

**Estética, identidad cultural y medios de masas:
Portugal en el Festival de Eurovisión y el diseño
de “Lisboa 2018”**

José Luis Panea
Universidad de Castilla-La Mancha

Sofia Vieira Lopes
Universidade Nova de Lisboa

Estética, identidad cultural y medios de masas: Portugal en el Festival de Eurovisión y el diseño de “Lisboa 2018”¹

Aesthetics, cultural identity and mass media: Portugal in the Eurovision Song Contest and the ‘Lisbon 2018’ design

José Luis Panea

Universidad de Castilla-La Mancha
josel.panea@uclm.es

Sofia Vieira Lopes

Universidade Nova de Lisboa
sofiavieiralopes@gmail.com

Fecha de recepción: 12 de septiembre de 2020

Fecha de aceptación: 29 de julio de 2021

Resumen

En tanto concurso de naciones representadas por canciones, el Festival de Eurovisión establece contaminaciones continuadas entre ambos términos que exponen las complejidades de la producción de identidad cultural a través del espectáculo. Debido a su longevidad y audiencia internacional, analizaremos el certamen desde un marco interdisciplinar que transita la Estética, los Estudios Culturales, la Antropología y la Etnomusicología para poner en valor el diseño del concurso en tanto mecanismo identitario, centrándonos en uno de los países participantes, Portugal. Su poco exitosa pero larga trayectoria (50 años de participaciones, desde 1964) y su aclamada victoria en 2017 ilustran la historia del país a través de sus canciones en una narrativa que expone las máximas teleológicas y mesiánicas de nuestro neoliberalismo espectacular como la perseverancia, el resultado o la recompensa final. Concluiremos así con un análisis de la consecuente celebración del Festival en Lisboa en 2018 desentrañando sus dimensiones estéticas, culturales y mediáticas.

1 Este artículo es resultado de la estancia realizada por el Dr. José Luis Panea en el ICNOVA Instituto de Comunicação da Nova (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa), posible a través de la “Convocatoria de estancias en universidades y centros de investigación en el extranjero para el año 2019 (D.O.C.M. nº 240, de 11 de diciembre de 2018) en el ámbito del Plan Propio de Investigación (Universidad de Castilla-La Mancha)”. En ella trabajó junto a la doctoranda Sofia Vieira Lopes, integrante del Instituto de Etnomusicologia – Centro de Estudos em Música e Dança (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa) cuya investigación es así mismo financiada por la “FCT Ref.: SFRH/BD/103718/2014, Projecto EcoMusic: Práticas sustentáveis: um estudo sobre o pós-folclorismo em Portugal no século XXI”.

Palabras clave: Estética; Identidad cultural; Medios de masas; Festival de Eurovisión; Portugal; Espectáculo

Abstract

As a ‘nation’ competition represented by ‘songs’, The Eurovision Song Contest establishes continuous contaminations between both terms, which expose the complexities of the production of cultural identity through the spectacle. Due to its longevity and international audience, we will analyse it from an interdisciplinary frame (Aesthetics, Cultural Studies, Anthropology and Ethnomusicology) to value the image and design of the Contest as an identity machinery, focusing on one of the participating countries, Portugal. Its unsuccessful but long trajectory (50 years of participation, since 1964) and its overwhelming victory in 2017 illustrate the history of the country through its songs in a narrative that exposes the maxims of this spectacular society of prospective and messianic roots: that of perseverance and final reward. We will conclude with an analysis of the consequent celebration of the contest in Lisbon in 2018 unravelling its aesthetic, cultural and medial dimensions.

Keywords: Aesthetics; Cultural identity; Mass media; Eurovision Song Contest; Portugal; Spectacle

1. INTRODUCCIÓN: LA IDENTIDAD CULTURAL Y SU *PUESTA EN ESCENA*

La cuestión de la “identidad cultural” (Baumann, 2001, p. 33), desde los debates posmodernos, ha sido un problema central que numerosos autores han analizado a través de los mecanismos de poder y su naturalización por parte de instituciones, industrias culturales y medios de masas (Foucault, 2001, p. 425) en tanto generadores de opinión (Bourdieu, 1997) y, consecuentemente, de posiciones identitarias (Hall, 2011; García Canclini, 2004). Posiciones que, en un mundo globalizado, dialogan con la otredad a través de una operación conflictiva de traducción y transferencia que expone la performatividad y el poder del lenguaje a la hora de crear imaginarios (Mulvey, 1988).

Muchas de estas cuestiones estaban presentes en teóricos como Frantz Fanon, Edward Said, Gayatri Spivak o Homi K. Bhabha. Del mismo modo, en 1983 Benedict Anderson en su libro *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo* apuntaba a la anticipación propia del imaginar, al predisponer al Uno ante su Alteridad. Ya desde la difusión de la imprenta, afirmaba, la lectura daría un carácter ubicuo a las producciones simbólicas, propiciando una mirada de proyecciones acerca de las *culturas otras* (Anderson, 2006, p. 73), colonizando a su vez los imaginarios (Said, 1990; Fanon, 2009). Aquí es donde la televisión adquiere su relevancia al introducirse en los hogares de millones de

personas diariamente (Bourdieu, 1997, p. 64), integrando la “diferencia” (2010, p. 221) e impactando de manera cada vez más inmediata y precipitada en los modos de comunicarnos, sobre todo junto al auge de Internet (Deller, 2011).

Dicho esto, uno de los fenómenos subyacentes al ámbito del espectáculo, tal y como Theodor W. Adorno o Guy Debord afirmaran, sería la estetización del Otro, que Andre Gingrich elaborará en términos de “moralización” (2004), o que Stuart Hall calificará como “Espectáculo del Otro” en tanto el concepto de “diferencia” es fundamental para la “producción de sentido” (Hall, 2011, p. 68). Así, para “producirse” a sí misma –para su *reconstrucción simbólica*– la Europa de Posguerra apostó desde 1956 por un evento que alentase dicha diferencia integrando identidad cultural, nacionalidad, música y cooperación: el Festival de Eurovisión. Como los investigadores expertos en la materia Alf Björnberg (2007), Mari Pajala (2007), Paul Jordan (2014) o Dean Vuletic (2018) han trazado, este ha ilustrado las transformaciones de la idea de Europa y Europeidad a través del espectáculo en su deseo de ser imaginada y representada.

En este sentido, la cultura del espectáculo se caracterizaría por propiciar efímeras “comunidades de guardarropa”, escribe Zygmunt Bauman, que “nacen al ser invocadas (...) de forma fantasmal, al colgar nuestros problemas individuales, como hacen los aficionados al teatro con sus abrigo, en una habitación” (2005, p. 71). De este modo, dentro de los llamados *media events* (Bolin, 2012), los *mega-eventos* (Roche, 2000, p. 6) actúan como una arena en la que dichas “comunidades de guardarropa” se citan, donde la identidad es negociada, puesta a prueba a través del entretenimiento, y dada la relación entre nación y pericia o resultado (bien sea ganar la medalla olímpica, bien interpretar la mejor canción), suscita una reflexión acerca de qué entendemos por “representación”. Según Maurice Roche, estos *mega-eventos* resultan significativos para la creación de la “historia de un país, de un pueblo, de una nación” (2000, p. 6) a través de la imagen como puesta de largo ante la audiencia internacional, combinando “tradicición”, “comunidad” y a la vez “progreso” o “destino” (p. 6).

Emerge aquí desde los Estudios Culturales el papel de la mirada y cómo esta es politizada al poner en tela de juicio el deseo en tanto necesidad de agenciarse un objeto distante, pero solo por el tiempo que dura la retransmisión. Tanto la idea de propiedad como de pertenencia a una comunidad engarzan de este modo con lo visual, lo cual “se debate y se transforma como un lugar siempre desafiante de interacción social y definición” (Mirzoeff, 2003, p. 21), un lugar “en el que se crean y discuten los significados” (p. 24). Así, los *mega-eventos* podrían tanto estetizar la diplomacia o la cooperación (Dayan y Katz, 1992) como unir a las naciones como en Olimpiadas, Mundiales de Fútbol o Expos en tanto “cultivo de interés masivo” en la “cultura deportiva” (Roche, 2000, p. 6) y donde las identidades subalternas han encontrado un espacio de enunciación, incluso un “éxito notorio” (Hall, 2011, p. 71).

2. PORTUGAL EN EUROVISIÓN

En tanto concurso, al igual que los eventos deportivos, Eurovisión tiene una “dimensión competitiva”, como recoge el investigador Irving Wolther (2012, p. 170), al regirse por unas reglas que aportan legitimidad a las distintas participaciones procurándoles valor numérico (Fenn *et al.*, 2005). Una de las más emblemáticas es la del reparto de las puntuaciones (Haan, Dijkstra y Dijkstra, 2005), consistente en una escala de afinidades en las que los países otorgan los puntos al resto de contrincantes (del 1 al 7 consecutivamente, y después 8, 10 y 12 puntos) pero nunca a ellos mismos (Jordan, 2014, pp. 58-59).

En cuanto a la diplomacia que este sistema promueve, como en su análisis de los patrones de votación han explorado Ginsburgh y Noury acerca del voto diáspora (2005, p. 10), las cadenas de televisión públicas de los estados participantes tradicionalmente han dado mayores puntuaciones a las potencias dominantes en política internacional (Vuletic, 2018, p. 71), pero también a nivel cultural e incluso turístico, revelando las fisuras de la concordia inicialmente promovida (Yair, 2019, p. 13). El sociólogo Gad Yair incluso habla de Eurovisión como una traducción cultural del ideal europeo ilustrado en referencia a los valores que fomenta y su insistencia en “escribir la historia” (p. 13), de ahí la pertinencia del término “narrativa” aplicado a este fenómeno.

