

O vídeo online direcionado para nichos específicos de público

O caso das plataformas LGBTI+ portuguesas

JOÃO MIGUEL ORNELAS GOMES

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO
GRAU DE MESTRE EM AUDIOVISUAL E MULTIMÉDIA

Orientador:
Professor José Cavaleiro Rodrigues
ESCS - IPL

Junho de 2021

Declaração

Declaro ser autor do presente trabalho de investigação, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Audiovisual e Multimédia. Declaro ainda ser este um trabalho original, nunca submetido (no seu todo ou em qualquer das suas partes) a uma instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou de outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações aqui incluídas se encontram devidamente identificadas, e acrescento ter consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, Junho de 2021

João Miguel Ornelas Gomes

João Miguel Ornelas Gomes

Agradecimentos

Em primeiro lugar, quero agradecer aos meus pais e ao meu irmão pelo amor, esforço, preocupação e compreensão durante todo o meu percurso académico, sem os quais não teria sido possível a realização de um sonho na área que escolhi. Obrigado por estarem sempre presentes e por apoiarem-me nas minhas decisões ao longo dos últimos seis anos.

Às minhas avós, por sempre me incentivarem a alcançar os meus objetivos e por sempre acreditarem nas minhas capacidades.

À minha restante família, por sempre demonstrar apoio e sentir saudades.

Aos meus amigos, por serem a minha segunda família em Lisboa, por partilharem os bons e os maus momentos e por sempre me fazerem sentir em casa.

Ao Professor José Cavaleiro Rodrigues, pela orientação na realização desta dissertação, principalmente durante a fase inicial da pandemia de Covid-19 em Portugal.

Por último, um agradecimento a todos aqueles com os quais partilhei boas ou más experiências, quer tenha sido na FCSH (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas), da Universidade Nova de Lisboa, onde me licenciiei, ou na ESCS (Escola Superior de Comunicação Social), do Instituto Politécnico de Lisboa, onde realizei o mestrado, por direta ou indiretamente me terem ajudado a crescer como indivíduo.

Resumo

A diversificação dos meios tecnológicos em Portugal tem feito evoluir as plataformas digitais, notando-se uma maior segmentação do mercado, principalmente no que toca à utilização do vídeo enquanto ferramenta de comunicação.

Desta evolução resulta a formação de novas empresas, novas plataformas e novos públicos, tornando não só o mercado mais competitivo, como mais específico e segmentado, à medida que estas empresas se focam num determinado nicho.

Acompanhando o fenómeno, esta dissertação pretende analisar e refletir sobre a utilização do vídeo nestas “novas plataformas”, procurando perceber que mensagem pretendem transmitir à sociedade e ao seu público, neste caso, no nicho de público LGBTI+.

Os dados apresentados, foram resultado de entrevistas a responsáveis pela produção videográfica de alguns dos casos analisados, acompanhando uma análise sistemática de conteúdo aos vídeos produzidos.

Palavras-chave

Multiplataforma, Vídeo, Online, LGBTI+, Produção audiovisual, YouTube

Abstract

The diversification of technological media in Portugal is making digital platforms evolve, generating a new segmentation of the market, especially when it comes to using video as a communication tool.

Thus, new companies, new platforms and new audiences appear, making not only the market more competitive but more specific, as these companies focus on a particular niche.

In that sense, this dissertation intends to analyze and reflect on the use of video on these “new platforms”, trying to understand what message they intend to transmit to society and to its public, in this case, in the LGBTI+ audience.

The data presented, were the result of interviews with those managers responsible for the videographic production of some of the cases analyzed, as well as content analysis of the videos produced by this companies.

