



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

EUROTEKA

**Proyecto de creación de una revista
especializada en el Festival de Eurovisión**

Belén López González

Tutora: Nereida López Vidales

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo.**

Curso: 2022-2023

RESUMEN

El Festival de Eurovisión nace en 1956 como iniciativa de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) con el objetivo de unir a distintos países a través de la música. Sesenta y siete años después el festival sigue celebrándose, convirtiéndose así en el programa de televisión más longevo del mundo.

A pesar de su relevancia, en tema de audiencias, el momento de las votaciones supera a los partidos de fútbol emitidos en Televisión Española (TVE). Los medios de comunicación generalistas dedican al mundo eurovisivo un espacio reducido, marcado por la celebración de la final del mismo y de la preselección española, el Benidorm Fest. Con la idea de acercar el festival a la audiencia surge la idea de crear EUROTEKA, una revista digital que aborda Eurovisión desde una perspectiva ampliada.

Este Trabajo de Fin de Grado aspira a desarrollar un medio de comunicación que permita involucrar al público en los procesos necesarios para poder celebrar el certamen tales como las preselecciones. Pretende, junto a la emisión en TVE de las semifinales y la final, proporcionar una experiencia completa de Eurovisión. Para ello cuenta con las herramientas digitales que ayudan a crear un contenido más dinámico, la colaboración de distintas personalidades relacionadas con el festival y la cobertura de los procesos de selección que realiza cada uno de los países participantes.

PALABRAS CLAVE: revista, Festival de Eurovisión, Europa, música, Unión Europea de Radiodifusión, preselección.

ABSTRACT

The Eurovision Song Contest was launched in 1956 as an initiative of the European Broadcasting Union (EBU) with the aim of bringing countries together through music. Sixty-seven years later, the festival is still going strong, making it the longest-running television programme in the world.

In spite of its relevance, in terms of audiences, the moment of voting exceeds the football matches broadcasted on Spanish Television (TVE), the general media dedicate a reduced space to it, marked by the celebration of the final of the festival and the Spanish pre-selection, the Benidorm Fest. With the idea of bringing the festival closer to the audience, the idea of creating EUROTEKA was born, a digital magazine that approaches Eurovision from a broader perspective.

This Final Degree Project aims to develop a means of communication that allows the public to get involved in the processes necessary to hold the contest, such as the pre-selections. It aims, together with the broadcasting on TVE of the semi-finals and the final, to provide a complete Eurovision experience. To do so, it relies on digital tools that help to create more dynamic content, the collaboration of different personalities related to the festival and the coverage of the selection processes carried out by each of the participating countries.

KEY WORDS: magazine, Eurovision Song Contest, Europe, music, European Broadcasting Union, preselection.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. OBJETIVOS.....	9
1.2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS	10
1.2.1. BREVE HISTORIA DE EUROVISIÓN	10
1.2.2. PAÍSES PARTICIPANTES	15
1.2.3. LA FIGURA DEL EUROFÁN Y LA PRENSA ESPECIALIZADA	16
1.2.4. LAS PRESELECCIONES	17
2. PLAN DE TRABAJO	18
2.1. FASE DE PREPRODUCCIÓN.....	18
2.2. FASE DE PRODUCCIÓN.....	21
2.3. FASE DE POSPRODUCCIÓN.....	24
2.4. VIABILIDAD DEL PROYECTO	29
3. CONCLUSIONES	30
4. BIBLIOGRAFÍA	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Histórico de ganadores	15
Tabla 2. Batería de preguntas de las entrevistas	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Audiencia de Eurovisión 1998-2022.....	7
Gráfico 2. Audiencia por edades (% cuota de pantalla).....	8
Gráfico 3. Audiencia por sexos	8

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Logo de la revista	21
Imagen 2. Pantallazo de la portada de la revista.....	25
Imagen 3. Pantallazo del índice de la revista.. ..	25
Imagen 4. Pantallazo de artículo '¿Qué debes saber de Eurovisión?'	26
Imagen 5. Pantallazo de artículo 'Presentadores e interval acts'	27
Imagen 6. Pantallazo de diez artículos sobre las preselecciones	28
Imagen 7. Pantallazo de la paleta de colores usada para la revista.....	28
Imagen 8. Pantallazo contraportada de la revista	29

1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo de Fin de Grado consiste en la realización de una revista digital sobre el Festival de Eurovisión, incluyendo los procesos de selección de cada uno de los participantes. El objetivo es acercar a la sociedad española todo lo que rodea al festival, más allá de la final del concurso, a través de noticias, entrevistas y otro tipo de contenido que muestre las claves del programa, entre otros.

La publicación online de la revista está condicionada por los tiempos marcados por el propio festival por lo que se centraría en un periodo que abarca desde noviembre (fecha en la que empiezan a conocerse los datos de la próxima edición) hasta mayo (con la celebración de las tres galas principales: dos semifinales y la final). El número final se divulgaría la semana previa al certamen. Sin embargo, durante los meses restantes se podrían publicar ediciones especiales con el seguimiento de los artistas, en especial del ganador, e incluso en un futuro una edición anual sobre Eurovisión Junior.

EUROTEKA nace de la necesidad de profundizar en Eurovisión. Los medios de comunicación generalistas le dedican un espacio reducido marcado por la celebración de la final del mismo y de la preselección española, el Benidorm Fest. Sin embargo, el festival está formado por otros 36 países, número que puede variar en función del año, que bien de manera interna o bien a través de una gala, eligen a su representante.

El foco centrado solamente en lo español limita la experiencia completa que supone Eurovisión para quien no conoce todo lo que rodea al festival. La idea original de la revista viene de antes de empezar el Grado en Periodismo. Tras varios años siguiendo el festival, y gracias a las nuevas tecnologías y las redes sociales, mi interés en el mismo fue en aumento. Descubrir todo lo que rodea al concurso se convirtió en prioridad y después en decepción al ver que la única forma de llegar a esa información era a través de los pocos medios especializados que existen.

El certamen no es importante solo por la variedad musical y cultural que aporta, en 2015 obtuvo el récord Guinness al programa televisivo más longevo del mundo. También es uno de los eventos con mayor audiencia a nivel internacional. Tomando como referencia el periodo entre 1998 y 2022 de España, podemos observar el efecto que tuvieron en el público las actuaciones de Rosa López (2002), Rodolfo Chikilicuatre (2008), Amaia y Alfred (2018) y Chanel (2022).

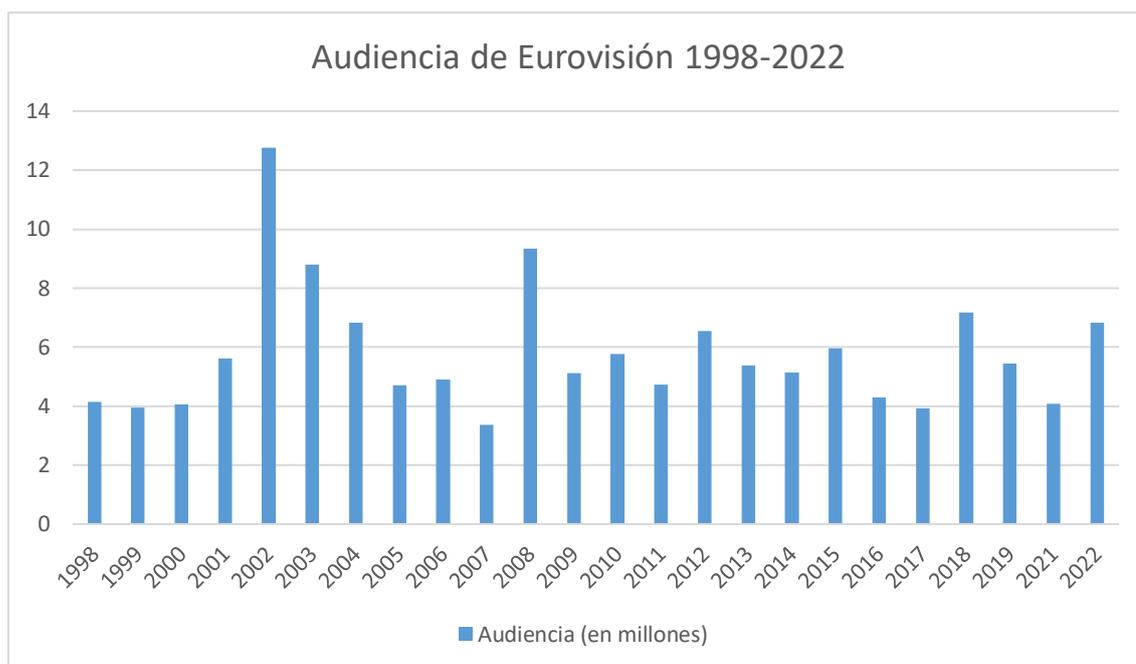


Gráfico 1. Audiencia de Eurovisión 1998-2022. Fuente: elaboración propia a partir de los datos recogidos en ESCplus España.

