

Recuperando a Memória Audiovisual: o *Eurovision Song Contest* no Brasil¹

Ricardo Matos de Araújo RIOS²

Doutorando

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Este artigo pretende apresentar a história do *Eurovision Song Contest* (ESC) no Brasil através de recuperação memorial do evento, além de discutir a relevância deste produto audiovisual no país. O artigo utiliza como alicerce teórico as ideias de Bourdieu (1997), Debord (1997), Ricoeur (2010), Ribeiro et alli (2017) e Figaro (2015). Pretende-se, com este artigo, descobrir se o *Eurovision Song Contest* impactou o Brasil enquanto produto midiático relevante e se de fato impactou culturalmente e no consumo midiático do Brasil, contribuindo, assim, com a pesquisa Eurovisiológica no país.

Palavras-chave: Brasil, Eurovision Song Contest, História, Recuperação de Memória.

1. INTRODUÇÃO

Criado em 1956 pela *European Broadcasting Union* (EBU), entidade que reúne emissoras de Rádio e TV públicas e estatais na Europa, Ásia e Norte da África, como uma forma de unir a Europa após a Segunda Guerra Mundial, o *Eurovision Song Contest* (ESC) é um concurso de músicas produzido e televisionado pela EBU anualmente, em maio. Historicamente, o concurso de talentos revela expoentes da música internacional, tais como Julio Iglesias, Olivia Newton-John, banda ABBA e Céline Dion.

Com uma audiência estimada em mais de 180 milhões de pessoas em 2019, de acordo com Groot (2019), o ESC é restrito no Brasil, atualmente, a um pequeno público. A memória audiovisual é um patrimônio que precisa ser preservada e registrada adequadamente. Como pontua Bosi (1979, p.15), a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo ‘atual’ das representações. Entretanto, como trabalhar o “corpo presente” através da memória audiovisual quando o produto a ser analisado não é popular no Brasil?

¹ Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

² Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela UFSJ, Mestre em Relações Internacionais pela PUC-MG e pela Universidade de Coimbra. Doutorando em Comunicação Social pela UFJF. Vencedor do 3º Prêmio José Marques de Melo de Estímulo à Memória da Mídia. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: ricmrios@gmail.com / Twitter: @ProfessorRios

Com base nisso, e nos conceitos de ideologia, identidade e comunidades imaginadas, verificaremos como Israel construiu e projetou sua imagem no ambiente midiático do ESC, tendo como norte o impulsionamento sociocultural que o Concurso consegue emitir em todo o continente euroasiático. A pesquisa pretende contribuir para outras investigações sobre o ESC e a relação entre mídia e política externa.

2. O EUROVISION SONG CONTEST

O *Eurovision Song Contest* (ESC) é um concurso de músicas criado em 1956 pela *European Broadcasting Union* (EBU), entidade que reúne emissoras de Rádio e TV públicas e estatais na Europa, Ásia e Norte da África, como uma forma de unir a Europa após a Segunda Guerra Mundial. A primeira edição foi feita em Lugano, na Suíça. Todos os países filiados à EBU podem participar e enviar músicas ao ESC. O vencedor é decidido através de uma votação nos países participantes.

O ESC é um concurso de canções produzido e televisionado nos meses de maio pela *European Broadcasting Union* (EBU), órgão que integra emissoras de rádio e televisão da Europa e países das redondezas. Realizado desde 1956, como uma maneira de unir a Europa após a Segunda Guerra Mundial, o festival atualmente atinge cerca de 197 milhões de telespectadores de 40 países, de acordo com Storvik-Green (2015). Historicamente, o concurso de talentos revela expoentes da música internacional, tais como Julio Iglesias, Olivia Newton-John, banda ABBA e Céline Dion.

O nome *Eurovision*, criado originalmente para a rede de emissoras que compunham a cadeia de transmissões da EBU, foi cunhado pelo jornalista inglês George Campey em uma notícia sobre o desenvolvimento da entidade de radiodifusão. O título da notícia foi uma corruptela da junção das palavras *European* e *Television*, formando assim o *Eurovision*. Segundo Roxburgh (2015), Campey começou a trabalhar na emissora britânica BBC em 1954 quando a rede da EBU começou a se desenvolver e chamava “Continental Television Exchange”. Ele se lembrou do título da matéria e sugeriu à chefia da BBC a troca do nome da rede para *Eurovision*, algo que inicialmente foi recusado, mas aceito mais tarde.