Keywords

Multiplataform, Video, Online, LGBTI+, Audiovisual production, YouTube

Índice de conteúdos

1.	INTRODUÇÃO.....	1
1.1.	Contextualização da temática e pertinência da investigação	1
1.2.	Estrutura da dissertação.....	1
1.3.	Questão de partida.....	2
1.4.	Objetivos gerais da investigação	2
1.5.	Metodologia	2
2.	ENQUADRAMENTO TEÓRICO	4
2.1.	Origem e evolução do vídeo.....	4
2.2.	Origem e evolução do vídeo na Internet	7
2.3.	O vídeo online na atualidade.....	8
2.4.	Os vários tipos de vídeo online	14
2.5.	Nichos e multiplataformas	19
3.	A MIGRAÇÃO DO MOVIMENTO LGBTI+ PORTUGUÊS PARA O ONLINE	21
3.1.	Origem e evolução do movimento LGBTI+	21
3.2.	O movimento LGBTI+ em Portugal	21
3.3.	Mudanças a partir do novo milénio.....	23
3.4.	Novas plataformas.....	25
4.	ESTUDO DE CASOS	29
4.1.	Multiplataformas LGBTI+ portuguesas	29
4.1.1.	ILGA Portugal	29
4.1.2.	PortugalGay.pt	30
4.1.3.	Queer Lisboa e Queer Porto.....	30
4.1.4.	Rede Ex Aequo	31
4.1.5.	Dezanove	32
4.1.6.	It Gets Better Portugal	32
4.1.7.	Pois.pt	33
4.2.	Recolha de dados.....	33
4.2.1.	Construção de tabelas de classificação	33
4.2.2.	Entrevistas.....	36
4.3.	Análise de dados recolhidos	37
4.3.1.	Objetivos	38
4.3.2.	Produção	39
4.3.3.	Duração	40
4.3.4.	Publicidade e financiamento	41
4.3.5.	Tipo de vídeo	43

4.3.6.	Temáticas.....	46
4.3.7.	Publicação	47
4.3.8.	Público-alvo.....	49
4.3.9.	Estratégias	50
4.4.	Resenha conclusiva acerca dos dados analisados.....	51
CONCLUSÕES FINAIS.....		53
BIBLIOGRAFIA		55
WEBGRAFIA.....		58
ANEXOS.....		62
Anexo 1 – Tabela de Taxonomia – ILGA Portugal.....		63
Anexo 2 – Tabela de Taxonomia – PortugalGay.pt.....		100
Anexo 3 – Tabela de Taxonomia – Queer Lisboa e Queer Porto		118
Anexo 4 – Tabela de Taxonomia – Rede Ex Aequo.....		168
Anexo 5 – Tabela de Taxonomia – Dezanove		174
Anexo 6 – Tabela de Taxonomia – It Gets Better Portugal.....		214
Anexo 7 – Tabela de Taxonomia – Pois.pt.....		230
Anexo 8 - Guião de entrevista		232
Anexo 9 – Entrevista a João Paulo – PortugalGay.pt.....		233
Anexo 10 – Entrevista a Mía – Rede Ex Aequo		241
Anexo 11 – Entrevista a Tiago Castro – It Gets Better Portugal.....		249

Índice de Tabelas

Tabela 1. Produções audiovisuais portuguesas que abordam temáticas LGBTI+, de 1927 a 2020	24
Tabela 2. Exemplo de tabela.....	36
Tabela 3. Entrevistados.....	37
Tabela 4. Organização da análise de dados	37

Índice de Figuras

Figura 1. Logótipo da ILGA Portugal	30
Figura 2. Logótipo do PortugalGay.pt.....	30
Figura 3. Logótipo do Queer Lisboa e Queer Porto	31
Figura 4. Logótipo da Rede Ex Aequo	31
Figura 5. Logótipo do Dezanove	32
Figura 6. Logótipo do It Gets Better Portugal	32
Figura 7. Logótipo do Pois.pt	33

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Tipo de produção dos vídeos das plataformas LGBTI+ portuguesas.....	39
Gráfico 2. Duração dos vídeos nas plataformas LGBTI+ portuguesas	40
Gráfico 3. Publicidade presente nos vídeos das plataformas LGBTI+ portuguesas.....	41
Gráfico 4. Tipo de vídeos presentes nas plataformas LGBTI+ portuguesas	43
Gráfico 5. Temáticas abordadas nos vídeos das plataformas LGBTI+ portuguesas	46
Gráfico 6. Publicação mensal de vídeos nas plataformas LGBTI+ portuguesas.....	47

1. Introdução

1.1. Contextualização da temática e pertinência da investigação

Na nossa sociedade e na contemporaneidade, o mercado audiovisual e multimédia tem-se tornado cada vez mais competitivo, tendo como resultado numa maior segmentação de mercado e o surgimento de diversas plataformas voltadas para nichos específicos.

A presente dissertação tem como objetivo perceber de que forma e em que contexto, as empresas relacionadas com o audiovisual utilizam o vídeo como ferramenta online, tanto nos processos de trabalho como na divulgação de conteúdos, analisando a forma de produção e os métodos de organização de trabalho.