El impacto del festival puede verse de forma más detallada si hacemos una separación en cuanto a sexos y edades. Tomando como ejemplo la edición de 2022, con Chanel como representante española, podemos observar en qué franjas tiene más alcance Eurovisión.

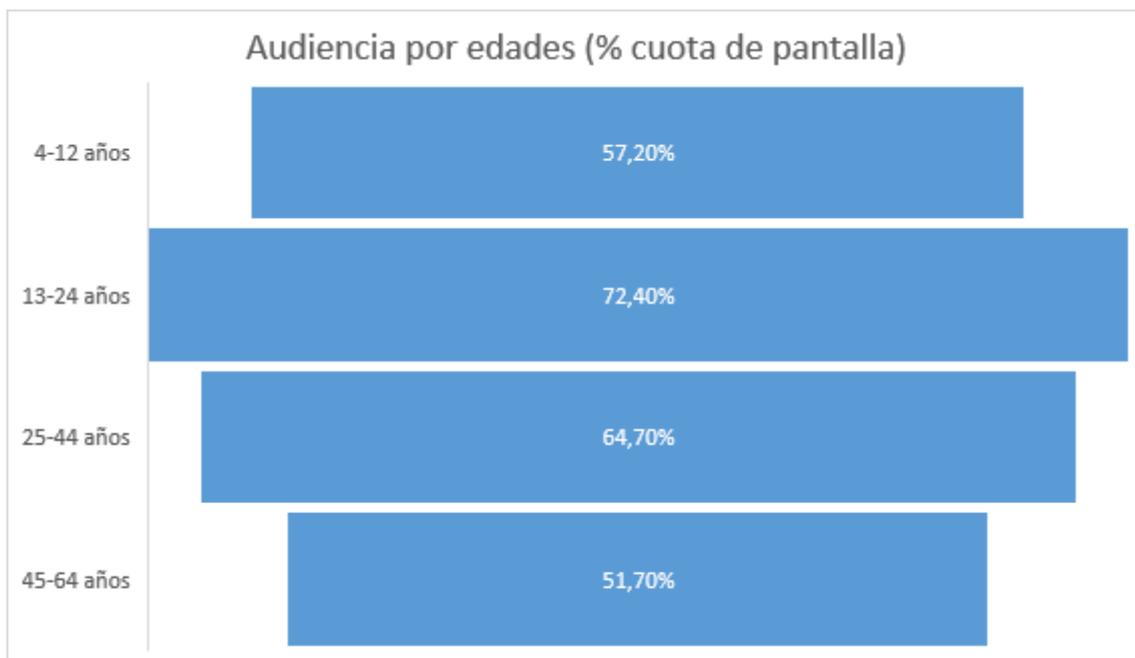


Gráfico 2. Audiencia por edades (% cuota de pantalla). Fuente: elaboración propia a partir de datos recogidos en ESCplus España.

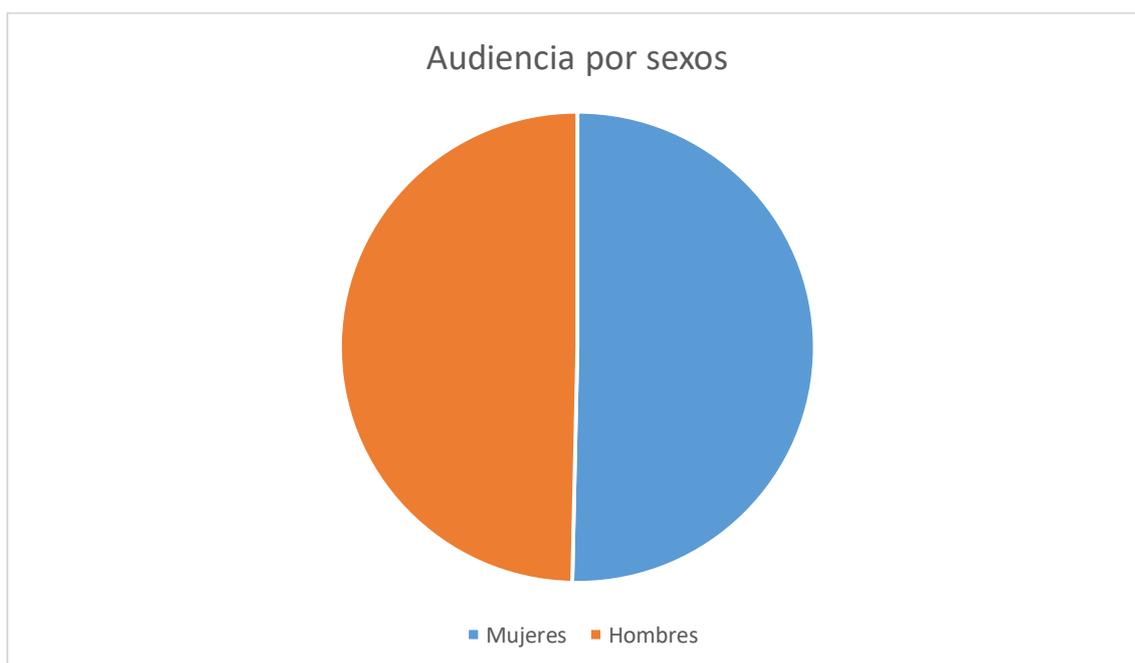


Gráfico 3. Audiencia por sexos. Fuente: elaboración propia a partir de datos recogidos en ESCplus España.

Más allá de los datos que pueda aportar la televisión sobre el festival, un factor a tener en cuenta para medir el alcance del festival son las redes sociales. Un ejemplo de ello es Twitter, que permite a los usuarios expresarse de manera libre y llegar a interactuar con participantes, presentadores, otros seguidores del festival e incluso con la propia

organización. De acuerdo con Claes y Deltell (2015, p.128), “se crea una sensación de pertenencia o de comunidad virtual. Twitter parece convertirse en un lugar de encuentro de los espectadores de estos nichos”.

La justificación de la elección del tema, desde el punto de vista académico, nace tras revisar el repositorio de la Universidad de Valladolid y distintas aplicaciones como *Google Scholar* o Dialnet, y no encontrar ninguna revista digital dedicada al Festival de Eurovisión. Por el contrario, sí encontré una revista que se publica en papel, la Asociación de Eurovisivos de España (AEV España) imprime cuatro ediciones anuales desde 1990. Por otro lado, he encontrado algún Trabajo de Fin de Grado sobre el festival como por ejemplo el realizado por Ortiz (2017) “El Festival de Eurovisión: más allá de la Canción”.

Por ese motivo, el formato elegido para realizar este Trabajo de Fin de Grado resulta novedoso tanto para la Universidad de Valladolid como para los distintos repositorios consultados. Con su realización se pretende contribuir al conocimiento del Festival de Eurovisión desde un punto de vista social y comunicativo.

1.1. OBJETIVOS

Una vez justificada la realización de este proyecto, es imprescindible mencionar los objetivos que se pretenden conseguir con la ejecución del plan. El objetivo principal es dar a conocer los distintos aspectos que rodean al Festival de Eurovisión.

A partir del mismo, existen otros más específicos que se cumplirán en el momento de su publicación:

- Presentar los distintos procesos de selección del candidato para representar a cada país.
- Resolver las dudas más comunes que giran en torno al Festival de Eurovisión.
- Aportar datos sobre el mismo que son desconocidos para nuevos seguidores como la participación de países que no forman parte del continente europeo como Israel o Australia en el festival.
- Usar las distintas herramientas que ofrece Internet para crear un contenido dinámico, atractivo y llamativo.
- Acercar el punto de vista de personalidades vinculadas al concurso como pueden ser los periodistas especializados en el mismo.

1.2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS

El Festival de Eurovisión es un concurso musical anual en el que puede participar cualquier país que forme parte de la Unión Europea de Radiodifusión (UER). Cada uno de ellos selecciona de manera interna o a través de una gala conocida como preselección, quién o quiénes van a ser sus representantes en el evento. El nombre del concurso proviene de un periodista británico que, de manera involuntaria, denominó al concurso como *Eurovision Song Contest* cuando el término no existía todavía, tal y como expone el equipo de eurovisión-spain.com (ASÍ NACIÓ EL FESTIVAL DE EUROVISIÓN, 2020)¹.