En este sentido, en Eurovisión Portugal resulta un participante récord. Es uno de los más discretos en cuanto a puntuaciones, teoría que concuerda con lo apuntado, acorde a su constantemente aislada posición geo-estratégica en Europa. Solo comparte una frontera terrestre, esto es, solo un vecino susceptible de otorgarle sus mejores puntos (Pinto Teixeira y Stokes, 2013), a excepción de Francia, país aliado histórico y cultural con una considerable diáspora lusa (Spierdijk y Vellekoop, 2006, p. 2). La televisión que concursa bajo dichos colores, la RTP (Rádio e Televisão de Portugal) es una de las que, sin embargo, más veces ha participado (52), desde 1964 hasta hoy, con solo cinco ausencias (Mangorrinha, 2015, p. 61), destacando las de 2013 y 2016 por motivos económicos (Vuletic, 2018, p. 184, Rico, 2015). Sus clasificaciones han sido pobres, alcanzando un Top 10 en diez de cincuenta y una ocasiones, y siendo su mayor éxito sólo un sexto puesto en 1996 antes de la arrolladora victoria de Salvador Sobral veinte años después, en 2017 (Fig. 1).

Año	Intérprete	Canción	Puesto
No participó entre 1956 y 1963			
1964	António Calvário	<i>Oração</i>	16/16
1965	Simone de Oliveira	<i>Sol de inverno</i>	14/18
1966	Madalena Iglésias	<i>Ele e ela</i>	13/18
1967	Eduardo Nascimento	<i>O vento mudou</i>	12/17
1968	Carlos Mendes	<i>Verão</i>	11/17
1969	Simone de Oliveira	<i>Desfolhada portuguesa</i>	15/16
No participó en 1970			
1971	Tonicha	<i>Menina do Alto da Serra</i>	09/18
1972	Carlos Mendes	<i>A festa da vida</i>	07/18
1973	Fernando Tordo	<i>Tourada</i>	10/17
1974	Paulo de Carvalho	<i>E depois do adeus</i>	14/17
1975	Duarte Mendes	<i>Madrugada</i>	16/19
1976	Carlos do Carmo	<i>Uma flor de verde pinho</i>	12/18
1977	Os Amigos	<i>Portugal no coração</i>	14/18
1978	Gemini	<i>Dai-li-dou</i>	17/20
1979	Manuela Bravo	<i>Sobe, sobe, balão sobe</i>	09/19
1980	José Cid	<i>Um grande, grande amor</i>	07/19
1981	Carlos Paião	<i>Play-back</i>	19/20
1982	Doce	<i>Bem-bom</i>	13/18
1983	Armando Gama	<i>Esta balada que te dou</i>	13/20
1984	Maria Guinot	<i>Silêncio e tanta gente</i>	11/19
1985	Adelaide Ferreira	<i>Penso em ti, eu sei</i>	18/19
1986	Dora	<i>Não sejas mau p'ra mim</i>	14/20
1987	Nevada	<i>Neste barco à vela</i>	18/22
1988	Dora	<i>Voltarei</i>	18/21
1989	Da Vinci	<i>Conquistador</i>	16/22
1990	Nucha	<i>Há sempre alguém</i>	20/22
1991	Dulce Pontes	<i>Lusitana paixão</i>	08/22
1992	Dina	<i>Amor d'água fresca</i>	17/23
1993	Anabela	<i>A cidade até ser dia</i>	10/25
No participó en 2000			
2001	MTM	<i>Só sei ser feliz assim</i>	17/23
No participó en 2002			
2003	Rita Guerra	<i>Deixa-me sonhar</i>	22/26
2004	Sofia Vitória	<i>Foi magia</i>	
2005	2B	<i>Amar</i>	
2006	Nonstop	<i>Coisas de nada</i>	
2007	Sabrina	<i>Dança comigo</i>	
2008	Vânia Fernandes	<i>Senhora do mar</i>	13/25
2009	Flor-de-Lis	<i>Todas as ruas do amor</i>	15/25
2010	Filipa Azevedo	<i>Há dias assim</i>	18/25
2011	Homens da luta	<i>A luta é alegria</i>	
2012	Filipa Sousa	<i>Vida minha</i>	
No participó en 2013			
2014	Suzy	<i>Quero Ser Tua</i>	
2015	Leonor Andrade	<i>Há um mar que nos separa</i>	
No participó en 2016			
2017	Salvador Sobral	<i>Amar pelos dois</i>	01/26
2018	Cláudia Pascoal	<i>O jardim</i>	26/26
2019	Conan Osiris	<i>Telemóveis</i>	

Leyenda:
 Fondo rojo: la canción se posicionó en la mitad baja de la tabla
 Fondo amarillo: la canción se posicionó en la mitad alta de la tabla
 Fondo gris: Portugal no participó o la canción no pasó de la semifinal (Las semifinales comenzaron en 2004)
 No hay información del 2020 porque el Festival de 2020 ha sido cancelado

Figura 1. Tabla con los resultados de las candidaturas portuguesas.

Fuente: Elaboración propia a partir de EUROVISION.TV. Disponible en: <https://eurovision.tv/country/portugal>

Para poner en perspectiva estos datos destacamos que todos los países participantes de aquella primera ola (años cincuenta y sesenta) ya habían ganado al menos una vez hacia los setenta. Solo se rezagarían Bélgica, que consiguió el oro en 1986 y Yugoslavia, en 1989 (Andjelic, 2015, p. 98). Durante mucho tiempo Portugal y Finlandia compartieron el récord de mayor número de años participando sin ganar (Pajala, 2007, p. 73) hasta que este segundo lo hizo en 2006 con la banda de *hard-rock* Lordi –caracterizados irónicamente de monstruos y alabando en su canción al “Arrockalipse” haciendo de su marginalidad una crítica al pop imperante (p. 82)–. Esto nos conduce a pensar en la relación entre aprobación, fracaso y perseverancia, pues “el potencial afectivo que Eurovisión ha adquirido a lo largo de las décadas es un símbolo del reconocimiento europeo” (p. 82). Por ello obtener puntos implica, siguiendo a Bourdieu, un importante “capital simbólico” (2010, pp. 37-39).

Aunque acerca del Festival hay una creciente bibliografía, destacando especialmente el reciente volumen de Kalman, Wellings y Jacotine (2019), en cuanto a la relación entre Portugal y Eurovisión encontramos pocas referencias (Pinto Teixeira y Stokes, 2013; Mangorrinha, 2015; Mangorrinha y Callixto, 2018; Galopim, 2017; Cardão 2014, 2018, 2019; Lopes 2016, 2017a, 2017b). Además, todas ellas se centran en aspectos políticos de las candidaturas en detrimento de los musicales (Carvalho Silva y Marques Costa, 2018). Por ello, dado que las reglas del programa no permiten temas explícitamente políticos y limitan la duración de todas las canciones a tres minutos, lo más sugerente es cómo estas, en letras y melodías, juegan con dicho límite. Cabe destacar que desde 1964 hasta 1974 Portugal y desde 1961 hasta 1975 España –que debutó tres años antes– eran las únicas dictaduras participantes en Eurovisión, motivo de crítica e incluso boicot (Pinto Teixeira y Stokes, 2013, p. 224). No obstante, “aunque al igual que España, Portugal también era una dictadura durante las primeras décadas de posguerra, no fue excluida de las organizaciones europeas occidentales al mismo nivel al no haber apoyado a Alemania e Italia durante la II Guerra Mundial” (Vuletic, 2018, p. 83).

En cuanto al análisis de las estrategias discursivas de las candidaturas de la RTP en toda la historia del programa de televisión, destacamos dos líneas principales: a) las propuestas que han optado por una crítica a la sociedad imperante a través de un patriotismo en mayor o menor medida revolucionario, y b) las que han acudido de una manera *a priori* acrítica e incluso celebratoria a la diversidad étnica y racial portuguesa y su relación con las excolonias. Advertiremos intersecciones entre ambas líneas y culminaremos con el análisis del diseño de la sede de Lisboa 2018 tras la victoria de Sobral.

2.1. Crítica social y nacionalismo

Si “el Estado-nación occidental es una amalgama peculiar de dos filosofías aparentemente irreconciliables: el racionalismo, es decir, la búsqueda de un propósito y una eficacia, y el romanticismo, es decir, la búsqueda de sentimientos como la base de toda acción” (Baumann, 2001, p. 32), encontramos ambos términos constantemente engarzados en todas las propuestas que Portugal ha presentado a Eurovisión. Aunque durante el Estado Novo (1933-1974) las producciones culturales del país debían pasar por el filtro de la censura (Mangorrinha 2015, pp. 44-45), la mayoría de temas presentados por la RTP entonces al Festival contenían referencias implícitas a su situación política (Vuletic, 2018, pp. 82-83). En 1965, *Sol de inverno* (Sol de invierno) fue la canción interpretada por la célebre Simone de Oliveira. Un tema melancólico que, aunque habla de una relación amorosa, en el siguiente fragmento destacamos significativas alusiones a la *nación* y a la *memoria*:

*Yo, a cambio de nada,
di todo en la vida,
bandera vencida,
rasgada en el suelo,
soy la fecha olvidada,
la cosa perdida que sale a subasta*

Podemos interpretar aquí un mensaje e incluso llamada de atención ante la audiencia internacional exponiendo, en lugar de orgullo patrio (en lugar de esa “eficacia” antes señalada con Baumann), cierta rendición (un “romanticismo” exacerbado). En 1969 de Oliveira volverá a participar con el tema *Desfolhada portuguesa* (Deshojada portuguesa), una historia de amor y pérdida con constantes alusiones a la tierra y a la propiedad: “Oh, tierra mía, cáscara de nuez desamparada”. Pero ya desde el título no quedaría exenta del matiz sexual propio del “deshojar”, exponiendo “la absurdez de un país sexualmente represivo desplegando un aparato de su represión en el mayor de los escenarios internacionales” (Pinto Teixeira y Stokes, 2013, p. 231). Esto comportaría también la metáfora del desvelar un cuerpo femenino como los estudios acerca de la mirada androcéntrica y el inconsciente han tratado (Mulvey, 1988; Mirzoeff, 2003). Dejando de lado momentáneamente la cuestión sexual, si bien las dos canciones en su letra no critican directamente la dictadura, los años próximos a la Revolución serán más explícitas.