A pertinência desta investigação prende-se com necessidades decorrentes do desenvolvimento do mercado audiovisual português, no sentido em que o conhecimento produzido é relevante para o entendimento da relação das multiplataformas com os seus nichos de público, através de ferramentas como o vídeo.

Além disso, a maior parte dos estudos realizados em Portugal sobre as multiplataformas estão mais focados nos hábitos de consumo de vídeo dos utilizadores destas plataformas (Fonseca, 2018) ou na estratégia de marketing/marca destas mesmas plataformas (Santos, 2019), pelo que falta e é preciso perceber como é que é feita a utilização do vídeo enquanto ferramenta, principalmente se aliarmos esse uso a pequenos nichos e causas, como a representada pela comunidade LGBTI+, uma vez que, tal como refere Brandão: “A produção científica nacional sobre o ativismo lgbt encontra-se, ainda, num estado relativamente incipiente.” (2009, p.1)

1.2. Estrutura da dissertação

Esta dissertação encontra-se dividida em 4 capítulos principais: No primeiro são descritas, a introdução à contextualização da temática e da pertinência da investigação, a organização desta dissertação, a questão de partida e os objetivos gerais, bem como a metodologia utilizada.

No segundo capítulo é apresentado o enquadramento teórico da temática abordada, considerando vários autores e conceptualizações de forma a construir uma evolução histórica

da presença do vídeo online como ferramenta de trabalho, de comercialização e de consumo desde a sua origem.

No decorrer do terceiro capítulo, entramos no contexto do movimento LGBTI+ em Portugal e no enquadramento do estudo do nicho de mercado e consumo analisados.

Já no quarto capítulo são analisados os canais de Youtube das multiplataformas, a nível de conteúdo direcionado à comunidade LGBTI+, bem como são analisadas entrevistas realizadas a responsáveis pelas multiplataformas.

1.3. Questão de partida

Definido o objeto de estudo, a questão de partida para esta dissertação é:

De que modo é utilizado o vídeo online por plataformas audiovisuais direcionadas para nichos de público específicos?

Esta dissertação parte da ideia de que, com o surgimento e posterior desenvolvimento de novas plataformas e empresas audiovisuais, se dá uma segmentação do mercado que direciona a produção de conteúdos e as especializa, em função de nichos específicos.

1.4. Objetivos gerais da investigação

- Perceber de que forma e em que contexto as plataformas utilizam o vídeo como ferramenta online, tanto de trabalho como de divulgação de conteúdos.

- Entender a dinâmica das plataformas analisadas, a nível de produção e metodologia de trabalho.

- Percecionar de que modo o vídeo pode ser direcionado para um determinado nicho.

- Analisar quais os suportes utilizados para a divulgação dos vídeos produzidos e a evolução dessa utilização.

1.5. Metodologia

Esta dissertação – que começou por ser o produto de um estágio, tornado inviável pelo agravamento da situação pandémica, analisa a forma como as multiplataformas utilizam o vídeo como ferramenta online direcionada para um nicho específico e quais os tipos de vídeo mais

utilizado na comunicação dessa mesma empresa com o nicho, que neste caso é a comunidade LGBTI+.

Depois de uma pesquisa intensa relacionada com este tema, concluí que em Portugal existem muitos trabalhos de investigação que se focam no comportamento do espetador LGBTI+ em relação ao conteúdo produzido por plataformas online que se direcionam para determinados públicos e a inexistência de investigações que se focam no comportamento por parte destas plataformas e empresas na utilização do vídeo online.

Além disso, a segmentação do mercado e a cada vez maior concorrência têm feito surgir cada vez mais plataformas direcionadas para nichos específicos, pelo que decidi focar-me naquelas que mais se identificam com a comunidade LGBTI+, para com essa seleção e focalização, facilitar uma análise aprofundada do conteúdo videográfico das mesmas.

A dimensão de investigação nesta dissertação destina-se a analisar o conteúdo videográfico nos canais de YouTube e nos sites associados, para perceber que tipo de conteúdo audiovisual é produzido e que utilização fazem do mesmo.

De modo a encontrar resposta às questões previamente definidas, utilizou-se uma metodologia dividida em duas etapas e nos correspondentes métodos: análise de conteúdo de dados videográficos e entrevistas semi-diretivas.