1.2.1. BREVE HISTORIA DE EUROVISIÓN

La UER, *European Broadcasting Union* (EBU) en inglés, nació en 1950 para ofrecer un servicio de radio y televisión mejorado que permitiera unir a los distintos países a través de la colaboración e intercambio de contenidos. En la actualidad cuenta con 56 países como miembros activos.

En 1954, la UER creó un comité específico para estudiar todas las posibilidades y así dar forma al programa. La idea principal consistía en un espectáculo del circo que se pudiera emitir de manera simultánea. Sin embargo, Italia propuso desarrollar un símil al Festival de San Remo que llevaban celebrando desde 1951. En él varios artistas italianos interpretaban una canción inédita que posteriormente se sometería a la votación de un jurado.

En 1955 aparece la primera referencia al concurso bajo el nombre Festival del Atlántico Norte. La OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte) tenía interés en el proyecto para favorecer la imagen pública de la organización y usarlo como otro medio propagandístico. La desclasificación de 23.000 documentos de la OTAN el pasado 2015 revelaba el papel que esta organización militar jugó en la conceptualización, programación y en la organización misma de este concurso musical (Lucía, 2021).

La primera edición del Festival de Eurovisión se llamaba *Grand Prix Eurovision de la Chanson* y tuvo lugar en 1956, en Suiza. Solo participaron siete países. Bélgica, Suiza,

¹ Esta referencia se ha hecho en mayúsculas porque en la página web original el nombre del artículo viene en mayúsculas.

López, B. (2023). EUROTEKA: proyecto de creación de una revista especializada en el Festival de Eurovisión. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2022-2023

Italia, Países Bajos, Alemania, Luxemburgo y Francia, con dos canciones cada uno, siendo esta la única vez en la que se permite más de un tema por participante. Se emitió a través de la radio ya que el acceso de la población a las televisiones todavía era limitado. Suecia resultó ganadora con 102 puntos y la canción “Refrain” de Lys Assia.

El primer reglamento establecía que no había ningún límite en cuanto al número de personas que pueden estar en el escenario (en la actualidad solo puede haber seis), las canciones podían durar como máximo tres minutos y medio, cada país contaba con su propio director de orquesta y las votaciones del jurado eran secretas. Asimismo, “recomendaba enérgicamente que las canciones participantes fuesen previamente seleccionadas a través de una final nacional en cada país, donde la decisión del público estuviese presente” según explica eurovisión-spain.com (ASÍ NACIÓ EL FESTIVAL DE EUROVISIÓN, 2020).

La segunda edición del certamen se celebró en Alemania, que terminó la anterior en segundo lugar. En esta ocasión, participaban diez países, los siete que participaron en la anterior, Dinamarca, Reino Unido y Austria. Algunas normas cambian, por ejemplo, los países no se pueden votar a sí mismos y las votaciones se harían públicas desde entonces al considerar este uno de los puntos fuertes del concurso. Prueba de ello es el momento de las votaciones en la edición de 2023, que reunía una “media de 4.839.000 espectadores y el 39,7% de cuota de pantalla La 1 de TVE consiguió ser líder indiscutible de la noche del sábado en nuestro país. Las votaciones fueron vistas por 5.134.000 espectadores y subieron la cuota de pantalla hasta el 47,6%” (Urrea, 2023).

La década de los 60 supuso un aumento en las audiencias ya que las televisiones eran cada vez más accesibles para la sociedad. Sin embargo, no estuvo exenta de polémica. Según explica eurovisión-spain.com (LAS TRANSFORMACIONES DEL FESTIVAL, 2020) en 1963 “las canciones parecen ser interpretadas en ‘playback’, y vemos a los artistas paseando y actuando por el escenario sin ningún micrófono alrededor como en una función de teatro, en un alarde por parte de la BBC organizadora de lo que entonces se consideraba moderno o futurista”.

En 1969 tiene lugar el primer empate de Eurovisión. Tal y como explica O.G.A.E. (Organisation Générale des Amateurs de l’Eurovision) Spain (EUROVISIÓN 1969, 2021): “Al finalizar las votaciones hubo un cuádruple empate en el primer puesto. No existía ningún tipo de reglamento para el desempate, ya que la normativa del concurso

argumentaba que ganaba «*la televisión o televisiones con más votos*». Cada país ganador recibió un trofeo.

Los años 70 supondrían la instauración del sistema de votación actual, otorgando 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 12 puntos, con la diferencia de que en ese momento se daban en orden de actuación de cada uno de los países que iba a recibir los puntos.

En los 80 los votos se empiezan a dar en orden de puntos otorgados y se permite que los artistas actúen con música pregrabada, eliminando la obligación de que las actuaciones fueran con sonido instrumental en directo, pero los instrumentos que formasen parte de ella debían estar en el escenario. 1999 fue el último año en el que la orquesta en vivo formó parte del festival.

En 2004 aparece la primera semifinal debido al aumento de países que querían participar. Tal y como explica Calle (2022): “a partir de 2008 -y aún sigue vigente- se hacen dos semifinales (martes y jueves), de los cuales todos los países participantes a excepción del ‘Big Five’ y el anfitrión tienen que participar para buscar un puesto en la final”.

En 2020 la pandemia del Covid-19 impidió la celebración de Eurovisión, siendo este el único año en el que no se ha podido realizar. Tras la victoria de Duncan Laurence en 2019, Róterdam (Países Bajos) debía acoger la siguiente edición. Sin embargo, la UER decidió mantener la sede en el país neerlandés.

1.2.1.1. HISTÓRICO DE GANADORES

AÑO	PAÍS	REPRESENTANTE	CANCIÓN
1956	Suiza	Lys Assia	“Refrain”
1957	Países Bajos	Corry Brokken	“Net als toen”
1958	Francia	André Claveau	“Dors, mon, amour, André Claveau”
1959	Países Bajos	Teddy Scholten	“Een beetje”
1960	Francia	Jacqueline Boyer	“Tom Pillibi”
1961	Luxemburgo	Jean-Claude Pascal	“Nous les amoureux”
1962	Francia	Isabelle Aubret	“Un premier amour”

1963	Dinamarca	Grethe & Jørgen Ingmann	“Dansevisé”
1964	Italia	Gigliola Cinquetti	“Non ho l’età”
1965	Luxemburgo	France Gall	“Poupée de cire, poupée de son”
1966	Austria	Udo Jürgens	“Merci, Chérie”
1967	Reino Unido	Sandie Shaw	“Puppet on a String”
1968	España	Massiel	“La La La”
1969	España	Salomé	“Vivo cantando”
	Reino Unido	Lulu	“Boom bang-a-bang”
	Países Bajos	Lenny Kuhr	“De troubadour”
	Francia	Frida Boccara	“Un jour, un enfant”
1970	Irlanda	Dana	“All kinds of everything”
1971	Mónaco	Séverine	“Un banc, un arbre, une rue”
1972	Luxemburgo	Vicky Leandros	“Après toi”
1973	Luxemburgo	Anne-Marie David	“Tu te reconnaîtras”
1974	Suecia	ABBA	“Waterloo”
1975	Países Bajos	Teach-In	“Ding-a-dong”
1976	Reino Unido	Brotherhood of Man	“Save Your Kisses for Me”
1977	Francia	Marie Myriam	“L’oiseau et l’enfant”
1978	Israel	Izhar Cohen & Alphabeta	“A-Ba-Ni-Bi”
1979	Israel	Gali Atari & Milk & Honey	“Hallelujah”
1980	Irlanda	Jhonny Logan	“What’s another year?”
1981	Reino Unido	Bucks Fizz	“Making your mind up”
1982	Alemania	Nicole	“Ein bißchen Frieden”
1983	Luxemburgo	Corinne Hermès	“Si la vie est cadeau”
1984	Suecia	Herreys	“Diggi-Loo Diggi-Ley”
1985	Noruega	Bobbysocks	“La det swinge”
1986	Bélgica	Sandra Kim	“J’aime la vie”
1987	Irlanda	Jhonny Logan	“Hold Me Now”
1988	Suiza	Celine Dion	“Ne partez pas sans moi”