O que define quem participa ou não do ESC é a afiliação dos canais de televisão à EBU. Um canal é considerado membro se pertencer à Área de Radiodifusão Europeia, uma linha imaginária definida pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), agência da

ONU responsável por padronizar e regular as ondas de rádio e telecomunicações internacionais. A linha passa a leste pelo meridiano 40° ao Leste de Greenwich e no sul pelo paralelo 30° Norte, agregando Europa, parte da Ásia e Norte da África. Mesmo com essas regras, membros associados à EBU e que não estejam na Área de Radiodifusão Europeia também podem participar do Concurso, desde que sejam convidados pelo Grupo de Referência do Concurso, como foi o caso da Austrália em 2015 e 2016. Por essa regra, o Brasil poderia participar do ESC caso houvesse o convite, sendo que a candidatura brasileira ficaria sob responsabilidade da TV Cultura, de São Paulo, que é associada à EBU.

3. SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E A TELEVISÃO

Bourdieu (1997, p. 50-51) pontua que a televisão permeia o campo da produção simbólica, ou seja, atuando na criação de realidades. Segundo o autor, a TV é um instrumento de comunicação pouco autônomo, que possui várias restrições devido às relações sociais entre os jornalistas, concorrência, cumplicidade e interesses comuns dentro do campo da produção simbólica. Ele observa que a televisão possui extensão extraordinária sobre a atividade cultural da população. Sobre a força da TV dentro da produção simbólica, o autor coloca que:

Por exemplo, a televisão pode reunir em uma noite diante do jornal das 20 horas mais pessoas do que todos os jornais franceses da manhã e da noite reunidos. Se a informação fornecida por tal meio se torna uma informação-ônibus, sem aspereza, homogeneizada, vêem-se os efeitos políticos e culturais que podem resultar disso. É uma lei que se conhece muito bem: quanto mais um órgão de imprensa ou um meio de expressão qualquer pretende atingir um público extenso, mais ele deve perder suas asperezas [...] Na vida cotidiana, fala-se muito da chuva e do tempo bom porque é o problema com o qual se está certo de não causar choque - salvo se se discute com um camponês que tem necessidade de chuva enquanto se está de férias, é o assunto *soft* por excelência. Quanto mais um jornal estende sua difusão, mais caminha para assuntos-ônibus que não levantam problemas. Constrói-se o objeto de acordo com as categorias de percepção do receptor. É o que faz com que todo o trabalho coletivo que tende a homogeneizar e a banalizar, a "conformizar" e a "despolitizar" etc. (BOURDIEU, 1997, p. 62-63)

A televisão analisada por Bourdieu é a europeia, constituída em um ambiente de forte presença dos canais públicos e, conseqüentemente, do Estado. Para comparação, a televisão da América é, em sua maioria, calçada no modelo privado e tem toda uma constituição diferenciada. Entretanto, os dois modelos se convergem em um ponto: a busca constante pela audiência e pelo espetáculo. Conforme o supracitado autor (1997, p. 68), na década de 1950 a TV tinha caráter cultural e impunha produtos "com pretensão cultural", como documentários e obras clássicas da literatura, para formar o gosto do grande público.

Já na década de 1990, a massificação midiática passou a explorar experiências vividas, o voyeurismo e o exibicionismo, revertendo-se em espetacularização das imagens e em audiência do público.

A espetacularização colocada por Bourdieu vai de encontro ao que diz Guy Debord dá o nome de “sociedade do espetáculo”. Segundo Debord (1997), a sociedade do espetáculo transforma toda ação de comunicação em uma encenação, com intenções alienantes em relação à sociedade. Ele alerta para a espetacularização da cultura e das informações, dizendo que “Sob todas as suas formas particulares - informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade” (DEBORD, 1997, p. 14).