Neste trabalho de investigação foi feita uma análise de formal e de conteúdo, através de uma abordagem quantitativa (recolha e criação de uma base de dados, de imagens, criação de tabelas e gráficos) e qualitativa (tratamento e interpretação da base de dados em imagem, complementada com transcrições das entrevistas, obtendo um corpus e que se cruza toda a informação e os dados).

Procedi à análise do conteúdo videográfico disponível, presente nos canais de YouTube desde o início de atividade dos mesmos até Novembro de 2020.

As entrevistas realizadas através da plataforma Zoom, a responsáveis pela produção de conteúdo videográfico de 3 das plataformas analisadas, tiveram como objetivo articular as perspetivas pessoais e profissionais dos participantes sobre o trabalho que desenvolvem. Para responder à questão de partida, optei por uma metodologia qualitativa, sustentada nas estratégias de estudo de caso, selecionando intencionalmente a amostra.

2. Enquadramento Teórico

2.1. Origem e evolução do vídeo

Numa análise histórica, podemos fazer remontar a origem do vídeo à da própria fotografia e do movimento da imagem estática, estando ligado a diversas invenções, mas sobretudo à do cinetoscópio de Edison em 1891, que permitia ver rapidamente uma sequência de imagens estáticas, e do cinematógrafo dos Irmãos Lumière em 1895, que permitia registar o movimento e projetar imagens para o público. (Foguel, 2018)

Aumont & Marie (2006) referem que este movimento ilusório resulta do facto das imagens projetadas sobre uma tela terem origem em imagens fixas, ou seja, “...a fonte dessas imagens em movimento está nas imagens fixas, impressas na película que passa no projetor e são visionadas uma após a outra. Há aí um paradoxo, pois não é fácil compreender como uma sucessão de imagens fixas projetadas uma após a outra pode dar a impressão de uma imagem única e dotada de movimento.” (pp.93-94).

Foi muitas vezes dito, que este fenómeno decorria da persistência retiniana, descrito por Peter Mark Roget como o fenómeno de imagens isoladas que parecem coladas entre si, pois um objeto visualizado persiste na retina durante uma fração de segundos após a sua perceção. Porém, Aumont & Marie explicam que não é o que acontece, devido ao facto que “a persistência momentânea das imagens sobre a retina não poderia dotá-las de movimento, mas somente misturar umas com as outras. É uma propriedade inata de nossa perceção que está em jogo, mas em estágios cerebrais. Os leves deslocamentos de uma imagem à imagem seguinte, dos estímulos visuais, excitam as células do córtex visual, que “interpretam” essas diferenças como movimento, e o efeito produzido por tais células por elas não é passível de ser distinguido por elas do efeito que um movimento objetal real produz.” (Aumont & Marie, 2006, p.94)

Assim sendo, este movimento aparente foi inventado paralelamente ao cinema, quando esta arte foi desenvolvida como “meio de reprodução de cenas em movimento”. Apesar de não haver um consenso, e de se ter acreditado por muito tempo, que a utilização de um ritmo regular de sucessão de imagens fixas projetadas (24 ou 25 frames por segundo) se devia à persistência retiniana, a verdade é que, a “perceção efetiva de um movimento é, portanto, um enigma psicofisiológico”, visto que esta persistência “só poderia produzir espécies de superposições das

imagens sucessivas e não sua integração em um continuum visual dotado de movimento.” (Aumont & Marie, 2006, p.201)

Segundo Aumont & Marie, os especialistas da percepção das experiências da Gestalttherorie (1912), sugerem que “o movimento aparente resulta da colocação em prática de mecanismos físico-químicos que ocorrem no córtex e são desencadeados por células especializadas, que respondem, especificamente, à mudança de posição dos estímulos visuais. O sistema perceptivo produziria, assim, a percepção de um movimento “puro”, sem objeto-suporte, e a atribuição desse movimento a um objeto operada em um segundo tempo, de ordem mais “interpretativa”, reservado a outras zonas do cérebro.” (Aumont & Marie, 2006, p.201).

Melhor explicando, regra geral, a padronização do cinema é de 24 fotogramas por segundo de filme, sendo que “cada fotograma é uma fotografia, tirada a uma velocidade relativamente lenta correspondendo ao tempo de exposição da película a cada parada de seu avanço na câmara (mais ou menos 1/50 de segundo); por isso os movimentos rápidos se traduzem por imagens desfocadas. Na projeção, o fotograma nunca é visto individualmente, mas fundido, pelo “efeito Φ ”, com os que o precedem e o seguem, dando uma impressão de movimento.”. (Aumont & Marie, 2006, pp.136-137)

A própria evolução do vídeo coincide com a evolução do cinema, tanto que no início de ambos, as origens se confundem, pelo que é necessária uma breve descrição histórica dessa evolução.