En 1973 y 1974 las propuestas presentadas se entendieron, de hecho, como armas revolucionarias, como “un pistoletazo de salida a la revolución” (EBU, 2018, min. 02:31:52), como se recordó en el certamen de Lisboa 2018. En 1973 Fernando Tordo, que tras la Revolución se sabrá que fue miembro del Partido Comunista Portugués (PCP), con *Tourada* (Corrida de toros) criticará irónicamente la estructura casi feudal del país así como al público asistente a las corridas de toros, a menudo perteneciente a las élites conservadoras:

*(...) entran empresarios moralistas,
entran frustraciones,
entran anticuarios y fadistas
y contradicciones.
Entra mucho dólar, mucha gente
que saca beneficio
de los millones.
Y dice el inteligente
que se acaben las canciones.*

La letra será de Ary dos Santos, poeta famoso por la incendiaria y sutil crítica de sus versos (Pinto Teixeira y Stokes, 2013, p. 230). Su tono extremadamente divertido

hacía de esta una canción entretenida –parecería incluso una apología del toreo– pero precisamente gracias a ello sorteó la censura (Mangorrinha, 2015, p. 45). En 1974, el año de la Revolución, el clásico tema de Paulo de Carvalho, *E depois do adeus* (Y después del adiós) fue, de hecho, la sintonía de la Revolución (Trindade, 2016). Aunque una canción de amor (Andjelic, 2015, pp. 97-98), las alusiones al fin y a un nuevo amanecer resultaban apropiadas ante la situación del país, en “un momento de renacimiento” (Pinto Teixeira y Stokes, 2013, p. 232). Todas estas canciones se adaptaron a los requerimientos de la canción ligera en detrimento del llamado “saudosismo”, capitalizado por el Régimen, que promovía el fado para fomentar una conciencia nacional sobre el imperio portugués y sus colonias (Lopes, 2017a, p. 152). Por ello el fado apenas aparecerá en las canciones portuguesas presentadas a Eurovisión.

Muchos de estos cantantes estuvieron vinculados a los sucesos políticos de entonces. De hecho, en la historia de Eurovisión la RTP es la que ha participado con el mayor número de cantantes con cargos políticos, como expone Vuletic (2018, p. 148). Si la promoción de las candidaturas en el Festival tiene un cierto matiz propagandístico (Andjelic, 2015, p. 106), encontramos un ejemplo claro en el representante de 1975 (Lopes, 2017b). Duarte Mendes, oficial de artillería participante en la Revolución, sería acogido por la prensa internacional como “el capitán-cantor” (Cardão, 2014, p. 32) y defendió la canción *Madrugada*:

*De los que murieron sin saber por qué,
de los teñidos de silencio y frío,
de la fuerza nacida del miedo
y la rabia sacada temprano en la mañana
se hacen los márgenes de mi río.
De las cicatrices de mi suelo antiguo
y de la memoria de mi sangre en fuego,
de la oscuridad a abrir el color,
del brazo dado y el arma flor,
se hacen los márgenes de mi pueblo.*

El tema comienza con estrofas graves y sombrías que conducen a versos más agudos en una cadencia melódica a lo que contribuye la emotiva interpretación del cantante, cuya sonrisa esboza hacia el final. Al entonar el estribillo “Canta la gente que a sí misma se descubre”, una luz ilumina al coro –las célebres The Dolls–, finalizando la actuación de manera triunfal. La canción propugnaba así la toma de conciencia particular (Cardão, 2014, p. 31) y fue un símbolo del cambio político que el propio Duarte Mendes reflejó al pedir ir vestido de militar al escenario, pero fue desautorizado (Mangorrinha 2015, p. 47). No obstante, su alusión al momento histórico quedó materializado en el clavel rojo que asomaba de su chaqueta (Fig. 2). A pesar de ello, ese año Portugal atravesaba el PREC (Período Revolucionario en

Curso), comandado por las Fuerzas Armadas y terminó el 25 de noviembre de 1975 con una contrarrevolución que significó un viraje político hacia la derecha.

Al año siguiente continúan las referencias identitarias. En 1976 Carlos do Carmo, con *Uma flor de verde pinho* (pp. 48-49), escrita por Manuel Alegre, citará la relación entre el rey Pedro I de Portugal y la noble gallega Inés de Castro en una apuesta de corte patriótico y sentimental. La leyenda, un amor prohibido en la que el rey se opuso a su padre anteponiendo el amor a su deber, exponía la ruptura con las convenciones sociales. Cabe destacar que el letrista Manuel Alegre, “como miembro del Partido Socialista, llegará a ser segundo en las elecciones presidenciales de Portugal años después, en 2006 y 2011” (Vuletic, 2018, p. 148), lo cual le hace un agente aún más activo en su discurso.



Figura 2. Duarte Mendes. Video stills.

Fuente: Elaboración propia a partir de RTP Archives (Canal Oficial de YouTube).

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=YzwHISVQVyU>

Tras la Revolución, las referencias a la identidad portuguesa son más utópicas que antes, como en el caso del grupo Os Amigos. Constituido por miembros del Partido Comunista de Portugal cuyo ideario estaba basado en la Revolución Francesa, en 1977 el conjunto representará a su país en el Festival con *Portugal no coração* (Portugal en el corazón) (Mangorinha, 2015, p. 49) cantando versos como: “Portugal fue la razón por la que un día murió mi hermano” o “Este pueblo al que me debo no es hombre ni mujer”. No obstante, la inmensa mayoría de estas canciones tendrán escaso éxito: repasando su palmarés, los temas más comprometidos quedaron en la parte baja del marcador siendo los de Carlos Mendes en 1972 y José Cid en 1980 –eminentemente canciones de amor– las mejor puntuadas en esta etapa (Fig. 1; Cardão, 2014, p. 38). La RTP parecía vivir de espaldas a los gustos de Europa y a las temáticas de moda en el Festival.

Hacia los ochenta asistimos a un viraje en el concurso. Las canciones pop, las ingeniosas y divertidas coreografías y los atuendos coloridos –gracias a la tecnología Technicolor– serán frecuentes: es la época dorada del Festival en términos de audiencia (Pyka, 2019, p. 456). Pero a esta tendencia la RTP responderá con la presencia de rasgos “saudosistas” (haciendo referencia al folclore) en sus actuaciones, tanto desde la alabanza como la crítica. Alabanza con el dúo Nevada en 1987, que hará uso por vez primera de los rasgos marineros (además, eran procedentes del archipiélago de Madeira) para alabar a la identidad nacional con *Neste barco a vela* (Mangorrinha, 2015: 57). Crítica en 1991 con la célebre Dulce Pontes, que alcanzará un meritorio octavo lugar con *Lusitana Paixão* (Pasión lusitana), canción que aludía a la leyenda fundacional de los lusitanos en el momento de negociación de la situación portuguesa en la CEE. El tema contiene la palabra “fado” repetidamente pero, aunque pudiera en un inicio glorificar al Estado Novo (recordemos la apropiación por parte del Régimen de dicho género), sentencia categóricamente: “no quiero lo que el fado quiere decir”.

Pero el tono inocuo es retomado en 1998 con el grupo Alma Lusa y *Se eu te pudesse abraçar* (Mangorrinha, 2015, p. 60), un tema simpático sobre a la diáspora portuguesa: “En todas las partes del mundo hay gente de Portugal”, haciendo un superficial cruce con la música folclórica lusa, la gaita y el *cavaquinho*. En 2008 Vânia Fernandes también acudirá a la temática del mar –como el comentarista por RTVE José Luis Uribarri expresó: acerca del “drama de pescadores que no regresan a puerto” (EBU, 2008, 00:59:10)– en tanto símbolo nacional, aunque “recurriendo a un compositor extranjero”, Andrej Babić, croata (Mangorrinha, 2015, p. 62). Se irán imponiendo así, hasta nuestros días, pequeñas retóricas marineras con versos de amor estándar lejos de críticas identitarias. No obstante, la crisis económica que provocará incluso la retirada de Portugal del concurso (Kalman y Wellings, 2020, p. 15) será la protagonista en 2011 cuando el conjunto Homens da Luta presentó *A luta é alegria* (La lucha es alegría). Se trataba de una canción –a nivel musical próxima a una chirigota española– en la que llamaba a la lucha por los derechos civiles, desde la sátira y la parodia (Rios, 2014, p. 6). Destacaban las referencias a la Revolución de los Claveles en los visuales y el vestuario (Vuletic, 2018, pp. 184-185) y a la generación que había participado en la Revolución.

2.2. Etnicidad y multiculturalismo

Si “en calidad de forasteros y huéspedes suspendemos cualquier juicio abierto; ciertamente, por respeto hacia nuestros anfitriones” (Brown, 2011, p. 36), el relativismo que Eurovisión promueve hace posible que numerosos rasgos culturales se desvirtúen y simplifiquen, celebrándose acríticamente por el público, aunque también evidenciando su estructura. El multiculturalismo en las propuestas de la RTP ha sido su otro tema estrella, más en un Festival que llama a la concordia

transnacional a partir de la “construcción cultural de la Europa contemporánea” (Kalman y Wellings, 2020, p. 2).

Si Simone de Oliveira procedía de Santo Tomé y Príncipe por parte de la rama paterna, en 1967 Eduardo Nascimento, nacido en Angola, será la primera persona racializada negra en participar en la historia de Eurovisión (Vuletic, 2018, p. 63) tras el precedente del año anterior con Milly Scott por los Países Bajos (Mutsaers, 2007). No obstante, el concurso será durante décadas predominantemente “blanco” (Vuletic, 2018, p. 166), forjando una determinada imagen de europeidad: “el último baluarte blanco en la música popular dominante” (Mutsaers, 2007, p. 70). Nascimento defendió *O vento mudou* (El viento cambió), un guiño a la conferencia del primer ministro británico Harold Macmillan en favor de la descolonización, lo cual se contraponía a los intereses del Régimen (Vuletic, 2018, p. 63). Cabe mencionar que hasta 1974 Portugal aún conservaba sus colonias de África, India y Macao, lo cual “recordaba” a Europa la cuestión de sus límites geográficos (p. 63).