1989	Yugoslavia	Riva	“Rock Me”
1990	Italia	Toto Cutugno	“Insieme: 1992”
1991	Suecia	Carola	“Fångad av en stormvind”
1992	Irlanda	Linda Martin	“Why me?”
1993	Irlanda	Niamh Kavanagh	“In your eyes?”
1994	Irlanda	Paul Harrington & Charlie McGettigan	“Rock ‘n’ Roll Kids”
1995	Noruega	Secret Garden	“Nocturne”
1996	Irlanda	Eimear Quinn	“The Voice”
1997	Reino Unido	Katrina & The Waves	“Love Shine a Light”
1998	Israel	Dana International	“Diva”
1999	Suecia	Charlotte Nilsson	“Take me to your Heaven”
2000	Dinamarca	Olsen Brothers	“Fly on the wings of love”
2001	Estonia	Tanel Padar, Dave Benton & 2XL	“Everybody”
2002	Letonia	Marie N	“I wanna”
2003	Turquía	Sertab Erener	“Everyway That I Can”
2004	Ucrania	Ruslana	“Wild Dances”
2005	Grecia	Helena Paparizou	“My Number One”
2006	Finlandia	Lordi	“Hard Rock Hallelujah”
2007	Serbia	Marija Šerifović	“Molitva”
2008	Rusia	Dima Bilan	“I Believe”
2009	Noruega	Alexander Rybak	“Fairytale”
2010	Alemania	Lena Meyer	“Satellite”
2011	Azerbaiyán	Ell & Nikki	“Running Scared”
2012	Suecia	Loreen	“Euphoria”
2013	Dinamarca	Emmelie de Forest	“Only teardrops”
2014	Austria	Conchita Wurst	“Rise Like A Phoenix”
2015	Suecia	Måns Zelmerlöw	“Heroes”
2016	Ucrania	Jamala	“1944”
2017	Portugal	Salvador Sobral	“Amar pelos dois”
2018	Israel	Netta	“Toy”
2019	Países Bajos	Duncan Laurence	“Arcade

2020	Cancelado por la pandemia del Covid-19		
2021	Italia	Måneskin	“Zitti e buoni”
2022	Ucrania	Kalush Orchestra	“Stefania”
2023	Suecia	Loreen	“Tattoo”

Tabla 1. Histórico de ganadores. Fuente: elaboración propia.

1.2.2. PAÍSES PARTICIPANTES

Las condiciones que deben cumplir los países para poder participar en el concurso musical son “que el miembro sea activo (y no asociado) de la alianza, que haya divulgado el programa el año anterior a su candidatura y que haya pagado unos honorarios” (Delgado, 2022). En la actualidad, 52 países han competido en el certamen.

Esos requisitos explican la aparición en el certamen de países como Azerbaiyán, Marruecos, Israel o Turquía entre otros. Sin embargo, el caso excepcional es el de Australia. En 2014 la UER decidió invitar al país como parte de un *Interval act* (actuación de exhibición en el descanso de cada una de las galas) debido a los datos de audiencia obtenidos por Australia desde que empezara a emitir el concurso en 1983. Tal y como señalan Gayle y MailOnline (2015), “la participación de Australia se promociona como una iniciativa única para conmemorar el aniversario del programa. Sin embargo, si logran hacerse con el título, se les permitirá defender su corona”.

En 2015 recibió de nuevo la invitación, pero en esta ocasión para participar como concursante de pleno derecho. En caso de que Australia resultara ganadora del festival no podría albergar el evento al año siguiente como correspondería ya que es un miembro asociado de la UER. Por este motivo, en 2016 llegó a un acuerdo con Islandia para que este fuera la sede de Eurovisión.

1.2.2.1. EL BIG FIVE

En 1996 Alemania quedó fuera de la final de Eurovisión, esto supuso una pérdida económica para el festival ya que era uno de los países que más aportaba. La UER decidió que aquellos países participantes que mayor aporte económico realizaran obtendrían un puesto garantizado en la final. Además, desde la instauración de las semifinales, tendrían el derecho a votar en ellas.

López, B. (2023). EUROTEKA: proyecto de creación de una revista especializada en el Festival de Eurovisión. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2022-2023

En un principio este grupo nació bajo el nombre de *Big Four* y estaba formado por España, Alemania, Francia y Reino Unido. En 2011 Italia volvía al festival tras diez años sin participar y se sumaba al grupo pasándose a llamar desde entonces el *Big Five*.

Estas ventajas han sido motivo de polémica, por ejemplo, en 2013 Turquía decidió no participar por considerar injusta la clasificación de estos países.

1.2.3. LA FIGURA DEL EUROFÁN Y LA PRENSA ESPECIALIZADA

Tal y como señala la Real Academia Española (2021) el eurofán es un “seguidor del Festival de la Canción de Eurovisión y de todo lo relacionado con él”.

La audiencia y el nivel de seguimiento que tengan los programas televisivos son clave para saber si un formato funciona o no. En el caso del concurso musical ha ido variando desde su creación, a partir de 1997 con la introducción del televoto en el sistema del televoto para enganchar a la audiencia, los niveles de esta se han mantenido estables e incluso han aumentado.

En 1985 nace la O.G.A.E. en Finlandia siendo el primer club de fans oficial de Eurovisión. Tal y como explica O.G.A.E. Spain (CONOCE OGAE, 2021): “su finalidad es intercambiar información y promover en cada país el interés por el Festival”.

Cada país tiene su propio club nacional que se enmarca dentro de la *O.G.A.E. International* y están formados por los socios y una junta directiva. España se une a la organización en 1987. Entre sus actividades está el O.G.A.E. Second Chance Contest en el que participa una canción que no ganó la preselección correspondiente elegida por cada agrupación y que puede seguirse a través de *YouTube*.

En 1989 nace la AEV España como alternativa. Tal y como señala AEV España (CONÓCENOS, 2016): “es la única asociación de estas características registrada legalmente en el Registro Nacional de Asociaciones, regulado al amparo de la Ley Orgánica 1/2002 reglamentadora del Derecho de Asociación”.

Eurovisión es un punto de referencia para el colectivo LGTBQ+ puesto que es un espacio con plena libertad y que pretende romper estereotipos. Tal y como señala Aparicio (2021) una parte de la audiencia “pertenece al colectivo LGTBQ+, un porcentaje probablemente mucho más elevado que el de cualquier otro evento mundial”. El mismo autor matiza que

“aunque el mundo en el que se consolidó el certamen seguía siendo profundamente homófobo y tránsfobo, el festival fue poco a poco convirtiéndose en una plataforma para la diversidad sexoafectiva”.

La actuación de artistas como Dana Internacional en 1998, primera persona trans en participar y ganar el concurso, y Conchita Wurst en 2014, también resultó ganadora, evidencia la visibilidad y apoyo que supone el festival para el colectivo.

Respecto a Conchita, Ibáñez (2022, p.126) define a la artista como “un crisol queer que hace las veces de amplificador de una nutrida variedad de mensajes, que van desde la defensa de los derechos LGTBIQ+ hasta la reivindicación de un occidente civilizado y tolerante frente al barbarismo postsoviético”.

El desarrollo de las nuevas plataformas de comunicación ha facilitado la expansión del fenómeno eurofán ya que estas son una parte fundamental del certamen. De acuerdo con Cervi, Marín y Sannandrés (2021, p.16) “con la inmediatez de las redes sociales, éstas se convirtieron en un factor clave y los fans agradecieron este cambio de paradigma al que se sumaron de manera natural”.

Estas plataformas, en especial Twitter, han servido también para que los periodistas especializados en Eurovisión desarrollen en ellas contenido propio hasta llegar a crear una marca personal y para que encuentren de manera directa al público eurofán. Según explica Héctor Borrat (1993, p.81), “la primera concepción profesionalista identifica a la «prensa especializada» por oposición a la «prensa de información general». Confunde así «prensa especializada» con prensa de información selectiva”.

Prueba de ello son las cifras que acumulan las cuentas tanto de periodistas como de programas enfocados en el festival. Por ejemplo, Laura Ortiz cuenta con 2.728 seguidores en Instagram y 12,8 mil en Twitter, donde desarrolla la mayor parte de su trabajo especializado. En cuanto a medios de comunicación especializados, podemos destacar a Euromovidas, que cuenta con 2.379 seguidores en Instagram y 10,5 mil en Twitter.

1.2.4. LAS PRESELECCIONES

Cada uno de los países que forma parte de las distintas ediciones del festival desarrolla o bien un proceso de selección interno o bien celebra una o varias galas nacionales que

sirven para que un jurado y el público tomen la decisión de qué candidatura enviar ese año. La decisión de realizar una u otra recae en las televisiones públicas de cada país.

Los seguidores del festival realizan un seguimiento de cada una de ellas, e incluso según explica Monterrubio (2023): “algunas preselecciones, como el *Melodifestivalen* sueco o el italiano Festival de San Remo ya se han convertido en eventos tan aclamados por los fans como Eurovisión en sí mismo”.

En España, además de la propia preselección nacional, se pueden ver las galas del Festival de San Remo (a través de RTVE Play) o de Estonia o Bélgica (el canal TEN ha adquirido los derechos de emisión).