Desde a primeira sessão de cinema mundial, ocorrida a 28 de dezembro de 1895 em Paris, pelos irmãos Lumière, e da introdução do som 30 anos mais tarde, que o cinema e o vídeo evoluíram ao longo do séc. XX, tendo sido possível através do desenvolvimento tecnológico dos media no final do séc. XIX, da revolução eletrónica da radiofusão na segunda década do séc. XX e da criação da gravação eletromagnética após a II Guerra Mundial (Armes, 1998, p.12).

Apesar das sessões de cinema se terem tornado cada vez mais populares ao longo do séc. XX, o vídeo começou a afirmar-se face ao cinema, a partir do momento em que os filmes exibidos em salas de cinema eram gravados em cassetes VHS, principalmente a partir da década de 70, para consumo doméstico, acontecendo o mesmo com conteúdos televisivos, “fazendo com que o vídeo se fosse credibilizando a ele próprio como uma ferramenta de média”. (Malheiro, 2016, p.38)

Ao ganhar maior importância, sendo usado cada vez mais e de maneiras diferenciadas, o vídeo, principalmente no formato VHS, foi-se transformando numa mercadoria distribuída internacionalmente, tornando-se “no principal meio de transmissão de informação e conteúdos, superando a rádio” (Malheiro, 2016, p.38).

A forma de consumir vídeo alterou-se significativamente ao longo do tempo, à medida que a tecnologia evoluiu, deixando de lado a fita magnética como forma de produção e as salas de cinema como as únicas formas de consumo.

Para Aumont, o cinema, ou neste caso a imagem filmica e o vídeo, ou imagem videográfica, são difíceis de se diferenciarem: “Trataremos a imagem filmica e a imagem videográfica como duas variantes, difíceis de serem diferenciadas como fenômeno, de um mesmo tipo de imagem, a imagem mutável, ou melhor, a imagem temporalizada...”. (2002, p.172), sendo parte de imagens mutáveis, que variam conforme o tempo. Para o autor, a única coisa que as distingue é a forma técnica como são apresentadas, sendo que “O cinema utiliza imagens imóveis, projetadas em uma tela com certa cadência regular, e separadas por faixas pretas resultantes da ocultação da objetiva do projetor por uma paleta rotativa, quando da passagem da película de um fotograma ao seguinte. Ou seja, ao espectador de cinema é proposto um estímulo luminoso descontínuo, que dá uma impressão de continuidade...” (2002, p.51), enquanto que no vídeo “... a imagem de vídeo é em geral de pequeno tamanho – mas permanece quase sempre imóvel...”, sendo que “... dirige-se, conforme as circunstâncias, tanto ao espectador individual quanto ao espectador coletivo – tanto em espaço doméstico quanto em espaço socializado; não precisa ser vista no escuro, mas a interferência de muita luz na tela a altera.” (Aumont, 2002, p.177).

Villavicencio afirma ainda que o cinema e o vídeo se diferenciam enquanto suportes pois “a imagem do cinema se assemelha ao quadro de uma pintura, devido ao formato da tela e por ser bidimensional. Entretanto, as imagens projetadas na tela nos transmitem a impressão de continuidade de movimento, não percebemos as imagens como estáticas, como fotografias em sua fixidez, mas percebemos as imagens em movimento e com continuidade entre os fotogramas.” (2009, p.3) e o vídeo por ser “caracterizado por uma imagem que “tende ao imaterial”, pois, já com a imagem eletrônica e posteriormente com a digital, não podemos tocar, riscar, desenhar ou colar coisas nos suportes: na fita de vídeo ou, no caso do digital, no DVD.” O autor acrescenta ainda que em relação ao suporte videográfico, a imagem é “a tradução de

um campo visual para sinais de energia elétrica, que podem ser transportados ou armazenados em forma eletromagnética”. (Villavicencio, 2009, p.5)

2.2. Origem e evolução do vídeo na Internet

Quando surgiu, a Internet não possuía recursos audiovisuais, sendo sobretudo alfanumérica. Tal como Marinelli e Andò (2014) afirmam, no início do desenvolvimento da internet, o vídeo era apenas utilizado nos computadores pessoais, algo que se alterou com a criação de browsers como o Mosaic, suporte da World Wide Web, e mais tarde com o Internet Explorer, o que permitiu a utilização de recursos que suportam a publicação de imagens, sons e vídeos (Borovik, 2005), assim como, mais recentemente, com dispositivos que servem de interfaces entre o conteúdo online e a TV.