Hacia finales de los ochenta principalmente el Reino Unido, los Países Bajos y Francia serán sinónimo de acogida con representantes de orígenes muy diversos (p. 166), lejos de una “esencialización” nacional. Pero algo sin precedentes ocurrió en 1989. El grupo Da Vinci concursó por la RTP con un tema titulado *Conquistador* (Lopes, 2016, pp. 570-574). La letra, de estribillo pegadizo “donde predominaban los instrumentos electrónicos”, estetizaba la posesión de las colonias en América, África y Oceanía al referirse a ellas en una suerte de “recorrido histórico” (Cardão, 2018, p. 131). Además, se situó al fondo, en el coro, a las hermanas Sandra y Dora Fidalgo, procedentes de Brasil, algo significativo puesto que constantemente en el certamen las personas racializadas han sido relegadas de la escena (Panea, 2017, p. 102). La propuesta “evidenció la forma cómo la cultura pop concedió un espacio importante a la dimensión histórica e imperial del país” contribuyendo a un cambio en “las discusiones sobre la identidad nacional del ámbito erudito para el campo de la cultura popular” (Cardão, 2019, p. 23).

La canción retomaba las ideas de una identidad portuguesa construida durante la dictadura con el recurso a las teorías de Gilberto Freyre y el lusotropicalismo (1953). Así, “el pasado colonial que fue (...) rechazado en la pos-revolución, es ahora exaltado, precisamente en el momento en que Portugal consolida su presencia en la CEE” (Lopes, 2017a, p. 572). Resulta pertinente recordar cómo los siete países fundadores de Eurovisión –Francia, Alemania del Oeste, Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo e Italia– fueron “los mismos estados que, unos meses más tarde, se convertirían en fundadores de la Comunidad Económica Europea tras la firma del Tratado de Roma” (Guillén Marco, 2018, p. 69). Aunque la actuación de Da Vinci es probablemente la más reaccionaria, en los años noventa advertiremos un giro multicultural más inclusivo. Si ya en 1994 Sara Tavares –después de Nascimento– será la segunda intérprete principal negra en representar a Portugal (de ascendencia caboverdiana), en 1995 el cantante (también de Cabo Verde) Tó Cruz, con *Baunilha*

e chocolate (Vainilla y chocolate) recitará una metáfora pacifista estereotipada sobre el tema étnico y racial: “negro o blanco, qué más da”.

En 1996 nuevamente la temática de una de las canciones aborda la cuestión. Lúcia Moniz, con *O meu coração não tem cor* (Mi corazón no tiene color), con música de Pedro Osório y letra de José Fanha, promulgará ante la audiencia internacional un mensaje no exento de clichés (Lopes, 2017a, p. 156). La letra entiende la hospitalidad como “una característica intrínseca de los portugueses, mensaje que fácilmente se integra en los discursos europeos y eurovisivos, aludiendo a la función apaciguadora de la música” (p. 156) como en la frase “lo que está lejos queda cerca en las canciones, que hacen una fiesta *tricontinental*”. Tenemos también otras expresiones propias de la vida marítima como “estamos de *maré*” (p. 157), que podríamos traducir como “tenemos ganas”, “estamos dispuestos”:

*Estamos dispuestos,
vamos a bailar,
ven a juntar tu sabor con el mío,
pon esta canción a navegar,
que mi corazón no tiene color*

“Color” aparece en el tema de forma ambigua, pues sugiere una tajante “diferencia” identitaria tan “necesaria para la producción de sentido”, así como “un lugar de peligro, (...) de división, hostilidad y agresión” (Hall, 2011, p. 81). El “no tener color” puede indicar la ausencia de cualquier prejuicio, como fue la intención del compositor José Fanha, pero si con “de color” a menudo se califican a las personas negras, decir “no tener color” se puede entender como una reafirmación del “no ser negro”. A esta versión negativa contribuye la complejidad lírica de la canción, con rimas que conjugan expresiones coloquiales y locales, referentes a instrumentos y estilos de música portugueses –“Se llora el fado”, “haz fuerza con el *malhão*” (un baile de la región de Estremadura), “Vamos a hacer un *corridinho*” (danza del Algarve), “Se gira el *Vira*”, “Se desata la *Sapateia*” (dos canciones populares), “Trae la zanfoña o el *cavaquinho*” (instrumentos musicales)– y en menor medida de Brasil –“Andamos todos con la ciranda *cirandeira*” (baile típico), “Se danza la samba” (estilo musical)–, Mozambique: –“la *marrabenta* también” (otra danza)– y Cabo Verde: –“se da vueltas con la *coladeira*”, “Y rompe el *furaná*”, “Se llora la *morna*” (danzas típicas que se creen próximas al fado).

Como vemos, se exponen muchos rasgos de la música portuguesa y solo algunos de sus excolonias, los más típicos (Lopes, 2017a, p. 157). Aunque los Descubrimientos no sean nombrados, son aludidos a través de la canción “como sinónimo de tolerancia” (p. 160). Musicalmente encontramos “elementos que remiten a géneros sudamericanos como las congas” en las estrofas, mientras que “la música tradicional portuguesa está principalmente en el estribillo y en los puentes” (p. 156), las partes más destacadas de la canción. Estos elementos remiten “a una identidad

nacional ligada a una matriz rural” vehiculadas por la izquierda contra la propaganda oficial, como la presencia de los cavaquinhos, bombos, “y la flauta *picollo* que nos lleva a la práctica de la flauta y el tamborilero” (p. 158).

A pesar de lo poco universalista del tema, la propuesta alcanzó gran éxito. Pese a su puntuación récord (92 puntos), esta fue la única delegación de aquel año en no llevar a los fans portugueses a la sede, Oslo, y apenas difundir la canción o editar un *videoclip*. Según la prensa especializada, una promoción efectiva habría hecho de Moniz conseguir puntos suficientes para alzarse con la victoria (Mangorrinha, 2015, pp. 59-60). De hecho, ocupó durante la mayor parte de las votaciones el tercer y cuarto puesto, llegando al segundo lugar –algo totalmente insólito en, hasta entonces, 32 años de continuas desilusiones– hacia la mitad de la votación y solo descolgándose al sexto lugar en los últimos turnos.

En los años sucesivos podemos citar algunos ejemplos más de este celebrado mestizaje, como en 2001 el dúo MTM y su *Só sei ser feliz assim* o la folclórica *Todas as ruas do amor* (Mangorrinha 2015, pp. 62-63) de Flor-de-Lis en 2009. Pero especial relevancia adquiere *Quero ser tua* (Quiero ser tuya), composición de Emanuel interpretada por Suzy en 2014, muy polémica, al tratarse de una *pimba*, estilo de música festivo, basado en la canción popular portuguesa, de melodía repetitiva y sencilla, ritmos pegadizos y temáticas joviales, amorosas y sexuales (Costa, 2014). A un segundo nivel de nuevo se situó al “cuerpo otro”, en este caso el corista y percusionista brasileño Jefferson Adriano Negreiros, que destacaba por el *body-painting* sobre su torso a modo de tatuaje tribal. La escenografía de la actuación, dirigida por Paul Magalhães, fue presidida por dos grandes bombos que otorgaban un carácter elemental y épico (Fig. 3).

A esto hemos de añadir los colores patrióticos dominantes (rojo y verde) y al final del espectáculo unos guiños al toreo con capotes alzados por los bailarines. Estos rasgos aluden a un “lusotropicalismo” maximizado, como acerca del “temperamento” o la “frescura” latina o africana Lutgard Mutsaers escribe sobre la problemática racial de Eurovisión (2007, p. 66). Estas cuestiones quedaron reflejadas en la rueda de prensa de Suzy, donde expuso:

Fuimos grandes conquistadores mundiales. Descubrimos Brasil, África... así que no solo nosotros influenciamos esos continentes sino que ellos también nos influenciaron a nosotros, en los sonidos. De este modo, tomamos un poco de samba de Brasil, o los tambores de África. (...) Es parte de nuestra historia y queríamos traerla a (...) Europa (...). Portugal es el país del fado pero también tenemos otras influencias, estos pueblos fueron nuestras excolonias, como todo el mundo sabe (EBU, 2014, min. 03:00).

Es perceptible aquí una reducción de África a un todo indivisible al mismo nivel que el estado de Brasil, por ejemplo, así como el tono acrítico de sus palabras acerca de un tema sensible que contribuye a la estetización que venimos analizando. Un tema que “plantea una cuestión más amplia, a la vez moral, estética y cognitiva (...)

y que se sitúa en el centro de la actualísima discusión sobre cómo deben justificarse los valores” frente al “etnocentrismo” (Geertz, 2000, p. 68).



Figura 3. Suzy con Jefferson Adriano Negreiros en Eurovisión 2014. Fotografía: Thomas Hanses (EBU). Disponible en: <https://wivibloggs.com/2014/05/02/portugal-suzy-throw-dance-moves-second-rehearsal/48881/>

3. EUROVISIÓN EN PORTUGAL

A menudo sarcásticamente, las tres F (fado, fútbol y Fátima) han sido etiquetas para definir la cultura portuguesa en tanto “reproducción de un orden social conservador” propio de su larga dictadura y su empobrecimiento (Pinto Teixeira y Stokes, 2013, pp. 229-230), como en uno de los clips de la gala final –que hizo un recorrido por las candidaturas más relevantes de la RTP en el Festival– se mantuvo (EBU, 2018c, min. 02:31:00). De nuevo nos encontramos con el estereotipo.

