%) |
| Êxtase (6,7%) | Maravilhoso (6,7%) |
| Épico (6,7%) | Satisfação (6,7%) |
| Gratificante (6,7%) | Fabuloso (6,7%) |
| Poderoso (6,7%) | Monstruoso (6,7%) |
| Explosivo (6,7%) | Fantástico (6,7%) |
| Alívio (6,7%) | Desinibição (6,7%) |
| Incrível (6,7%) | Prazer (6,7%) |

Apêndice IV. Lista de emoções e sentimentos referidos pelos artistas

| Lista de emoções e sentimentos referidos pelos artistas | |
|---|------------------------------|
| Energia (77%) | Diversão (69,2%) |
| Felicidade (38,5%) | Intensidade (30,8%) |
| Adrenalina (30,8%) | Sintonia (30,8%) |
| Poder (23,1%) | Liberdade/Libertação (23,1%) |
| Descontração (23,1%) | Emoção/lágrimas (23,1%) |
| Raiva (15,4%) | Reciprocidade (15,4%) |
| Agressividade (15,4%) | Alegria (15,4%) |
| Empatia (7,7%) | Recompensa (7,7%) |
| Relaxamento (7,7%) | Transe (7,7%) |
| Empolgação (7,7%) | Catártico (7,7%) |
| Cumplicidade (7,7%) | Euforia (7,7%) |
| Paixão (7,7%) | Êxtase (7,7%) |
| Confiança (7,7%) | Amor (7,7%) |
| Rebeldia (7,7%) | Ansiedade (7,7%) |
| Emoções positivas (7,7%) | Paz (7,7%) |
| Naturalidade (7,7%) | Triunfo (7,7%) |
| Melancolia (7,7%) | Realização (7,7%) |