Tal como refere Borovik, este desenvolvimento apenas foi possível devido aos interesses económicos, “na medida em que a Internet deixou de ser apenas uma rede científico-académica e tornou-se (ou se pensou em fazer dela) um espaço para “fazer negócios”” (2005, p.41). O vídeo na Internet passa a ser uma narrativa dinâmica e interativa, permitindo que “milhares de websites integrem dados, conteúdo e controlos interativos ao vídeo” (2005, p.42), o que vai muito além do vídeo tradicionalmente apresentado numa televisão.

Os primeiros vídeos na Web eram geralmente, retângulos que apareciam como um pop-up no monitor do computador, a partir de um site onde o conteúdo se encontrava. Eram constituídos por imagens muito pequenas e com baixa resolução, devido ao formato denso do vídeo que precisava de muitos megabytes para reproduzir pequenos cliques, e devido à limitação da conexão à Internet, em termos de largura de banda. (Borovik, 2005)

Não se sabe ao certo quando o vídeo surgiu na Internet, mas segundo Barry (citada em Borovik, 2005), nos anos 90, os jogos de computador e os CD-room foram essenciais para o desenvolvimento do vídeo online enquanto fonte de entretenimento, tanto que a autora se refere a estes vídeos como webcinema, partindo do princípio de que são figuras animadas, e um dos principais formatos de vídeo online, o gif (graphics interchange format). Barry afirma ainda que 1997 foi decisivo para a presença do vídeo na Internet, devido ao surgimento de programas que permitiam a reprodução de um conteúdo animado online, tais como o Flash 1.0 da Macromedia, o RealVideo 1.0 da Real Networks e o QuickTime Web da Apple, o que obrigava a que o vídeo fosse digital ou digitalizado e a estar na rede, como refere Borovik (2005).

Mas apesar destes fatores em comum, existem diversos formatos e tipos de vídeo, daí que segundo Borovik, o que os distingue não é o formato em si mas a forma/objetivo para que foram criados esses vídeos e como são consumidos. Daí que tenha prevalecido tradicionalmente a distinção entre webcinema ou webvideo, como “uma postura muitas vezes preconceituosa de separar a alta cultura (cinema) da baixa cultura ou popular (vídeo/Tv), sendo que toda esta produção tem em comum o facto de serem “imagens digitais em movimento, constituídas por pixels e criadas para serem vistas no computador através da Internet” (Borovik, 2005, p.44), com a única distinção a ser a forma como são rececionadas: ativamente, passivamente ou interactivamente.

No início do séc. XXI, segundo Borovik, havia duas categorias de vídeos online, a primeira a dos vídeos distribuídos pela Internet, sendo hospedados e disponibilizados em sites como por exemplo as redes P2P, os vídeoblogs e os bancos de vídeo, que permitiam o acesso ao conteúdo de uma forma mais fácil, sem ser necessário o deslocamento físico; a segunda, a dos vídeos feitos para a Internet. Neste caso, Borovik, aponta o filme *Wax*, de David Blair (1993), como o primeiro filme da Internet, sendo “um dos primeiros a apresentar uma narrativa em vídeo navegável, no sentido de que a história é constituída de acordo com as escolhas do internauta, podendo também fazer uma leitura não linear do vídeo, voltando a momentos anteriores ou saltando os subsequentes” (Borovik, 2005, p.45).

Segundo Borovik, atualmente podemos ter acesso a vídeos através de duas maneiras, downloads e streaming, sendo a primeira, o ato de transferir da rede um arquivo na sua totalidade para o computador, de maneira a poder ser visualizado e a segunda, uma maneira de distribuir conteúdo na Internet, através de *players*, sem ser necessário baixar o arquivo inteiro.

2.3.O vídeo online na atualidade

Nas últimas décadas registou-se uma evolução em relação às categorias apresentadas anteriormente por Borovik, tendo-se verificado um crescimento da presença do vídeo online, principalmente causado pelo surgimento de plataformas como o YouTube.