Si “el 13 de mayo de 1917 tuvo lugar supuestamente la famosa aparición de la Virgen ante los pastorcitos Lucía, Jacinta y Francisco en Cova de Iria (...), cien años después, el 13 de mayo de 2017”, y después de la larga y desangelada trayectoria de la RTP en Eurovisión, ésta por primera vez ganaba con el cantante Salvador Sobral y el tema *Amar pelos dois*. Además, “ese mismo día, el Papa viajaba a Fátima para canonizar a los famosos pastorcillos con motivo del centenario del Milagro, y en Lisboa el Benfica ganaba la Liga” (Panea, 2019). Otro dato crucial

fue la delicada salud del cantante, así como el paradójico nombre del cantante “Salvador” (Fig. 5), que de hecho no pudo ir a los ensayos en Kiev hasta dos días antes. La situación era muy tensa al encontrarse “a la espera de un trasplante de corazón, en este sentido su canción tenía un matiz siniestro en la última estrofa al pronunciar: “*O meu coração pode amar pelos dois*” (Mi corazón puede amar por los dos)” (Panea, 2019).

No obstante, Sobral no trató de victimizar su candidatura, sino todo lo contrario: destacó por una actitud políticamente incorrecta y una estética desaliñada (Salazar Benítez, 2017). Estética que recordaba a la del otro país marginado en Eurovisión que antes apuntamos, Finlandia, “un anti-héroe testarudo”, pues el conjunto Lordi (representantes de este país en 2006) efectuó una suerte de auto-parodia en su actuación proporcionando un triunfo récord y “un final feliz” a una trayectoria humillante en las puntuaciones (Pajala, 2007, p. 82). Podemos encontrar una narrativa mesiánica en la trayectoria de ambos países en el concurso: tras muchos años de “vergüenza”, cuando la victoria llega es tan aplastante (292 puntos Lordi y Sobral 758 –aunque eran sistemas de puntuación distintos–) que consigue redimir lo sufrido hasta entonces, incluso tras las tentativas de retirada de estos países en su trayectoria al no ver posibilidades de éxito (p. 78).

En cuanto a *Amar pelos dois*, el triunfo de una canción en un idioma diferente al inglés, sin estribillo pegadizo o, como Sobral subrayó, sin necesidad de “fuegos artificiales” (Salazar Benítez, 2017) supuso un giro en la historia de Eurovisión: de la escenografía sofisticada a la canción en sí, sin adorno alguno. Por este motivo, y siendo coherentes con los medios del país, la consecuyente celebración de “Lisboa 2018” prometió ser distinta. Una de las más austeras (Carrilho, 2017) y ecológicas de los últimos tiempos (Santos Ferreira, 2017) en contraposición al despliegue millonario de sedes anteriores, como el exjefe de delegación del concurso Julian Vignoles mantiene acerca de, entre otros, el escenario de Copenhague 2014 –instalado en unos astilleros abandonados y que comprendió la remodelación de varios edificios (Vignoles, 2015, pp. 86-87)–. Los visuales, emblema del concurso desde hacía décadas, para 2018 se eliminarían. Prescindiendo de las pantallas LED, presentes siempre desde el 2000 (Fettahoğlu, 2017, p. 56) con la excepción del Festival de Oslo 2010, Lisboa reinventaría el concurso dando paso a un espectáculo más íntimo pero a la vez emocionante y respetuoso con el medio ambiente. De este modo, las palabras de Sobral animaron a que “la música” regresara en detrimento de la pirotecnia.

La sede sería el Altice Arena, recinto que acogió veinte años antes la Expo '98. El diseño del escenario, como apunta Paul Jordan, se inspiró en el mar, basándose en la historia naval del país (Jordan, 2017). La escena propiamente se componía de una plataforma circular (Fig. 4) rodeada de un foso para el público (el llamado *Golden Circle*). Ese foso quedaría encajado por otra pasarela concéntrica también para las actuaciones, lo cual permitía a este selecto grupo del *Golden Circle* quedar *sitiado*

en cada actuación. Pasarela y escena se unían a la izquierda y a la derecha por dos puentes, permitiendo gran dinamismo. A partir de la pasarela se extendía la platea. Todo el conjunto estaba rodeado, en la parte superior, de tres estructuras con forma de anillos también concéntricos que abrigaban la escena asemejándose a las formas de la esfera armilar en un inquietante suspenso.

Detrás de la escena principal, presidiendo, se elevaba un colosal conjunto de 56 barras verticales con suaves ondulaciones, a modo de “costillas” colocadas paralelamente unas al lado de otras formando una imagen tridimensional a través de sus intersticios y las sutiles curvas que dibujaban. Construidas en hierro, llegaban a medir hasta 13 metros, como los productores escenográficos Ola Melzig y Joan Lyman afirman (M&M Production Management, 2018). Florian Wieder, el diseñador del proyecto (que también lo ha sido el de los últimos años) se inspiró en la historiocolonial del país y la metáfora de los océanos para apuntar a un mundo abierto al contacto y a la sociedad portuguesa como una sociedad aventurera y hospitalaria (Lee Adams, 2017). Dicho cliché adolecía de una mirada foránea y simplista que refuerza un estereotipo recalado en el resto del diseño del certamen. De hecho, “*AllAboard!*” (¡Todos a bordo!) fue el lema de la edición.

Gonçalo Madaíl fue el director creativo (Euronews, 2018), mientras que le correspondió a Nicolau Tudela el diseño de dicha campaña, por la que ganó el premio Eyes & Ears Awards (Eurovision.tv, 2018). Todo el diseño sigue la línea planteada por Wieder. Madaíl explicó: “si vamos a crear una interrupción [un escenario tan distinto a los anteriores], vamos a tener que ser muy coherentes”. Añade: “Todo tenía que ser muy literal. Si el tema era el mar, todo ha de ser hecho en la línea del agua: la ceremonia del Blue Carpet, el Village, el Euroclub, la sede, (...) los textos, los guiones, los vestidos, la coreografía, los grafismos” (Entrevista por parte de Sofia Vieira Lopes, 18/02/2019). El logo del certamen, ideado por Tudela, tendría la forma de una concha marina (RTP, 2017), aunque no se correspondían con alguna especie propia de Portugal (Fig. 6). A diferencia de otros años, existían otras 12 versiones alternativas del mismo logo para el *merchandising*, dado que este es un número crucial en el concurso: los 12 puntos de las votaciones. El autor, artista plástico, tomó como motivo el plancton marino –“elementos orgánicos que no vemos pero que son imprescindibles para la vida”– y las formas orgánicas debido a su “diversidad”, tan propia también del concurso al traer a “todos a bordo” (Tudela, 2019, min. 14:40). Apostó, dado su bagaje pictórico, por unos diseños coloridos y planos en contraposición a los tan digitalmente sofisticados de ediciones anteriores.

No obstante, el problema no residía en su técnica sino en la generalidad y sincretismo del resultado final. Este diseño lejos quedaba de otras apuestas conceptualmente más elaboradas. Pensemos en la identidad visual de “Belgrado 2008”, diseñada por Boris Miljković: por un lado, el lema *Confluence of Sound* se ilustró en una serie de diseños y animaciones donde chorros de pintura convergían,



Figura 4. Escenario de Lisboa 2018.

Fotografía: Thomas Hanses (EBU). Disponible en:

<https://eurovisionworld.com/esc/the-eurovision-2018-stage-is-taking-shape>



Figura 5. Escenificación del estereotipo de las “tres E” en uno de los vídeos de la Final. Video stills.

Fuente: Elaboración propia a partir de EUROVISION.TV (Canal Oficial de YouTube).

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4AXTB-iShio&t=933s>

y aportaban la metáfora del fluir y del mezclarse (Marković, 2008, p. 15). Y por el otro, en referencia al escenario, obra de David Cushing con dos pasarelas construidas con pantallas LED que conducían a la plataforma principal donde los representantes actuaban, emulando los ríos de la ciudad de Belgrado, el Sava y Danubio (Fettahoğlu, 2017, p. 63). Volviendo a la identidad visual de Lisboa, las animaciones también reforzarán la estética marina pues las banderas, que aparecían para dar paso a las “postales”, estaban formadas por una serie de organismos marinos indefinidos – asemejándose a líquenes y corales– que dibujaban los colores de cada país. Este recurso ya fue empleado antes, destacando así las mariposas en “Malmö 2013” o el diente de león en “Estocolmo 2016”, donde se aludía a la diversidad, al estar unidos en la diferencia o al formar parte de un todo a pesar, eso sí, de celebrar la identidad oriunda. Como vemos, las relaciones entre lo local y lo internacional están en el corazón del evento, como otro de los investigadores pioneros sobre Eurovisión, Cornel Sandvoss, expone (2008, p. 193).

Las famosas “postales” del Festival son breves vídeos introductorios de cuarenta segundos que sirven para introducir a cada artista entre interpretación e interpretación (Bohlman, 2013, p. 35). A menudo se han utilizado para presentar al artista tanto en su entorno como en el del país de la sede del correspondiente año. Que se denominen “postales” enfatiza el carácter hospitalario y de unión que Eurovisión propugna, como manifiesta Paul Jordan (2014, pp. 62-63). De hecho, en el año 1996 adquirieron un velo más diplomático al aparecer en ellas imágenes de



Figura 6. Logo de Lisboa 2018 sobre plano cenital del Altice Arena. Video still.
Fuente: EUROVISION.TV (Canal Oficial de YouTube). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4AXTB-iShio&t=933s>

presidentes y embajadores de los países en cuestión para desear buena suerte a las candidaturas (Vuletic, 2018, p. 201). Incluso el primer ministro de Portugal António Guterres (hoy secretario general de las Naciones Unidas) antes de la participación de Lúcia Moniz señaló: “Que la música sea, cada vez más, un factor de paz y unión entre los pueblos” (EBU, 1996, min. 26:25).