Diferentemente de Bourdieu e Debord, o processo de espetacularização é visto de forma mais positiva por Born Steinberger (2005). A autora coloca que (p. 97) há um processo de *geopolítica da cultura*, onde a cultura é transformada em necessidade e os bens simbólicos criados pelo ambiente cultural se tornam em capital. Muito além de um campo de produção simbólica, a televisão transforma todas as imagens em capital, modificando sua percepção de entretenimento das massas para algo muito além: um modelo de negócios forte, de penetração global, o que se transforma em algo atrativo para as empresas de mídia, como as emissoras de televisão brasileiras.

4. UMA REFLEXÃO DO PROCESSO DE HISTORICIDADE APLICADO AO EUROVISION SONG CONTEST NO BRASIL

O processo de memória é uma narrativa que, como pontua Ricoeur (2010), se transforma em uma guardiã do tempo. A construção dessa narrativa passa por fatos transmitidos via elementos de oralidade ou materiais físicos. Se pensarmos no processo de memória da mídia, recorreremos aos mesmos materiais. Entretanto, a diferença ao criar a memória de produtos audiovisuais está no recurso principal: a sua gravação. O momento de aura do audiovisual, como define Benjamin (1955), é o seu produto final. A reunião das pessoas para consumir aquele produto é o que transforma a experiência do audiovisual.

Como observam Ribeiro *et al.* (2017, p. 42), "pressupor a questão da narrativa nos estudos em comunicação é discutir a temporalidade e as convenções narrativas em regimes de historicidades precisos". Ou seja, considerando o objeto deste artigo, é necessário pensar os aspectos que constituem a formação da linha do tempo do Concurso no Brasil e,

principalmente, de que forma o produto aqui analisado impactou cada época de presença no país.

Segundo Figaro (2015, p. 152-153), os historiadores negligenciam os meios de comunicação como atores históricos, pois,

Schudson (1993: 211), no capítulo “Enfoques históricos a los estudios de la comunicación” do livro *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, introduz a temática afirmando: “A escrita da história da comunicação está tristemente subdesenvolvida” (tradução livre). Isso porque, para ele, os historiadores estão preocupados com as causas e efeitos (dos fatos passados) e entendem os meios de comunicação apenas como transmissores. Nesse sentido, os meios de comunicação não ocupariam o primeiro plano dos acontecimentos históricos. Via de regra, o protagonismo estaria com instituições como a igreja, o estado e o partido. A história do livro, da leitura e da leitura pública é, para Schudson, uma exceção na área, com rico levantamento bibliográfico e sistemática pesquisa em arquivos. O autor também salienta que o estudo da comunicação demanda análise da produção, da mensagem e da recepção pelo público, e para ele, sem dúvida, a recepção é a que menos tem recebido atenção dos historiadores. (FIGARO, 2015, p. 152-153)

Se considerarmos o ESC como ator político relevante na Europa, como colocam Vuletic (2019), Fricker e Gluhovic (2013), Rios (2017) e Jordan (2014), o Concurso possui protagonismo histórico de extrema relevância, merecendo, inclusive, olhar especial da Academia.

Pensando a Comunicação como “um processo de princípio integrante da prática humana” (FIGARO, 2015, p. 155), se o trabalho se propõe a levantar aspectos históricos de um produto comunicacional no Brasil é porque, em algum momento do tempo histórico, este produto esteve em sintonia com os anseios do público e pode entregar aquilo que era esperado. Mas, se hoje o Concurso não encontra tanta ressonância no território nacional, precisamos recorrer a outras fontes além do produto físico audiovisual para compreender como o ESC se fez presente no território nacional. Essas fontes podem ser jornais, revistas e outros materiais impressos da época.

Dentro da Sociedade do Espetáculo, onde a televisão cria simbolismos, o processo de historicidade do ESC no Brasil se faz relevante, considerando seu peso continental na Eurásia.