2. PLAN DE TRABAJO

2.1. FASE DE PREPRODUCCIÓN

Para dar comienzo al proyecto es necesario establecer un calendario que sirva como guía en el que aparezcan las distintas tareas que hay que realizar para llevar a cabo la revista digital. En un cronograma se programan las fases de creación de la revista desde el momento de su creación hasta su publicación en la red. Los procesos llevados a cabo han sido los siguientes:

- **Definición de la idea:**

La idea de crear un proyecto que ayudase a acercar todo lo que rodea al Festival de Eurovisión a todos los públicos nace antes de empezar el Grado en Periodismo, por lo explicado anteriormente en la introducción. En un principio, iba a ser un trabajo académico, pero tras barajar las distintas posibilidades para hacer un Trabajo de Fin de Grado se llegó a la conclusión de que una revista digital era la mejor opción.

Es un formato que permite más libertad a la hora de crear el diseño por lo que se puede jugar con los colores y sus tonos, así como con los distintos tipos de letra. El principal motivo que llevó a decantarse por el formato digital fue la accesibilidad. La sociedad actual usa un dispositivo móvil, ordenador o *tablet* para cualquier cosa por lo que cualquiera puede acceder a ella.

El enfoque en las preselecciones viene del desconocimiento general que existe sobre los distintos procesos que pasan los países hasta llegar a las semifinales

y a la final. Generalmente, solo se da visibilidad a la preselección nacional por lo que el resto queda oculto para el público.

La estructura para contar los detalles de cada país se planteaba sobre los siguientes puntos: de qué manera elegían a su representante, explicación de cada formato y sistema de voto, información bibliográfica sobre cada uno de los artistas seleccionados y un resumen sobre el paso de cada nación por Eurovisión.

- **Inmersión en el tema:**

Antes de plantear la idea se llevó a cabo una investigación sobre todos los procesos que rodean a cada país, así como sobre parte de la historia del propio certamen. Para crear un documento completo y ampliar los conocimientos se han consultado las principales páginas dedicadas al concurso como pueden ser la web de eurovision-spain.com o de la O.G.A.E Spain.

Del mismo modo, se han revisado los contenidos publicados por periodistas especializados en programas como El Euroté, Euromovidas o Wiwiblogs. También se contactó con algunos de ellos para poder contar con su testimonio para las entrevistas que quería incluir dentro del primer número de la revista. El seguimiento realizado a la edición de este año ha sido más intensivo en comparación con otros para poder tener un punto de vista diferente con respecto al inicio del proyecto.

- **Programa para su desarrollo:**

Una vez definida la idea del proyecto, se planteó con qué herramienta o página web desarrollar la revista. En un principio, la idea era emplear el Adobe InDesign ya que era el programa que empleado durante la asignatura de Diseño Periodístico. Ante la imposibilidad de acceder a ella de manera gratuita se tomó la decisión de realizar el proyecto en Canva. Es una página web que ya había sido empleada para otros trabajos académicos por lo que ya existía una base de conocimientos sobre su funcionamiento. A mayores, se visualizaron varios tutoriales en YouTube sobre el manejo del mismo.

- **Esquema del contenido:**

Tras seleccionar la página web con la que se diseñaría la revista, se creó un esquema con los puntos considerados como necesarios en la revista:

- Portada: imagen llamativa, nombre de la revista, tres titulares que resuman lo más importante de esta edición y una pregunta que incite a

estar pendiente y a visualizar las galas en su correspondiente fecha en el mes de mayo.

- Índice: hipervínculos a cada una de las páginas, división del contenido en tres puntos: datos de Eurovisión, hablando con... y preselecciones.
- Datos de Eurovisión: diez datos curiosos y necesarios para entender el festival y explicación de los presentadores e *interval acts* que aparecerían en las galas.
- Hablando con...: tres entrevistas que sirvan para acercar a tres personalidades relacionadas con el mundo eurovisivo al resto del público, tanto en una faceta más personal como su opinión profesional sobre varios puntos.
- Preselecciones: información detallada sobre la forma de elegir representante (interna o a través de una gala) de cada país exponiendo información sobre el proceso, sobre el candidato seleccionado y datos sobre la participación del país en toda la historia de Eurovisión.

- **Recopilación de fuentes personales, contacto y cuestionarios:**

Para desarrollar los contenidos de la revista y completar el conocimiento sobre el tema, se buscó información en las páginas web especializadas en el festival como las mencionadas en la inmersión en el tema. También se consumieron todos los contenidos publicados por los periodistas especializados y los programas que desarrollan los mismos.

Gracias a otros trabajos académicos realizados sobre el tema y a las interacciones en las redes sociales, especialmente en Twitter, existía contacto con seguidores y periodistas con los que se había interactuado en alguna ocasión. Esto ha facilitado conocer cuáles son los puntos desconocidos sobre el concurso y contar con su testimonio para la revista.

Las fuentes que aparecen en la misma son:

- Laura Ortiz: periodista especializada en Eurovisión, creadora del Euroté.
- Luis Mesa: periodista especializado en el concurso, trabaja con Euromovidas, TenTV y realiza resúmenes y narraciones deportivas para LaLiga Sports TV.

- Luis Fuster: periodista especializado en el festival, colabora con Wiwibloggs.

2.2 FASE DE PRODUCCIÓN

Esta fase se divide en cuatro etapas, algunas de ellas coinciden temporalmente con la preproducción. La organización a seguir fue la siguiente:

- **Nombre de la revista y logo:**

Una vez definida la idea general del proyecto se empezó a pensar en un nombre que evidenciara la relación entre el festival y la revista. Tras realizar un listado con aquellas ideas que más llamaban la atención, los nombres descartados fueron *Euronews*, *Pre-Eurovisión* y *Eurofan Place*. La decisión de llamar a la revista EUROTEKA nace de la combinación entre Eurovisión y biblioteca. Se basa en la idea de que los números publicados pudieran almacenarse en la nube de los usuarios como si de una biblioteca se tratase y acudir a ellos con facilidad. Además, la letra ‘o’ aparece en el logo representada con el corazón que representa al festival, haciendo un guiño al mismo. El color elegido es el blanco ya que permite jugar con los colores de la portada. Al ser la primera impresión de los lectores y cuadrando con el espíritu del concurso debe ser llamativa, una explosión de colores, por lo que para poder leer bien el nombre debe ir en un color neutro como es el blanco.



Imagen 1. Logo de la revista. Fuente: elaboración propia.

- **Redacción de contenidos:**

Los primeros artículos que se redactaron fueron los correspondientes a las preselecciones. Los 37 artículos tienen la misma estructura, explicada en la fase de preproducción, e incluyen hipervínculos a las canciones que se nombran en los mismos para dinamizar el contenido y permitir que el lector

pueda tener la experiencia musical completa descubriendo otros artistas y estilos.

Las dos piezas que explican datos sobre el festival fueron los siguientes en llevarse a cabo ya que la temporalización marcada por Eurovisión provoca que esta información sea conocida en fechas cercanas a la celebración de las galas oficiales. Mientras que las delegaciones empiezan a trabajar en el proceso de selección cuando acaba la edición de ese año, el misterio de quién actuará como invitado en las galas y quiénes serán los encargados de dirigir las se mantiene hasta las semanas previas.

- **Redacción de guiones para las entrevistas:**

Para elaborar las preguntas que se iban a realizar a los periodistas especializados se consideraron primero qué datos interesaría conocer a nivel personal sobre ellos y sobre qué se considera importante tener su punto de vista. El objetivo principal es presentar a los lectores las distintas personalidades que se encargan de dar visibilidad durante todo el año al certamen. Su papel resulta desconocido para el público que no va más allá de lo que ve en televisión. Gran parte del éxito y mantenimiento del festival recae en estos periodistas que se encargan de mantener intacto el interés en el mismo generando contenido propio durante todo el año.

El formato seleccionado es el de pregunta y respuesta porque es más directo para la audiencia y da la posibilidad de que el lector seleccione que preguntas le causan más interés. Además, es más dinámico a nivel visual y presenta al público lo que va a leer a continuación.

Entrevistado/a	Preguntas
Laura Ortiz	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="671 1574 1351 1664">• ¿Cómo empieza su acercamiento con el mundo de Eurovisión?<li data-bbox="671 1686 1351 1832">• ¿Cómo fue el momento en el que decide trabajar como periodista especializado del festival? ¿Lo tuvo claro desde el primer momento?<li data-bbox="671 1854 1351 1899">• ¿Cómo nace el Euroté?<li data-bbox="671 1921 1351 1998">• ¿Qué ha sido lo más complicado de lanzar el proyecto?