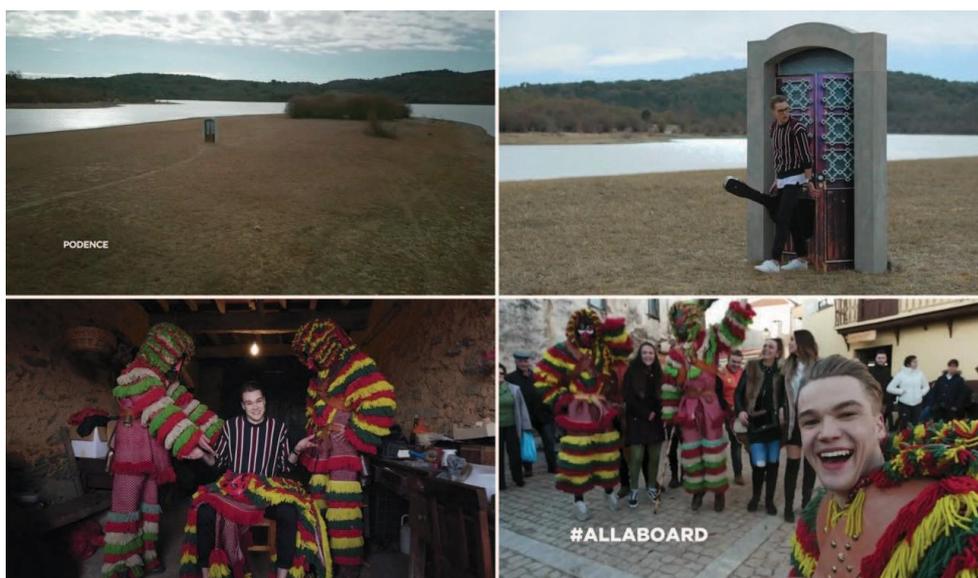


Figura 7. “Postal” de la República Checa con Mikolas Josef en Pocence. Video stills.
Fuente: Elaboración propia a partir de EUROVISION.TV (Canal Oficial de YouTube).
Disponibile en: <https://www.youtube.com/watch?v=i1KNzDhhf3M>

En 2018 las “postales” fueron encomendadas al director creativo de la RTP Filipe Messeder, y consistían en pequeños viajes –incluso descubrimientos– por parte de los artistas a diversos territorios lusos. Como recoge la redactora de Eurovision.tv Josianne Zwart, los participantes abrían una puerta que mágicamente les conducía a algún paisaje portugués para acto seguido dejarse maravillarse por las bondades de sus recursos naturales o sus gentes y finalmente tomarse un *selfie* junto al *hashtag* #allaboard (Zwart, 2018). Como vemos en la Figura 7, el representante checo visitó Podence, donde fue “raptado” por los llamados “Caretos”, esto es, los personajes disfrazados propios del carnaval de la zona (Filippim y Bahl, 2017), que finalmente le obligaron a convertirse en uno de ellos (Jiandani, 2018). Todos juntos bailaron por las calles de la aldea hasta que finalmente el artista se inmortaliza junto a un grupo de lugareños. Un repaso exhaustivo por los rincones filmados en las “postales” destaca la enorme presencia en ellas de los paisajes lisboetas apareciendo hasta en 14 de 43 ocasiones (correspondientes a los 43 representantes de aquel año). Producidas por Turismo de Portugal, como suscribe Susana Cardoso (Reis, 2018) destaca el

gran interés en la promoción de Lisboa en detrimento de otras capitales de interior. Mientras que Oporto aparece en 3 ocasiones, al igual que las Azores y Madeira, en las imágenes quedan sorprendentemente ausentes localidades como Coímbra, Évora, Braga, Elvas, Tomar, Batalha (distrito de Leiria) o Guimarães, todas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Raposo y Mota, 2019).

En el resto de vídeos, empleados para ocupar el tiempo de los cambios de montaje en el escenario y para el recuento del televoto, se refuerza esta imagen: “consecuentemente, Eurovisión representa una plataforma para la marca país, permitiendo a los países anfitriones transmitir sus propias imágenes en sus propios términos” (Jordan, 2014, p. 63). El clip introductorio de las dos semifinales y la final era una sucesión de escenas de personas disfrutando de los paisajes y monumentos lusos. Además, hemos de añadir otro clip en el recuento de votos, una pequeña historieta titulada *Planet Portugal*. En ella un humorista pone en entredicho de manera sarcástica algunos estereotipos portugueses, como su “desorganización” o la creciente gentrificación de sus principales ciudades (EBU, 2018a, min. 01:50:00).

Estas informalidades convivieron con el carácter diplomático del concurso como en la ceremonia de apertura (al igual que en las Olimpiadas) que adquiere un carácter ritual año a año (Bohlman, 2013, p. 46; Jarque, 2002: 163) donde los azafatos serán los abanderados –literalmente– de cada país sosteniendo la tela de cada una de las naciones para dar paso a los concursantes al inicio de la gala (Fig. 8). Iban vestidos de marineros, siempre con una actitud simpática e incluso cómica, como en la *green room* con la entrega de una bandeja de *pasteis de nata* a la delegación australiana (EBU, 2018b, min. 00:59:00). Otro momento para la expresión de la diplomacia son los *interval acts*, donde las cuestiones étnicas estuvieron presentes en la selección de los músicos, todos de orígenes diversos. Sostiene Madaíl: “La identidad musical portuguesa es una mezcla. Es eso lo que nos distingue (...) Quisimos decir al mundo: aquí se convive con esa diferencia (...) porque es normal hace mucho tiempo. Somos un bello ejemplo para el mundo” (Entrevista por parte de Sofia Vieira Lopes, 18/02/2019).



Figura 8. Dos de los azafatos en el desfile inicial de banderas. Video stills.

Fuente: Elaboración propia a partir de EUROVISION.TV. (Canal Oficial de YouTube). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4AXTB-iShio&t=933s>

Referente al hospedaje de las candidaturas, estas disfrutaron de un tiempo veraniego en la capital portuguesa, que sigue batiendo récords en cuanto al turismo (Machado, 2018). De hecho, como hemos comentado, Turismo de Portugal patrocinó el evento. No obstante, y pese al refuerzo de la línea de metro para cubrir la llegada de millares de personas (Faria Moreira y Flor, 2018), presenciamos en nuestro trabajo de campo allí una escasa promoción en el resto de la ciudad que hiciera llegar Eurovisión al público general, contrario al espíritu del programa (Baker, 2017, pp. 105-106), a lo que se sumó la polémica de las banderas prohibidas al recinto (Cortázar, 2018), vividas en nuestra asistencia al evento. Resultó preocupante la falta de personal en la gestión del *Eurovillage* (el recinto paralelo al Festival, gestionado por el ayuntamiento, gratuito, con pantallas, escenario y actividades relacionadas con el concurso) habilitado en la Praça do Comércio con colas enormes para acceder, comprar un refresco o ir al baño en su interior (Silvestre, 2018).

La inversión en el *show*, el más austero de las últimas dos décadas, supuso un enorme negocio para el país (Hernández-Morales, 2018; Fes, 2018), lo cual es inevitable tener en cuenta al ser este un evento de carácter público, elaborado por cadenas de televisión públicas a nivel internacional. Su repercusión fue, así mismo, notoria en la Universidad, pues en esa misma semana se celebró un congreso académico internacional, *Eurovision: Perspectives from the Social Sciences, Humanities and the Arts* (organizado por la Universidade Nova de Lisboa y co-dirigido por Sofia Vieira Lopes), donde se valoraron algunas cuestiones que vuelven a resumir el espíritu comunitario del certamen y supuso un foro crítico para el encuentro acerca de las investigaciones sobre el Festival².

4. CONCLUSIONES

En tanto fenómeno mediático y competición transnacional, la identidad cultural es un tema central en Eurovisión dado que, a través de la canción, se *representa* –de maneras en mayor o menor grado explícitas– la idea de *pertenencia* nacional y étnica. En sus primeros momentos en el certamen, y especialmente hacia los años de la Revolución, Portugal empleó el concurso como escaparate de denuncia y deconstrucción identitaria, más allá de los puntos obtenidos por el resto de países sin tratar de agradar –e incluso incomodando– a un público mayoritario con sus canciones al sortear la censura. La RTP vivió de espaldas a las tendencias exitosas de Eurovisión con unas canciones sumamente politizadas que trataban de responder a la realidad social de esa época.

Pero su interés cambió hacia los ochenta y noventa –al tiempo de los tratados internacionales, como el de Maastricht– participando en el concurso decididamente

² Toda la información del congreso está disponible en el sitio web: <https://www.eurovision.eu/session1>

para expresar al resto de Europa cierta idea de multiculturalidad, con una recurrente simplificación de los rasgos clichés del país dado el marco temporal tan estrecho al que han de someterse todas las *canciones* (3 minutos). Esta traducción partió de la necesidad de aprobación e integración en el espacio europeo, y con ello de atraer puntos que validen simbólicamente las propuestas estéticas presentadas. Así, se optó por mostrar una idea tanto de 1) la marca Portugal con apuestas que recurren al saudosismo, como de 2) la integración étnica y racial. Se ha caído en estereotipos tanto en una dirección como en su opuesta: el saudosismo y el folclore (el dúo Nevada, Vânia Fernandes), la cuestión de los Descubrimientos o las alusiones a los territorios de ultramar (los conjuntos Da Vinci y Alma Lusa), el tema de la raza (Lúcia Moniz, Suzy). Pero las apuestas realmente críticas y subversivas son las que se han desmarcado de las reglas de lo que esperadamente triunfa y de esa imagen reducida del país para establecer una relación entre forma y contenido coherente para el mensaje de la canción y no para encajar en el concurso, como en los casos de Eduardo Nascimento, Fernando Tordo, Duarte Mendes, Dulce Pontes, Homens da Luta o Salvador Sobral.