5. O EUROVISION SONG CONTEST NO BRASIL

A primeira vez que o Brasil viu a palavra Eurovision foi em 1954, na edição do jornal A Noite³, do dia 07 de junho. A nota falava sobre a inauguração da rede de emissoras públicas de TV que compunham o Eurovision. Apesar de na época o Brasil ter redes de televisão já consolidadas, a ideia de uma rede internacional de TVs era novidade:

A "Eurovision"

LONDRES, 6 (U. P.) - A "Eurovision", a mais extensa cadeia de televisão jamais projetada, começou a funcionar, hoje, ante mais de doze milhões de televidentes de oito países da Europa. O programa será uma alocação do Papa XII, que falará em seis idiomas. Os países servidos pelo referido serviço de televisão são a Grã-Bretanha, França, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Suíça e Alemanha Ocidental (A NOITE, 1954. p. 1)

Dias depois, em 13 de junho, o jornal Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, explica melhor o que é a experiência audiovisual da Eurovisão:

TELEVISÃO NA EUROPA

No período de 8 de junho a 14 de julho, inclusive, a Europa está realizando uma grande experiência no campo da televisão. A Grã-Bretanha, Bélgica, França e a Alemanha Ocidental estarão reunindo seus esforços para produzir e transmitir programas de televisão que serão vistos e ouvidos simultaneamente nos oito países. Trata-se de uma experiência única na história da televisão, na qual cada um dos países estará usando certo equipamento de televisão fabricado na Grã-Bretanha. São notáveis as distâncias a serem cobertas; de Copenhague, no norte, até Roma, no sul, e para o oeste até a Irlanda do Norte; e as dificuldades técnicas a serem superadas são realmente prodigiosas. Se a experiência for bem sucedida, constituirá um grande triunfo dos técnicos dos oito países e dos homens de visão que conceberam o grande projeto.

A "Eurovision", como a experiência foi chamada, começa na Suíça, com a "Festa dos Narcisos" em Genebra. O dia da Grã-Bretanha é 12 de junho, com um programa de atletismo de Glasgow, uma parada da reserva voluntária da Rainha Real, que Sua Majestade a Rainha passará em revista, uma visita às provas hípcas de Richmond e uma excursão em volta de Londres, com o auxílio da câmara ambulante da BBC. A Holanda contribuirá com uma festa de crianças de Amsterdã; a Alemanha Ocidental com um programa "As Margens do Reno"; a Dinamarca com uma irradiação de Copenhague; a Bélgica com um programa da Grande Place, em Bruxelas; a França mostrará o famoso Palácio de Versalhes e possivelmente uma revista parisiense. A Itália levará os espectadores até Siena, para admirar o "Palio", uma corrida de cavalos em costumes medievais que vem sendo realizada, pelas ruas da velha cidade, duas vezes por ano, durante vários séculos; e durante todo o mês, haverá jogos internacionais de futebol transmitidos da Suíça. Os problemas de tal intercâmbio continental são variados e complexos, mas se o ambicioso plano for bem sucedido, será o antecedente da "Eurovision" de três meses que se iniciará no próximo mês de outubro. — (B.N.S.).

FIGURA 01: notícia sobre a Rede Eurovision em 1954. Disponível em http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_06&pagfis=37201&pesq=eurovis%C3%A3o. Acesso em: 22 jan. 2020.

Já a primeira referência ao ESC existente nos jornais brasileiros data de 26 de outubro de 1960, na matéria "Jacqueline é sucesso do Brasil", do Jornal do Brasil⁴. Jacqueline é a cantora Jacqueline Boyer, que venceu a edição daquele ano com a música

³ Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_05&pesq=eurovision>

⁴ Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_08&PagFis=11420.

“Tom Pillibi”. Seu sucesso no Brasil, segundo a reportagem, se deu após a regravação de uma música da cantora Maísa em francês.

Em 1965, a rádio do jornal supracitado apresentou⁵ as músicas vencedoras do Concurso daquele ano, realizado no Principado de Luxemburgo. No ano seguinte, com a realização do 1º Festival Internacional da Canção (FIC), no Rio de Janeiro, o ESC ganha relevância no país, já que o vencedor do Eurovision de 1966, Udo Jürgens, seria um dos concorrentes. O fato foi nota no jornal Correio da Manhã, de 21/08/1966:



FIGURA 02: notícia sobre a participação do vencedor do ESC de 1966 no 1º FIC. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_07&pagfis=74160. Acesso em: 22 jan. 2020.