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se vive desde dentro todo el proceso desde la preselección española hasta que llega el día de la final? • ¿Qué aspecto le gustaría mejorar a nivel mediático del festival? ¿Y a nivel de la preselección española? • Este año, la organización ha puesto más trabas a los periodistas y por ejemplo, esta edición no se ha podido ver vuestra reacción a los ensayos. ¿Cómo ha sentado esta información? • Para terminar, ¿un deseo para futuras ediciones?
Luis Fuster	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo fue su acercamiento al mundo de Eurovisión? • Colabora con wiwibloggs, una página web sobre el festival de habla inglesa, ¿cómo empieza a colaborar en ella? • ¿Cómo surge la idea de la newsletter La Fustería? • Todo esto lo compagina con su marca personal en redes sociales, ¿cómo ha sido el proceso hasta convertirse en una de las caras reconocibles para los eurofans? • ¿Qué aspecto le gustaría mejorar a nivel mediático del festival? ¿Y a nivel de la preselección española? • Este año, la organización ha puesto más trabas a los periodistas y por ejemplo, esta edición no se ha podido ver vuestra reacción a los ensayos. ¿Cómo ha sentado esta información? • Para terminar, ¿un deseo para futuras ediciones?
Luis Mesa	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo empieza su acercamiento con el mundo de Eurovisión?

	<ul style="list-style-type: none">• Trabaja con Euromovidas, uno de los medios especializados de referencia sobre Eurovisión, ¿cómo llega al proyecto?• Además de Euromovidas, colabora con TenTV, Los Replicantes e incluso narras en La Liga Sports TV, ¿cómo compagina todo? ¿si tuviera que elegir uno de ellos, cuál sería y por qué?• Su marca personal en redes sociales es muy reconocible para los seguidores del festival, tanto a través de Twitter como de su canal de YouTube, ¿qué ha sido lo más complicado de sacarlo adelante?• ¿Qué aspecto le gustaría mejorar a nivel mediático del festival? ¿Y a nivel de la preselección española?• Para terminar, ¿un deseo para futuras ediciones?
--	---

Tabla 2. Batería de preguntas de las entrevistas. Fuente: elaboración propia.

- **Enlace de acceso a la revista:**

https://www.canva.com/design/DAFhG20QQNE/e6hSIinyRDil9dOuhR8X3AA/view?utm_content=DAFhG20QQNE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

2.3 FASE DE POSPRODUCCIÓN

Una vez se ha elaborado todo el contenido que va a aparecer en la revista, es el momento de empezar a dar forma al proyecto. Para ello se ha utilizado la página web de *Canva*.

- **Portada:**

Siguiendo con las pautas marcadas en la fase de producción, se seleccionó una imagen que corresponde con el encendido del escenario de Eurovisión, que cuenta con colores llamativos que crean un impacto a primera vista. El nombre de la revista aparece en la parte superior, en zigzag aparecen tres titulares que resumen la edición de este año (la vuelta de Loreen tras ganar Eurovisión en

López, B. (2023). EUROTEKA: proyecto de creación de una revista especializada en el Festival de Eurovisión. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2022-2023

2012, las 37 preselecciones y la cooperación entre Ucrania y Reino Unido para poder llevar a cabo el certamen) y finalmente aparece la pregunta que pretende crear interés en las galas celebradas en el mes de mayo.

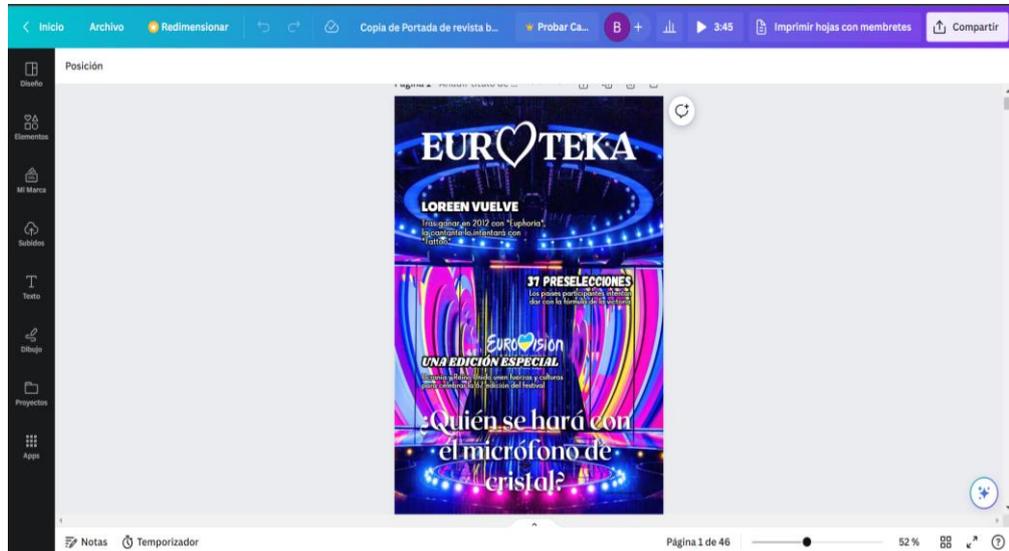


Imagen 2. Pantallazo de la portada de la revista. Fuente: elaboración propia.

- Índice:

Se ha seleccionado el azul oscuro con las letras en blanco para que el contraste de colores entre la portada y esta página no sea muy alto. Todos los nombres de los artículos que aparecen en él cuentan con un hipervínculo que pretende facilitar el acceso a los distintos contenidos, así como crear una vía rápida hacia lo que puede interesar a cada lector.

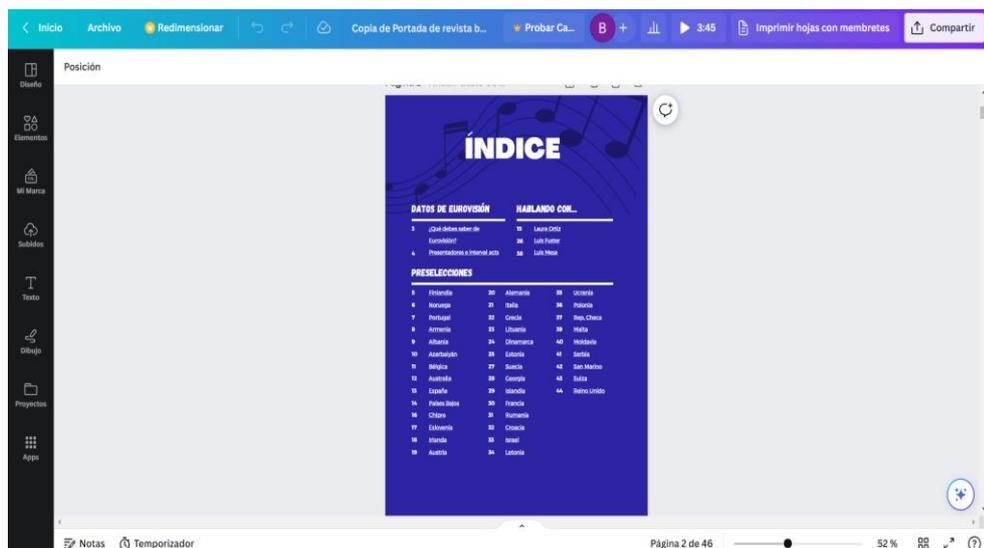


Imagen 3. Pantallazo del índice de la revista. Fuente: elaboración propia.

- **Datos de Eurovisión:**

Para estas dos páginas, se han seleccionado colores llamativos tanto para el fondo como para los titulares ya que son las partes más importantes para llamar la atención del público.

En la primera de ellas se diseñó una infografía para presentar los datos de una manera atractiva visualmente evitando que todo el contenido siguiera el mismo formato y fuera lineal.

En la segunda imagen se seleccionó un tipo de letra y un color que creasen impacto. Además, aparecen las cuatro imágenes de los presentadores que pretenden dinamizar el contenido. Finalmente aparece un listado con todas las actuaciones que tendrán lugar en los *interval acts*.



Imagen 4. Pantallazo de artículo '¿Qué debes saber de Eurovisión?'. Fuente: elaboración propia.