Una vez el concurso fue llevado a Lisboa, sin embargo, y pese a su reducción en el gasto, no escapó a cierto esteticismo con el trabajo del diseñador alemán Florian Wieder, proyectando un escenario entretenido en lugares comunes al circunscribir la identidad nacional a un pasado tamizado de cierto belicismo. Además, “Portugal” se redujo al monopolio lisboeta en las “postales” promocionadas por Turismo de Portugal. Por otro lado, Nicolau Tudela en sus logotipos y diseños revistió un universalismo –como además es universalista la idea de un Portugal que aproximó históricamente y aun aproxima a los pueblos–. Si bien el escenario de Lisboa ha sido el más rentable en términos económicos de la historia del Festival, parece que la RTP ha jugado irónicamente con su autoimagen como “comunidad imaginada” de cara a Europa (como en el clip *Planet Portugal*) en tiempos de turismo récord.

Así, a las numerosas investigaciones desde la cultura visual sobre Eurovisión, hemos arrojado luz hacia un problema estético y comunicativo pues si en tanto espectáculo televisivo el Festival está condicionado a unos índices de audiencias e intereses económicos (Bourdieu, 1997: 51), también pretende integrar a los países a través de la música, como vimos en la “postal” de 1996 del Primer Ministro de Portugal António Guterres (EBU, 1996, min. 26:25). Por ello, lo relevante aquí sería hacer de ese límite una oportunidad que constituya puntos de fuga y espacios para el encuentro (Bauman, 2005, p. 185) y que este lugar para la creatividad donde escenógrafos, diseñadores, realizadores audiovisuales trabajan –la televisión pública– pueda generar comunidades inclusivas. Comunidades, además, no tanto “efímeras” como diría Bauman, sino sostenidas en el tiempo, y a la postre liberadoras, en lugar de tender tanto a ese teleologismo mesiánico comentado al inicio como a las fijaciones, cosificaciones y estetizaciones de las diferencias culturales, tan predominantes en nuestra contemporaneidad.

Nota aclaratoria: Todas las traducciones de los textos originales han sido realizadas por parte de las autoras para el presente artículo.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, Benedict (2006). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Andjelic, Neven (2015). National Promotion and Eurovision: from Besieged Sarajevo to the Floodlights of Europe. *Contemporary Southeastern Europe*, n. 2 (1), pp. 94-109. Disponible en: <http://www.contemporarysee.org/en/andjelic>
- Baker, Catherine (2017). The ‘gay Olympics’? The Eurovision Song Contest and the politics of LGBT/European belonging. *European Journal of International Relations*, n. 23 (1), pp. 97-121. doi: <https://doi.org/10.1177/1354066116633278>
- Bauman, Zygmunt (2005). *Identidad*. Buenos Aires: Losada.
- Baumann, Gerd (2001). *El enigma multicultural: un replanteamiento de las identidades nacionales, étnicas y religiosas*. Barcelona: Paidós.
- Björnberg, Alf (2007). Return to Ethnicity: The Cultural Significance of Musical Change in the Eurovision Song Contest. En Raykoff, Ivan y Tobin, Robert D. (eds.). *A Song for Europe. Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Aldershot: Ashgate, pp. 13-24.
- Bohlman, Philip V. (2013). Tempus Edax Rerum. Time and the Making of the Eurovision Song. En Tragaki, Dafni (ed.): *Empire of song. Europe and Nation in the Eurovision Song Contest*. Plymouth: Scarecrow Press, pp. 35-56.
- Bolin, Goran (2006). Visions of Europe: Cultural technologies of nation-states. *International Journal of Cultural Studies*, n. 9, pp. 189-206. doi: <https://doi.org/10.1177/1367877906064030>
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2010). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Brown, Michael F. (2011). “Relativismo cultural 2.0”. En Cruces Villalobos, Francisco y Pérez Galán, Beatriz (eds.). *Textos de Antropología Contemporánea*, Madrid: UNED, 25-58.
- Callixto, João Carlos; Mangorrinha, Jorge (2018). *Portugal, 12 points - Festival da Canção*. Lisboa: Âncora Editora.
- Cardão, Marcos (2014). Pois Claro! Música, política e desejo no Festival RTP da Canção (1975-1982). *Ler História*, n. 67, pp. 27-43. doi: <https://doi.org/10.4000/lerhistoria.805>
- Cardão, Marcos (2018). Foram oceanos de amor. Os Descobrimientos Portugueses na cultura pop dos anos 80. *Portuguese Studies Review (PSR)*, n. 26 (1), pp. 99-148.
- Cardão, Marcos (2019). A grande aventura. Televisão, nacionalismo e as comemorações dos Descobrimientos portugueses. *Práticas da História*, n. 8, pp. 17-47. Disponible en: <http://www.praticasdahistoria.pt/pt/numeros/praticas-da-historia-no-8-2019/a-grande-aventura-televisao-nacionalismo-e-as-comemoracoes-dos-descobrimientos-portugueses/>
- Carrilho, Nuno (2017). ESC2018: RTP revela detalhes sobre o Festival Eurovisão 2018, en ESC Portugal. *ESC-Portugal*. Disponible en: <http://www.escportugal.pt/2017/10/esc2018-rtp-revela-detalhes-sobre-o.html>

- Carvalho Silva, Claudia y Marques Costa, Rita (2018). Entrevista: “As canções de Portugal na Eurovisão foram as mais políticas até hoje”. *Público*, 12 de mayo. Disponible en: <https://www.publico.pt/2018/05/12/culturaipsilon/noticia/as-cancoes-de-portugal-na-eurovisao-foram-as-mais-politicas-ate-hoje-1829724>
- Cortázar, Ander (2018). Varios asistentes a Eurovisión denuncian que la policía les impidió acceder con ikurriñas. *El boletín*, 15 de mayo. Disponible en: <https://www.elboletin.com/noticia/163066/nacional/varios-asistentes-a-eurovision-denuncian-que-la-policia-les-impidio-acceder-con-ikurrinas.html>
- Costa, Nelson (2014). FC2014: Emanuel apresenta queixa na Polícia Judiciária. *ESC-Portugal*, 27 de marzo. <https://www.escportugal.pt/2014/03/fc2014-emanuel-apresenta-queixa-na.html>
- Dayan, Daniel y Katz, Elihu (1992). *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Londres: Harvard University Press.
- Deller, Ruth (2011). Twittering on: Audience research and participation using Twitter. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, n. 8, pp. 216-245. <https://www.participations.org/Volume%208/Issue%201/deller.htm>
- EBU (1996). *Eurovision Song Contest 1996 [Eurosong '96]*. Noruega: NRK, 187’.
- EBU (2008). *Eurovision Song Contest 2008 – Grand Final*. Serbia: PTC, 197’. Disponible en: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/eurovision-2020/final-festival-eurovision-song-contest-2008-belgrado-serbia/5564324/>
- EBU (2014). *Eurovision 2014. Press conference of Portugal (Suzy) 29/04/2014*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=YC8Cbrxcpyw>
- EBU (2018a). *Eurovision Song Contest 2018 – 1st Semi-final*. Portugal: RTP, 135’.
- EBU (2018b). *Eurovision Song Contest 2018 – 2nd Semi-final*. Portugal: RTP, 135’.
- EBU (2018c). *Eurovision Song Contest 2018 – Grand Final*. Portugal: RTP, 230’.
- Euronews (2018). *Gonçalo Madaíl em entrevista à Euronews*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bGBYPxpmS4Y>
- Fanon, Frantz (2009). *Piel negra, máscaras blancas*. Madrid: Akal.
- Faria Moreira, Cristina y Flor, Aline (2018). Transportes públicos reforçam serviços durante a Eurovisão. *Público*, 5 de mayo. Disponible en: <https://www.publico.pt/2018/05/05/local/noticia/transportes-publicos-reforcam-servicos-durante-a-eurovisao-1827217>
- Fenn, Daniel et al. (2005). How does Europe make its mind up? Connections, cliques, and compatibility between countries in the Eurovision Song Contest. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, n. 360 (2), pp. 576-598.
- Fettahoğlu, Fatma Merve (2017). *The impact of technology and traces of national representation on Eurovision strategies*. Estambul: Istanbul Technical University, Department of Industrial Product Design.
- Fes, Nik (2018). Eurovision 2018: the winner is Portuguese tourism. *Tourism Review*, 14 de mayo. Disponible en: <https://www.tourism-review.com/portuguese-tourism-benefited-greatly-from-eurovision-news10589>

- Filippim, Marcos L. y Bahl, Miguel (2017). Experiências de ressignificação de tradições carnavalescas em Podence e Ovar, Portugal. *Caderno Virtual de Turismo*, n. 17 (1), pp. 155-170. Disponible en: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1148/517>
- Foucault, Michel (2001). El sujeto y el poder. En Wallis, Brian (ed.), *Arte después de la modernidad*. Madrid: Akal, pp. 421-436.
- Freyre, Gilberto (1953). *Um brasileiro em terras portuguesas*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Galopim, Nuno (2017). *Eurovisão. Dos ABBA a Salvador Sobral*. Lisboa: A esfera dos livros.
- García Canclini, Néstor (2004). La cultura extraviada en sus definiciones. En *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa, pp. 29-44.
- Geertz, Clifford (2000). *Los usos de la diversidad*. Barcelona: Paidós.
- Gingrich, Andre (2004). Conceptualising identities. Anthropological alternatives to essentialising difference and moralizing about Othering. En G. Baumann y A. Gingrich (eds.), *Grammars of Identity/Alterity. A structural approach*. Londres: Berghahn Books/EASA series, pp. 3-17.
- Ginsburgh, Victor A.; Noury, Abdul (2005). Cultural Voting: The Eurovision Song Contest. *CORE Discussion Paper*, n. 6, pp. 1-19.
- Guillén Marco, Pilar (2018). ¿Espectáculo de la memoria o memoria del espectáculo? La representación del genocidio en el festival de Eurovisión. *EU-topías. Revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos*, n. 15, pp. 67-75. Disponible en: <http://eu-topias.org/espectaculo-de-la-memoria-o-memoria-del-espectaculo-la-representacion-del-genocidio-en-el-festival-de-eurovision/>
- Haan, Marco; Dijkstra, Siemon G. y Dijkstra, Peter T. (2005). Expert Judgment versus Public Opinion – Evidence from the Eurovision Song Contest. *Journal of Cultural Economics*, n. 29, pp. 59-78. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-005-6830-0>
- Hall, Stuart (2011). El espectáculo del otro. En Cruces Villalobos, Francisco y Pérez Galán, Beatriz (eds.). *Textos de Antropología Contemporánea*. Madrid: UNED, pp. 62-81.
- Hernández-Morales, Aitor (2018). La ‘lotería’ de Eurovisión: hasta 100 millones de euros en beneficios económicos para Lisboa. *El Mundo*, 14 de mayo. Disponible en: <https://www.elmundo.es/television/2018/05/14/5af7a5a222601d4e698b465b.html>
- Jarque, Vicente (2002). *Experiencia histórica y arte contemporáneo*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Jiandani, Sergio (2018). Czech Republic: Mikolas Josef films his postcard in Ponce. *ESC Today*. Disponible en: <http://esctoday.com/159149/czech-republic-mikolas-josef-films-postcard-ponce/>
- Jordan, Paul (2014). *The Modern Fairy Tale: Nation Branding, National Identity and the Eurovision Song Contest in Estonia*. Tartu: University of Tartu Press.