Após a final do 1º FIC, a edição do Correio da Manhã de 01/11/1966 trouxe uma crítica à Competição Internacional⁶, dizendo que as canções estavam padronizadas como as do ESC:

O panorama internacional, delineado no I Festival Internacional da Canção Popular, anda bem próximo da cristalização na Europa, onde os programas da Eurovisão tornam as canções comuns a todos os países, restringindo os temas nacionais à intimidade folclórica. Esta realidade, se bem que não atinja os fundamentos do cancionero popular de cada país, levará a canção a uma espécie de dupla personalidade, chegando à internacionalização mais rapidamente aqueles que intermitentemente sofrem as influências exteriores, enquanto outros grupos, cada vez menores, manterão ainda alguma pureza. (CORREIO DA MANHÃ, 1966)

⁵ Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_08&PagFis=68734.

⁶ O FIC era dividido em duas competições: a fase nacional, onde se escolhia a melhor canção brasileira, e a internacional, onde era eleita a melhor música entre todos os países participantes.

Em 1967, Jürgens foi convidado novamente para participar do FIC, mas teve problemas de saúde e não veio ao Festival. Ele foi substituído pelo terceiro colocado do ESC daquele ano, Peter Horton, como mostra o jornal *Correio da Manhã*⁷ de 12/10/1967. Horton terminou o FIC na sexta posição. Bill Martin e Phil Coulter, os autores de *Puppet on a String*, canção vencedora do ESC de 1967, participaram do FIC daquele ano representando a Inglaterra com a música *Celebration*, que terminou a competição em 4º lugar.



FIGURA 03: notícia sobre a ausência do vencedor do ESC de 1966 no 2º FIC. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_07&pagfis=86413. Acesso em: 22 jan. 2020.



FIGURA 04: notícia sobre a presença dos autores da canção vencedora do ESC de 1967 no 2º FIC. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_07&pagfis=86622. Acesso em: 22 jan. 2020.

⁷ Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_07&pagfis=86413.

O ESC se mostrava popular, ainda que indiretamente, no país. A presença dos artistas do *Eurovision Song Contest* no FIC mantinham o Concurso no imaginário popular. Com este cenário, a Rede Tupi, dos Diários Associados, adquiriram junto à EBU o direito de transmissão do ESC. O Concurso foi exibido pela Tupi em três oportunidades: 1969, 1970 e 1972.

Na primeira exibição no país, em 1969, a TV Tupi fez um grande anúncio no *Jornal do Brasil* informando sobre a transmissão:



FIGURA 05: anúncio da TV Tupi sobre o Eurovision 1969 na edição de 29 de março de 1969 do *Jornal do Brasil*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/030015/per030015_1969_00299.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2020.

O texto do anúncio diz:

VIA SATÉLITE
DIA 29
FESTIVAL DA EUROVISÃO
O CONCURSO DA CANÇÃO DA EUROPA

Sábado que vem, diretamente da Espanha, via satélite, você vai ter em casa os cantores de toda a Europa. A fina flôr da música européia estará presente ao seu aparelho de televisão, no próximo sábado, dia 29, às 20:15h. Esta transmissão será realizada, com a mais absoluta exclusividade, pela TV-TUPI do Rio de Janeiro, TV-TUPI de S. Paulo e TV-ITACOLOMI de B. Horizonte. Serão 2 horas de emoções proporcionadas pelos melhores representantes da canção européia.

Patrocínio do Sistema Financeiro de Habitação. Colaboração das Caixas Econômicas do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e da CODERJ - Cia. de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. (JORNAL DO BRASIL, 1969, p. 9)

A imprensa da época não faz nenhuma referência aos motivos que levaram a TV Tupi a adquirir o concurso, nem sua repercussão ou como foi a transmissão (se houve tradução simultânea, como as regras foram explicadas ao público e se aconteceu algum problema no satélite). Outro fator que dificulta a pesquisa sobre a exibição do ESC na Tupi é a falta de digitalização de reportagens sobre o assunto na emissora. Na Cinemateca Brasileira, que é a detentora das fitas do acervo jornalístico da TV Tupi de São Paulo, não existe nenhuma referência ao Concurso.