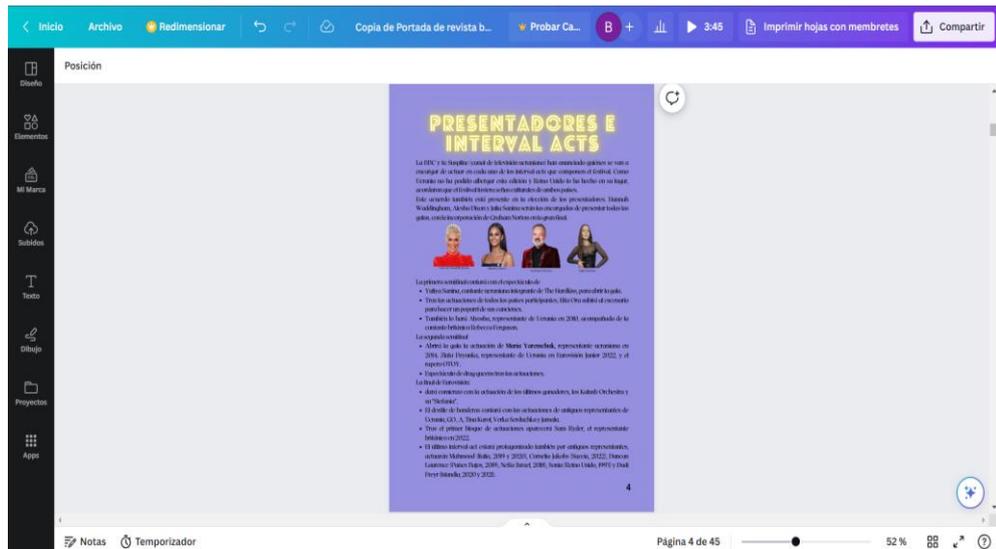


Imagen 5. Pantallazo de artículo 'Presentadores e interval acts'. Fuente: elaboración propia.

- **Preselecciones:**

En el caso de las 37 preselecciones nacionales se hicieron varios cambios hasta dar con el diseño que resultaba más atractivo de manera visual. En un principio iban a ser páginas en blanco con el nombre del país y la bandera como título, la explicación del proceso acompañada de una imagen del representante y en la parte inferior dos cuadros con colores identificativos del artista en los que aparecería la información bibliográfica y el recorrido por el festival.

Sin embargo, tras darle varias vueltas, se planteó la idea de crear un diseño más innovador. Por eso mismo se decidió que el color de las páginas representaría la combinación de colores de la bandera de cada país. Además, se eliminaron los cuadros inferiores para no saturar la página de color. Las imágenes seleccionadas cambian el diseño del artículo según el país para crear dinamismo entre ellos. En cada texto se mantuvo la estructura planeada en un inicio. A modo de ejemplo, se adjunta una imagen con diez diapositivas que ejemplifican lo explicado con anterioridad.

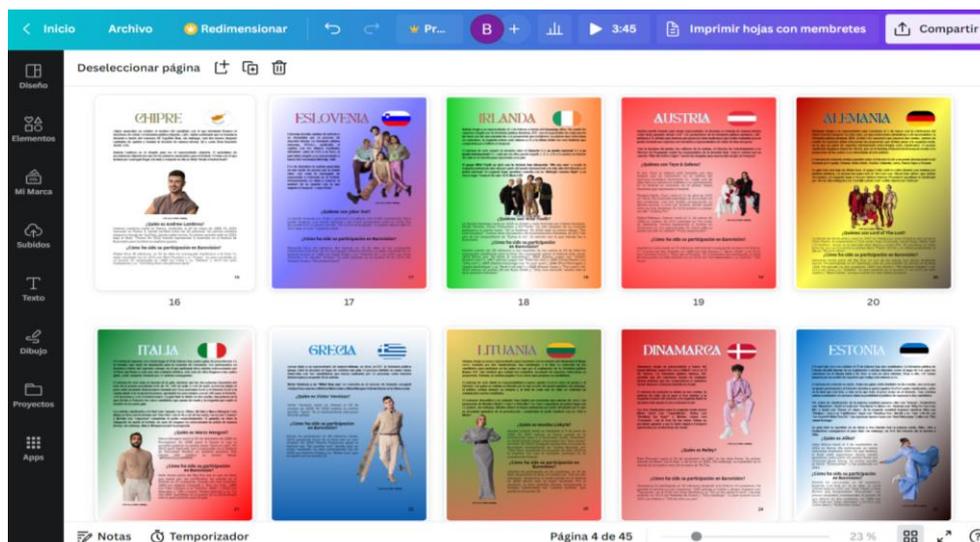


Imagen 6. Pantallazo de diez artículos sobre las preselecciones. Fuente: elaboración propia.

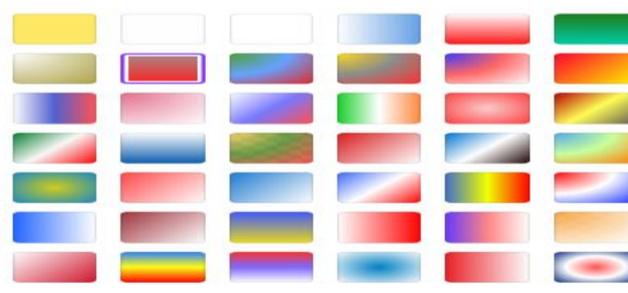


Imagen 7. Pantallazo de la paleta de colores usada para la revista. Fuente: elaboración propia.

- **Contraportada:**

Para cerrar la revista, se optó por poner la misma imagen que aparece en la portada, pero esta vez difuminada, y añadir el micrófono de cristal que se entrega al ganador del concurso. El objetivo era simular un camino desde el inicio hasta que uno de los países se hace con la victoria.

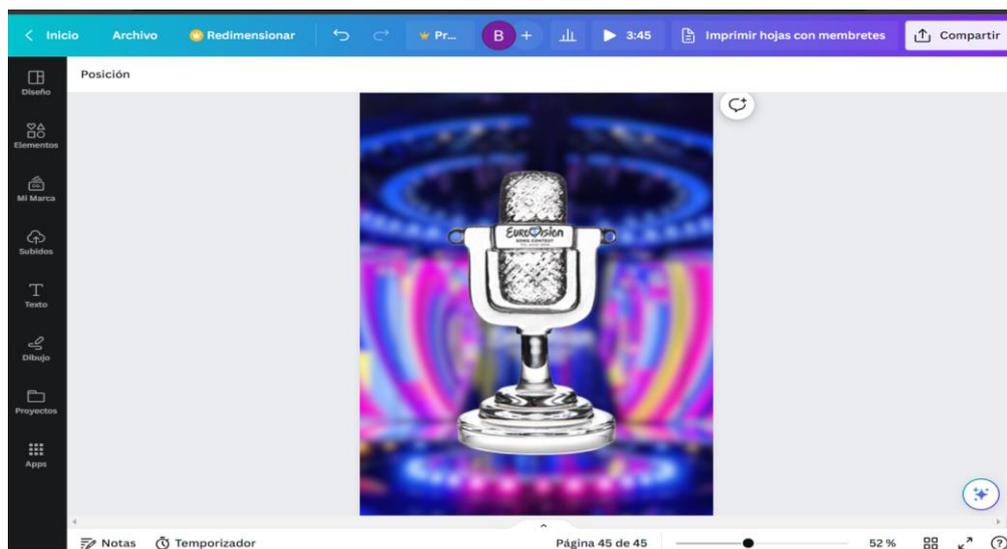


Imagen 8. Pantallazo contraportada de la revista. Fuente: elaboración propia.

2.4 VIABILIDAD DEL PROYECTO

El desarrollo de la revista supone suplir una falta de información sobre el festival. El nicho de mercado de Eurovisión está aún sin explotar del todo por lo que las posibilidades de tener éxito, al menos dentro de los propios seguidores del concurso, son altas. Todo esto sumado al reciente aumento de las audiencias, debido a la vuelta del Benidorm Fest y al cambio de directiva en la delegación española que ha supuesto un cambio en las candidaturas españolas, supone que poco a poco el programa adquiera mayor relevancia y atención por parte del público y medios generalistas.

Al ser un concurso anual y con cambios en función de la televisión pública que se encargue de alojar la sede cada edición, siempre hay contenido nuevo por lo que solo en caso de cancelación definitiva del mismo el proyecto no podría salir adelante. Esto supone una buena señal para el desarrollo del proyecto puesto que tendría continuidad a largo plazo.

El apoyo y colaboración mostrado por las distintas personalidades es fundamental para poder elaborar cada número de la revista puesto que son testimonios potenciales para aparecer en la misma. Además, según avanzase el proyecto, en algún punto podría darse una colaboración que ayudase a ampliar los puntos de vista y a renovar el formato para que no quede obsoleto puesto que vivimos en una sociedad en constante cambio y con un gran desarrollo tecnológico.

3. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado se ha comprobado la poca atención mediática que recibe el Festival de Eurovisión, así como, el significativo aumento que ha habido en el seguimiento del mismo por parte de la sociedad española. Esto justifica los objetivos propuestos al principio del mismo.