Fundado em 2005 por Chad Hurley, Steve Hurley e Jawed Karim, o YouTube foi desenvolvido para permitir a partilha de vídeos online, através de um serviço simples, onde os utilizadores do website podem fazer upload dos vídeos e publicá-los, sem dificuldade, além de puderem ver outros vídeos, bem como partilhar com outras pessoas, enviando a hiperligação ou

incorporando noutros websites, através de código HTML. Um ano após a sua fundação, a Google comprou o YouTube por 1,65 mil milhões de dólares, alterando o funcionamento da plataforma, disponibilizando não só vídeos amadores, mas também vídeos com objetivos comerciais. (Ribeiro, 2019).

Por consequente, o YouTube foi crescendo, contribuindo para que os espectadores consumam cada vez mais conteúdo profissional e amador online, devido ao aumento dos vídeos criados pelos utilizadores desta plataforma, fazendo com que segundo Neto, “Qualquer um que tenha acesso à internet pode utilizar seus serviços e do dia para a noite, dependendo do conteúdo que nele for publicado, transformar-se de um ilustre desconhecido em um fenômeno de audiência.” (Neto, 2009, p.16).

Nesse sentido, plataformas como o YouTube enquadram-se nas duas categorias, pois funcionam como distribuidores de vídeos na rede, com o armazenamento do conteúdo numa espécie de banco de vídeos, pois “possibilitou que qualquer pessoa que use um computador acesse a internet, disponibilizasse seus vídeos para a rede mundial de computadores, estando ao alcance de milhões de internautas” (Neto, 2009, p.17), mas também pela função de partilhar conteúdos feitos para a Internet, não através da narrativa não linear como no filme de Blair, mas através da interação entre audiência/subscritores e criador de vídeos parecida com uma rede social.

De acordo com Ribeiro (2019), a mudança de slogan mostra a mudança no paradigma da empresa. A alteração de “Your Digital Video Repository” para “Broadcast Yourself”, reflete a mudança de plataforma de armazenamento/arquivo pessoal de vídeos para plataforma de partilha de vídeos, quer sejam privados ou públicos. Ribeiro salienta ainda que o que outrora era uma plataforma de conteúdo produzido e partilhado por amadores e sem publicidade passou a ser uma plataforma também com vídeos profissionais e com anúncios, o que despertou o interesse de diversas empresas, o que levou à monetização dos conteúdos da plataforma, o que possibilitou aos criadores de conteúdo amador transformar os seus passatempos numa fonte de rendimento. Exemplo disso é o surgimento do YouTube Originals, que reflete um pouco da junção entre os vídeos distribuídos na Internet e os vídeos feitos para a Internet, tal como refere Wallenstein:

“...originals team, which is just three months into its effort, is split among scripted, unscripted, family and comedy programming. In addition to financial support, the talent involved will be able to partake of marketing help, “matchmaking with off-YouTube talent,” and the company’s own production facilities.” (Wallenstein, 2015, n.p.)

Além de se manter os dois tipos de acesso aos vídeos, um novo tipo de streaming online mais específico surgiu, o live video streaming, utilizado à semelhança do direto da Tv porque “ocorrem em tempo real, ou próximo disso”, sendo usado sobretudo em plataformas de vídeo chat/webcam e em lives de plataformas como o YouTube, o Twitch, o Facebook, o Instagram, o TikTok, entre outras, sendo já possível assistir na Internet transmissões de eventos ao vivo. Algumas destas plataformas são responsáveis por mudanças em diversas indústrias, não só do audiovisual, como também dos videogames, como é o caso da Twitch:

“*Twitch* is a live streaming platform with a strong focus on the broadcast and viewing of video game content. In the last five years its visibility and impact have rapidly grown to a point where it has become a major force in the games industry, and increasingly in the global media ecosystem as a whole. For example, in 2016 there were 292 billion total minutes watched and 2.2 million unique streamers (Twitch, 2016) who broadcast their activities on the platform, followed by over 350 billion minutes in 2017 (Twitch, 2017). The success of *Twitch* is also clearly signalled by its recent purchase for almost a billion dollars by *Amazon*, and its position as roughly the hundredth most viewed website, of any sort, in the world. The presence of *Twitch* is not just affecting the play nor spectating of games, however, but also their production, marketing, reviewing, and numerous other dimensions of the games industry.” (Johnson & Woodcock, 2018, p.2).