Algo relevante do anúncio é o patrocínio de órgãos governamentais à transmissão em pleno período de Ditadura Militar, que tinha como política exaltar o produto nacional. Qual seria o verdadeiro motivo do apoio ditatorial à transmissão do ESC no Brasil? Algumas hipóteses podem ser levantadas, como a exibição de imagens via satélite no Brasil, para mostrar a excelência da indústria brasileira da Comunicação, seguindo o que havia de mais moderno no mundo ou até mesmo para comparar o concurso europeu com os realizados no Brasil.

Porém, com a concorrência da TV Excelsior e da TV Globo, a Tupi tentava se diferenciar trazendo produtos diferenciados ao Brasil, como a Liga de Futebol Americano (NFL). Como empresa de comunicação, a Tupi sabia da força do Festival Internacional da Canção (FIC), promovido pela TV Globo, e tentou trazer seu contraponto ao Brasil como uma forma de concorrer com o concurso feito por este canal de TV.

O Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, trouxe uma nota com os resultados do ESC de 1969:

Canções da Eurovisão

A classificação dos 16 competidores do Grande Prémio Eurovisão da Canção, que se disputou ontem à noite em Madri, foi a seguinte:

- 1 — Empatadas, Salomé (Espanha), Lulu (Grã-Bretanha), Lennie Kuhr (Holanda) e Frida Boccarra (França), 18 pontos.
- 5 — Paulo (Suíça), 13 pontos.
- 6 — Empatados, Jean Jacques (Mónaco), e Kirti Sparboe (Noruega), 11 pontos.
- 8 — Empatados, Mariel Day (Irlanda) e Louis Neffes (Bélgica), 10 pontos.
- 10 — Empatados, Tommy Koerberg (Suécia), e Stw Malkvist (Alemanha), 8 pontos.
- 12 — Romuald (Luxemburgo), 7 pontos.
- 13 — Jarkko And Laura (Finlândia) 6 pontos.
- 14 — Empatados, Ivan Ivica Krajac (Iugoslávia) e Iva Senicchi (Itália) 5 pontos.
- 16 — Simone de Oliveira (Portugal) 4 pontos.

FIGURA 07: nota sobre o resultado do ESC 1969 no Correio da Manhã de 30 de março de 1969. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_07&pagfis=100647>. Acesso em: 22 jan. 2020.

Em 1970, o anúncio do ESC na imprensa nacional foi mais tímido. A edição do jornal Folha de São Paulo de 21 de março destaca a transmissão ao vivo do ESC na programação da TV do dia e em uma rápida chamada na coluna TV Show, que diz “Assista hoje o Festival Eurovisão da Canção, pelo Canal 4, diretamente da Holanda, às seis horas da tarde”.

Em 1972, último ano em que o ESC foi exibido em TV aberta no Brasil, a Tupi anunciou que a transmissão do ESC seria um teste do canal para a TV a cores, que iniciaria suas operações no dia 01 de abril do mesmo ano, de acordo com a edição do Jornal do Brasil de 25 de março⁸:

TV TUPI

A TV Tupi informou ontem que somente no decorrer da próxima semana irá informar a sua programação regular de transmissões a cores, a partir de 1º de abril, pois o assunto ainda está em estudos. Esta emissora deverá se restringir, também, nos primeiros meses, a exibição de filmes coloridos, para atender o limite de 10 horas semanais.

Essa estação estará transmitindo hoje, a partir de 17h30m, conforme anunciou; o Festival da Canção Européia, que se realizará em Edimburgo (Escócia). A transmissão — em caráter experimental — será recebida via satélite, com imagem gerada pela BBC de Londres. (JORNAL DO BRASIL, 1972, p. 13)

Após 1972, as transmissões do *Eurovision Song Contest* no Brasil cessaram na TV aberta. Mesmo assim, a relevância do ESC no Brasil não parou com este hiato. Na década de 1980, a Itália entrou no Concurso com “Gente di Mare”. A música ganhou uma versão no Brasil chamada “Felicidade”, que foi gravada por diversos artistas. Em 1996, uma artista brasileira participou pela primeira vez na história da competição. Miriam Christine representou Malta e terminou na 10ª posição.

⁸ Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/030015/per030015_1972_00298.pdf>.