- Jordan, Paul (2017). Exclusive: The stage for Lisbon 2018 is revealed!, *Eurovision.tv*, 5 de diciembre. Disponible en: <https://eurovision.tv/story/2018-stage-design-revealed>
- Kalman, Julie y Wellings, Ben (2019). Entangled Histories: Identity, Eurovision and European Integration. En Kalman, Julie; Wellings, Ben y Jacotine, Keshia (eds.). *Eurovisions: Identity and the International Politics of the Eurovision Song Contest since 1956*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Lee Adams, William (2017). Eurovision 2018 stage design honours Portugal's connection with the sea. *Wiwibloggs*, 5 de diciembre. Disponible en: <https://wiwibloggs.com/2017/12/05/eurovision-2018-stage-design-honours-portugals-connection-sea/203411/>
- Lopes, Sofia Vieira (2016). "...E ergueram orgulhosas bandeiras...": Portugal e a Europa no festival RTP da canção. En Brescia, Marco Aurelio y Marreco Brescia, Rosana (eds.). *Actas do III Encontro Ibero-americano de Jovens Musicólogos*, Sevilla: Tagus-Atlanticus Associação Cultural, pp. 566-576.
- Lopes, Sofia Vieira (2017a). Portugal no Coração – Música e performance no Festival RTP da Canção enquanto veículos de narrativas identitárias. En Rita Ribeiro, Vítor de Sousa & Sheila Khan (eds.), *A Europa no mundo e o mundo na Europa: crise e identidade. Livro de atas*. Braga: CECS, pp. 150-165.
- Lopes, Sofia Vieira (2017b). O papel da imprensa na reconstrução de memórias televisivas. *Cuadernos de etnomusicología*, n. 10, pp. 211-240. Disponible en: <https://www.sibetrans.com/etno/cuaderno/28/cuadernos-de-etnomusicologia-n-10>
- M&M Production Management (2018). *Eurovision Diary 2018*, 15 de abril. Disponible en: <https://m-m-pr.com/index.php/references/eurovision-diary-2018/340-april-15>
- Machado, Pedro (2018). Challenges to Portuguese tourism – Restelo old man or Cristiano Ronaldo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, n. 10 (6), pp. 698-704. doi: <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0046>
- Mangorrinha, Jorge (2015). *A cultura eurovisiva: canções, política e o caso português*. Lisboa: Instituto Europeu Ciências da Cultura Padre Manuel Antunes, Centro de Literaturas e Culturas Lusófonas e Europeias, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Markovic, Dragana (2008). Circus in Wonderland: Interview with Boris Miljkovic. *BelGuest: Belgrade visitor's magazine*, n. 8, verano, pp. 15-17. Disponible en: https://issuu.com/milena_mihaljcic/docs/belguestprolece08screen
- Mirzoeff, Nicholas (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Mulvey, Laura (1988). *Pacer visual y cine narrativo*. Valencia: Centro de Semiótica y teoría del espectáculo, Universitat de València.
- Mutsaers, Lutgard (2007). Fernando, Filippo, and Milly: Bringing blackness to the Eurovision stage. En Raykoff, Ivan y Tobin, Robert D. (eds.). *A song for Europe. Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Aldershot: Ashgate, pp. 61-70.

- Pajala, Mari (2007). Finland, zero points: Nationality, failure and shame in the Finnish media. En Raykoff, Ivan y Tobin, Robert D. (eds.). *A Song for Europe. Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Aldershot: Ashgate, pp. 71-82.
- Panea, José Luis (2018). Correspondencias “en nombre de” la canción: vecindad, extranjería y aprobación. *Arte y Políticas de Identidad*, n. 18, pp. 87-108. doi: <https://doi.org/10.6018/reapi.336021>
- Panea, José Luis (2019). Eurovisión 2019: ¿El odio prevalecerá? *Cultural Resuena*, 24 de mayo. Disponible en: <http://www.culturalresuena.es/2019/05/eurovision-2019-el-odio-prevalecera/>
- Pinto Teixeira, Luísa y Stokes, Martin (2013). “And After Love...”: Eurovision, Portuguese Popular Culture, and the Carnation Revolution. En Tragaki, Dafni (ed.). *Empire of song. Europe and Nation in the Eurovision Song Contest*. Plymouth: Scarecrow Press, pp. 221-240.
- Pyka, Marcus (2019). The power of violins and rose petals: The Eurovision Song Contest as an arena of European crisis. *Journal of European Studies*, 49 (3-4), pp. 448-469.
- Reis, Hélder (2018). *O turismo | Eurovisão 2018*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4uao-ovqNfU>
- Rico, Vicente (2015). Portugal no participará en Eurovisión 2016. *Eurovision-spain*. Disponible en: <https://www.eurovision-spain.com/iphp/noticia.php?numero=10169>
- Raposinho Diamantino, y Mota, Luís F. (2019). The Challenging Implementation of World Heritage Historic Centres’ Preservation Programmes: A Comparative Case-Study Analysis in Portugal. *Historic Environment: Policy and Practice*, n. 10 (2), pp. 178-197. doi: <https://doi.org/10.1080/17567505.2019.1577347>
- Rios, Ricardo (2014). O discurso político-ideológico no Eurovision Song Contest 2011. *XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vila Velha*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 22 y 25 de mayo. Disponible en: http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/lista_area_IJ05.htm
- Roche, Maurice (2000). *Mega-Events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Londres y Nueva York: Routledge.
- RTP (2017). Logótipo: por que escolhemos a concha e não uma das outras 12 opções? *RTP - Media*, 8 de noviembre. Disponible en: <https://media.rtp.pt/festivaldacancao/artigos/logotipo-escolhemos-concha-nao-das-outras-12-opcoes/>
- Said, Edward (1990). *Orientalismo*. Madrid: Libertarias/Prodhuñi.
- Salazar Benítez, Octavio (2017). Salvador Sobral: otra masculinidad es posible. *El Plural*, 16 de mayo. Disponible en: <https://tribunafeminista.elplural.com/2017/05/salvador-sobral-otra-masculinidad-es-posible/>
- Sandvoss, Cornel (2008). On the Couch with Europe: The Eurovision Song Contest, the European Broadcast Union and Belonging on the Old Continent. *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, n. 6 (3), pp.190-207.

- Santos Ferreira, Ricardo (2017). Gonçalo Reis: ‘Vamos fazer o mais barato Festival da Eurovisão de sempre’. *O Jornal Económico*, 15 de octubre. Disponible en: <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/goncalo-reis-vamos-fazer-o-mais-barato-festival-da-eurovisao-de-sempre-220049>
- Silvestre, Javier (2018). El negocio que Eurovisión ha sido para Lisboa. *La Vanguardia*, 14 de mayo. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/television/20180514/443562879957/eurovision-2018-lisboa-negocio-millones.html>
- Spierdijk, Laura y Vellekoop, Michel (2006). Geography, Culture and religion: explaining the bias in Eurovision song contest voting. En *Applied Mathematics Memoranda*, no. 1794. Enschede: University of Twente, Department of Applied Mathematics. <https://research.utwente.nl/en/publications/geography-culture-and-religion-explaining-the-bias-in-eurovision->
- Trindade, Luís (2016). Television Culture and Social Change in Post-Revolutionary Portugal. En Kornetis, Kostis; Kotsovoli, Erini y Papadogiannis, Nikolaos. *Consumption and Gender in Southern Europe since the Long 1960s*. Londres: Bloomsbury.
- Tudela, Nicolau (2019). Ser curioso é ser hábil na vida. *TED: Ideas, worth, spreading*. Disponible en: https://www.ted.com/talks/ser_curioso_e_ser_habil_na_vida_nicolau_tudela_tedxesev_2019
- Vignoles, Julian (2015). *Inside the Eurovision Song Contest. Music, Glamour and Myth*. Dublín: The Liffey Press.
- Vuletic, Dean (2018). *Postwar Europe and the Eurovision Song Contest*. Londres y Nueva York: Bloomsbury.
- Wolther, Irving (2012). More than just music: the seven dimensions of the Eurovision Song Contest. *Popular Music*, n. 32 (1), pp. 165-171.
- Yair, Gad (2019). Douze point: Eurovisions and Euro-Divisions in the Eurovision Song Contest. Review of two decades of research. *European Journal of Cultural Studies*, n. 22 (3), pp. 1013-1029 doi: <https://doi.org/10.1177/1367549418776562>
- Zwart, Josianne (2018). Eurovision backstage: Greetings from Portugal. *Eurovision.tv*, 17 de junio. Disponible en: <https://eurovision.tv/story/backstage-postcard-producer-greetings-from-portugal>