El objetivo principal consistía en explicar lo que rodea al concurso. Este puede considerarse cumplido a partir de los objetivos secundarios. El primero de estos consistía en presentar al lector los distintos procesos de preselección que emplea cada país, 37 en esta edición. La explicación de los mismos realizada como parte de los contenidos propios de la revista permite que se pueda considerar como conseguido.

En segundo y tercer lugar estaban la resolución de dudas generales y la aportación de datos desconocidos para parte del público eurofán y los nuevos seguidores. Con el desarrollo del apartado 'Datos de Eurovisión' que se encuentra desarrollado en el proyecto, estos objetivos se han podido alcanzar.

El cuarto de ellos abordaba el uso de las herramientas y posibilidades que ofrece Internet para desarrollar un producto como es en este caso una revista digital. La utilización de imágenes, hipervínculos y distintos tipos de letra a través de Canva ha permitido crear un producto atractivo para el consumidor por lo que se ha cumplido.

El quinto objetivo consistía en acercar las distintas personalidades del mundo eurovisivo tanto a los seguidores del festival como al público que se acerca al mismo por primera vez. Gracias a la colaboración de tres periodistas especializados en el programa en las entrevistas realizadas para la revista se puede considerar cumplido.

El hecho de cumplir con todos los objetivos planteados al inicio del proyecto supone confirmar que es un mercado con muchas posibilidades por explorar y en continuo desarrollo por las novedades que aparecen en el concurso anualmente.

Las dificultades que ha planteado el desarrollo de la revista son comunes dentro de los nuevos proyectos periodísticos. La imposibilidad de acceder a algunas fuentes me ha permitido entender que siempre hay otras opciones y que tienen cosas que aportar que pueden resultar interesantes para llevar a cabo los distintos contenidos.

Centrar este trabajo en el Festival de Eurovisión ha permitido confirmar el elevado interés y entusiasmo que provoca el mismo en la sociedad actual. Además, a pesar de las

López, B. (2023). EUROTEKA: proyecto de creación de una revista especializada en el Festival de Eurovisión. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2022-2023

complicaciones propias de trabajar en un sector como es el de la información y en especial en torno a un asunto que recibe poca atención mediática, es el camino que me gustaría seguir en un futuro.

4. BIBLIOGRAFÍA

AEV España. (s. f.). AEV España. Recuperado de: <http://olevision.com/>

Álvarez, J. (2023, 10 enero). *Arranca el EuroTour en TEN: La cadena emitirá la final del Eurosong belga con comentarios en castellano*. ESCplus España. <https://www.esplus.es/eurovision/2023/arranca-el-eurotour-en-ten-la-cadena-emitira-la-final-del-eurosong-belga-con-comentarios-en-castellano/>

Aparicio, E. F. (2021, 22 mayo). ¿Por qué Eurovisión es tan importante para el colectivo LGTBIQ+? - Yasss. Yasss. Recuperado de: https://www.yasss.es/cultura/por-que-eurovision-es-importante-para-colectivo-lgtb_18_3140820345.html

ASÍ NACIÓ EL FESTIVAL DE EUROVISIÓN - *eurovision-spain.com*. (2020, 3 diciembre). *eurovision-spain.com*. Recuperado de: <https://eurovision-spain.com/columna/asi-nacio-el-festival-de-eurovision/>

Borrat, H. (1993). Hacia una teoría de la especialización periodística. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 15, 79-84.

Calle, D. (2022, 29 abril). Historia del Festival de Eurovisión. *ElHuffPost*. Recuperado de: https://www.huffingtonpost.es/entry/historia-de-eurovision-es_626ba527e4b0bc48f57a01c3.html

Cervi, L., Marín, C., & Sanandrés, C. P. (2021). Prosumers y la profesionalización del periodismo ciudadano: El caso *www.eurovision-spain.com*. *Ámbitos*, 52, 8-25. Recuperado de: <https://doi.org/10.12795/ambitos.2021.i52.01>

Claes, F. & Deltell, L. (2015). Audiencia social en Twitter: hacia un nuevo modelo de consumo televisivo. *Blanquerna School of Communication and International Relations*, 36, 109-133.

CONOCE OGAE. (2021, 5 octubre). Ogae Spain. Recuperado de: <https://www.ogaespain.com/ogae/>

CONÓCENOS. (2016, 9 febrero). AEV España. Recuperado de: <http://olevision.com/conocenos/>

López, B. (2023). EUROTEKA: proyecto de creación de una revista especializada en el Festival de Eurovisión. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2022-2023

Delgado, S. (2022, 23 junio). *¿Qué es la Unión Europea de Radiodifusión? - El Orden Mundial - EOM*. El Orden Mundial - EOM. Recuperado de: <https://elordenmundial.com/que-es-union-europea-radiodifusion/>

EUROVISIÓN 1969. (2021, 3 noviembre). Ogae Spain. Recuperado de: <https://www.ogaespain.com/festival-de-eurovision/historia-de-eurovision-por-anos/eurovision-1969/>

Eurovision Song Contest. (s. f.). Eurovision.tv. Recuperado de: <https://eurovision.tv/>

Evolución del Sistema de Votación del Festival de Eurovisión - eurovision-spain.com. (2020, 3 diciembre). eurovision-spain.com. Recuperado de: <https://eurovision-spain.com/columna/evolucion-del-sistema-de-votacion-del-festival-de-eurovision/>

Gayle, D. & MailOnline. (2015, 11 febrero). Eurovision organisers have invited AUSTRALIA to take part. *Mail Online*. Recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2948222/Eurovision-organisers-reveal-invited-AUSTRALIA-chiefs-ignore-national-boundaries-song-contest-popular-Under.html>

Ibáñez, M. S. (2022). Cuando el cuerpo es la frontera. Construcción discursiva en la prensa escrita española de la identidad disidente de Conchita Wurst. *Educación multidisciplinar para la igualdad de género*, (4), 107-129.

LAS TRANSFORMACIONES DEL FESTIVAL - eurovision-spain.com. (2020, 3 diciembre). eurovision-spain.com. Recuperado de: <https://eurovision-spain.com/columna/las-transformaciones-del-festival/>

Lucía, I. (2021, 22 mayo). *Eurovisión, geopolítica en antena - El Orden Mundial - EOM*. El Orden Mundial - EOM. Recuperado de: <https://elordenmundial.com/eurovision-geopolitica-en-antena/>

Menéndez, H. C. (2022, 15 mayo). *La final de Eurovisión 2022 arrasa con un 50,8% de audiencia en La 1, el mejor dato desde 2008*. ESCplus España. Recuperado de: <https://www.esplus.es/eurovision/2022/la-final-de-eurovision-2022-arrasa-con-un-508-de-audiencia-en-la-1-el-mejor-dato-desde-2018/#:~:text=AUDIENCIA%20POR%20EDAD%2C%20SEXO%20Y%20CL>

López, B. (2023). EUROTEKA: proyecto de creación de una revista especializada en el Festival de Eurovisión. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2022-2023

[ASE%20SOCIAL&text=En%20esta%20franja%20y%20en,media%20de%20todas%20las%20franjas.](#)

Monterrubio, A. (2023, 25 abril). Preselecciones de Eurovisión 2023: ¿cuándo salen las canciones de cada país? *En Blau*. https://www.elnacional.cat/enblau/es/television/cuando-salen-canciones-eurovision-2023-preselecciones_948135_102.html

Ogae Spain. (s. f.). Ogae Spain. <https://www.ogaespain.com/>

Ortiz, L. (2017). El festival de eurovisión: más allá de la canción. *Fonseca: Journal of Communication*, 15(15), 145. <https://doi.org/10.14201/fjc201715145162>

Real Academia Española. (2021). *eurofán | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado de: <https://dle.rae.es/eurof%C3%A1n>

Rodríguez, A., Frutos, J., & La Cabeza Llena. (s. f.). *14 curiosidades de Eurovisión que no necesitabas saber (pero molan) – La cabeza llena*. <https://lacabezallena.com/cine-television/curiosidades-eurovision/#:~:text=Actualmente%20la%20regla%20es%20la,incluidos%2C%20deben%20interpretarse%20en%20directo.>

Urrea, I. (2023, 14 mayo). *Eurovisión 2023 arrasa en audiencias consiguiendo un 39,7% de share y 4.839.000 espectadores de media - eurovision-spain.com*. [eurovision-spain.com](https://eurovision-spain.com/eurovision-2023-arrasa-en-audiencias-consiguiendo-un-397-de-share-y-4-839-000-espectadores-de-media/). Recuperado de: <https://eurovision-spain.com/eurovision-2023-arrasa-en-audiencias-consiguiendo-un-397-de-share-y-4-839-000-espectadores-de-media/>