Em 2018, com a realização do ESC em Lisboa (Portugal), o evento contou com dois artistas brasileiros: Laura Rizzotto e Caetano Veloso. Rizzotto representou a Letônia no Concurso daquele ano, através da canção *Funny Girl*. Ela venceu o programa *Supernova*, a seletiva letã para o ESC, se apresentou na segunda semifinal do ESC, mas não se classificou à final. Já Veloso foi convidado especial da final, onde se apresentou com o vencedor de 2017, Salvador Sobral, e cantaram *Amar Pelos Dois*, que se tornou a música de abertura da novela “Tempo de Amar”, da TV Globo. Outro fato relevante é que 0,18% de todos os ingressos do ESC 2018 foram vendidos a brasileiros, segundo Santos (2018). Esse número foi maior que de cidadãos de países participantes do Concurso, como Estônia (0,17%) e Azerbaijão (0,02%). Este dado vai de encontro a uma pesquisa IPSOS encomendada pela EBU (2020), onde 1000 brasileiros foram ouvidos para falar sobre o consumo do Concurso. Nesta base, 14% já assistiram ao Eurovision uma vez. 22% já ouviram falar sobre, mas nunca viram. Para essa base, foi questionada qual a probabilidade de assistir alguma semifinal ou a final de 2020. 18% disse que seria muito provável. 30% às vezes. 16% pouco provável. 26% improvável. 11% não soube responder. Estes 18% representam o maior índice de probabilidade das Américas, mostrando que o Concurso possui apelo junto a um público nichado, já que a amostra brasileira da pesquisa, segundo o Instituto, é mais urbana, tem nível educacional maior, com grande acesso à internet e/ou são mais ricos que a média da população.

Em 2019, o brasileiro Eduardo Lobo foi o responsável pela construção do palco do trio norueguês Keiino, o campeão do televoto com a canção “*Spirit In The Sky*”. Em 2018, 2019 e 2021, as canções do Chipre foram coescritas por brasileiros.

Nos últimos anos, coube à Rádio Antena 1, dentro do programa “10 Mais Europa”, apresentar a música vencedora do ESC na rádio brasileira.

O país também possui sites especializados em cobrir o Concurso. Além disso, outros fatos curiosos envolveram o Brasil e o ESC. Em 2013, a cantora Natália Kelly, que é filha de uma brasileira, representou a Áustria na competição, mas foi eliminada na semifinal. Em 2016, Dima Bilan (vencedor do ESC de 2008) e Polina Gagarina (representante da Rússia no ESC de 2015), carregaram a Tocha Olímpica no interior do Rio de Janeiro. Nas notas à imprensa divulgada pelo Comitê Rio 2016, a participação dos dois no Concurso foi ignorada. No Brasil, o Concurso é atualmente exibido por canais étnicos da TV paga, como TVE Internacional, RTP, RAI e DW, além de transmissão ao vivo oficial no YouTube.

É curioso observar que o ESC foi um importante divulgador da cultura europeia no Brasil durante as décadas de 1960 e 1970. Mesmo sem exibição na TV aberta após os anos 70, o Concurso manteve sua relevância cultural no Brasil. Historicamente, a cultura festivaleira na TV brasileira é relevante⁹, mas no caso Eurovision-Brasil é importante observar que, algo que impulsiona o Concurso nos países participantes não existe no país: a falta de participação nacional constante no Concurso. Esse aspecto é fundamental para compreendermos a falta de massificação do ESC, o que impediria uma torcida pelo candidato nativo ou até mesmo o ufanismo e representações nacionalistas dentro da transmissão.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das especificidades do ESC para outros programas de entretenimento é seu viés político, seja por meio dos discursos emitidos nas canções ou pela própria produção do programa. O ESC acontece como uma espécie de Copa do Mundo, onde cidades e países mobilizam-se para participar do evento. A importância dada em vários países ao ESC mostra que este produto midiático é muito importante como ator político. Se não fosse ator político relevante, jamais o ESC seria usado como plataforma para divulgar a Europa.

Conforme afirmamos (RIOS, 2017, p. 185), o *Eurovision* é um importante *soft power* nas Relações Internacionais europeias. Em um continente destroçado após a Segunda Guerra, o ESC foi um catalizador de sentimentos sobre a música europeia e um grande divulgador da cultura europeia no Brasil.

Não é possível dizer, de maneira alguma, que o ESC foi irrelevante no Brasil. Muito pelo contrário. É possível afirmar, com base na linha do tempo construída por este trabalho e com a pesquisa historiográfica aqui desenvolvida, que o ESC foi extremamente relevante para a cultura musical brasileira nos anos 60 e 70 do Século 20. Mesmo que o Brasil tenha perdido a cultura dos festivais de música na televisão, é possível dizer que o ESC inspirou os diversos festivais no país, juntamente com Sanremo, da Itália.

⁹ Várias ações similares aconteceram no país. A mais notável foi o Festival OTI da Canção, realizado pela Organização da Televisão Iberoamericana (OTI), equivalente latino-americana da EBU, até 2000. Com regras semelhantes ao do ESC, o Brasil venceu a primeira edição, em 1972, e teve o direito de sediar a edição seguinte, realizada no Palácio das Artes, em Belo Horizonte (MG). O ESC serviu de inspiração para formatos brasileiros de festivais da canção, como o *Festival Brasileiro da Música Popular*, da extinta TV Excelsior, ou o *Festival Internacional da Canção*, da TV Globo.

Dentro da Sociedade do Espetáculo, onde a cultura é espetacularizada de maneira exacerbada, o ESC faz parte deste movimento sociocultural. No caso aqui analisado, o ESC também faz parte da história da mídia brasileira.

Espera-se que este artigo possa contribuir com estudos futuros sobre história da mídia e *Eurovision Song Contest*.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORN STEINBERGER, Margarethe. **Discursos geopolíticos da mídia – jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. São Paulo: FAPESP, 2005.

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: Tao, 1979.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CORREIO DA MANHÃ (1966). **O mundo em tom de canção**. Rio de Janeiro: Correio da Manhã, 1966.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

IPSOS (2020). **Eurovision Song Contest: 65 years on, poll shows high awareness and viewership within and far beyond Europe**. Disponível em: <https://www.ipsos.com/en/eurovision-song-contest-65-years-poll-shows-high-awareness-and-viewership-within-and-far-beyond>. Acesso em: 02 jun. 2021.

FIGARO, Roseli. O(s) método (s) histórico (s) nas pesquisas em comunicação. *In: Matrizes*. vol.9, n.2. jul./dez. 2015. São Paulo: ECA/USP.

FRICKER, Karen; GLUHOVIC, Milija (orgs.). **Performing The 'New' Europe: identities, Feelings, and Politics in the Eurovision Song Contest**. Nova York (EUA): Palgrave Macmillan, 2013.

GROOT, Evert (2019). **182 million viewers tuned in to the 2019 Eurovision Song Contest**. Disponível em: <https://eurovision.tv/story/182-million-viewers-2019-eurovision-song-contest>. Acesso em: 10 jan. 2020.

JORDAN, Paul. **The Modern Fairy Tale: Nation Branding, National Identity and the Eurovision Song Contest in Estonia**. Tartu (Estônia): University of Tartu Press, 2014.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; LEAL, Bruno Souza; GOMES, Itania. A historicidade dos processos comunicacionais: elementos para uma abordagem. *In: MUSSE, Christina Ferraz; SILVA, Herom Vargas; NICOLAU, Marcos Antônio. Comunicação, mídias e temporalidades*. Salvador: Edufba, 2017.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**, v. 1. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

RIOS, Ricardo. **Mídia e Política Externa: a extensão do Conflito de Nagorno Karabakh no Eurovision Song Contest.** Belo Horizonte: PUC Minas, 2017.

SANTOS, Lina. **Quem comprou os bilhetes para a Eurovisão? Eritreia, Suazilândia, Saipan....** Disponível em: <https://www.dn.pt/media/quem-comprou-os-bilhetes-para-a-eurovisao-eritreia-suazilandia-saipan-9255081.html>. Acesso em: 22 jan. 2020.

VULETIC, Dean. **Postwar Europe and the Eurovision Song Contest.** Londres (Inglaterra): Bloomsbury, 2019.