No início do séc. XXI, segundo Borovik, o vídeo online era sobretudo assistido por “um observador solitário” (2005, p. 45) sentado na frente do computador, os vídeos eram muito curtos, à volta de 3 minutos e com baixa resolução, sendo segundo Barry, produzidos, editados, escritos, entre outras funções por uma só pessoa, não havendo uma estrutura coletiva cinematográfica, sendo que “A história contada online geralmente tem uma maior clareza, uma

voz individual, e pode ser considerada até mesmo verdadeiramente autoral, portanto mais pessoal.” (Barry, citada em Borovik, 2005, p.45).

Atualmente, a realidade já é um pouco diferente, sendo que não só se continua a verificar que a maioria dos observadores assistem o conteúdo de forma solitária, como há o aumento da visualização de vídeos em grupo, o indivíduo pode encontrar-se acompanhado, algo que contrasta com a realidade descrita por Borovik.

Além disso, já é possível assistir vídeos mais longos e com maior resolução, além dos 3 minutos, podendo chegar a horas de conteúdo, pois a evolução da tecnologia permitiu reduzir o tempo de processamento e o peso dos vídeos também reduzindo o preço e aumentando a acessibilidade a essa mesma tecnologia. Segundo o próprio YouTube:

“By default, you can upload videos that are up to 15 minutes long. Verified accounts can upload videos longer than 15 minutes. The maximum file size you can upload is 128GB or 12 hours, whichever is less. We’ve changed the limits on uploads in the past, so you may see older videos that are longer than 12 hours.” (YouTube Help, 2020).

Também o facto apontado por Barry (citada em Borovik, 2005), de que apenas uma pessoa é responsável por todo o processo de criação de um vídeo tem vindo a alterar-se, sendo que já existem equipas de produção completas e especializadas por detrás de diversos vídeos online, sendo que no caso do YouTube, existem mesmo equipas de produção/produtoras que se focam apenas em produzir conteúdo para essa plataforma, sendo que não só surgiram novas profissões como a de YouTuber, que segundo Bernardazzi & Costa, são “pessoas que possuem canais no site YouTube, que postam produtos audiovisuais e que, a partir disso, podem acabar tendo retorno financeiro e transformando essa atividade em carreira profissional.” (2017, p.148), como profissões relacionadas com o cinema e a televisão foram transportadas para este tipo de plataformas: “O mesmo produtor/consumidor é responsável pela criação do canal pelo qual irá se comunicar, pela roteirização do tema a ser abordado, captação das imagens, iluminação da cena, edição de imagem, edição de áudio, arte gráfica presente no canal e no vídeo e gerenciamento das mídias sociais. Contudo observamos que diversos canais do YouTube que iniciam apenas com um único responsável pela linha de produção acabam se profissionalizando ao ponto de contratar prestadores de serviço que auxiliam no processo de

trabalho.” (Bernardazzi & Costa, 2017, pp.152-153) São exemplos desta profissionalização dos conteúdos para YouTube, os produtores e videastas Felipe Neto, Maluco Beleza (Rui Unas) ou Fernando Rocha.

Segundo Gomes (2019), os criadores de conteúdo desta plataforma não possuíam (alguns ainda não possuem) conhecimentos de produção audiovisual, pelo que o conteúdo partilhado e viral na Internet era (e ainda em parte é) “bastante amador e com muitos poucos meios de produção”, mas também “mais espontâneo e genuíno, permitindo na grande parte dos casos, a construção de uma identidade online e de narrativa em torno do eu, criando uma aproximação com o público bastante chamativa”. (p.19)

O alcance do vídeo permite a promoção e o aumento da popularidade do autor do mesmo, verificando-se em comentários, gostos, partilhas, mas acima de tudo no retorno económico, proveniente da monetização dos vídeos na plataforma, “sendo “YouTuber” uma nova profissão, que foi surgindo ao longo dos anos”. (Gomes, 2019, p.19)

Em Portugal, tal como noutros países, também se verifica a existência de empresas cuja função é gerir parcerias e projetos entre criadores de conteúdo e marcas, bem como definir estratégias de captação de audiências e produção de conteúdo audiovisual, algumas certificadas pelo próprio YouTube, como é o caso da Thumbs Media e outras que agenciam criadores de conteúdos como a Be Influence e a Milenar. (Ribeiro, 2019).

Até mesmo as próprias plataformas investem em equipas de produção, distribuição e gestão próprias como é o caso do YouTube Originals, de que falei anteriormente.

O único fator que se mantém inalterável é o facto de que o “tipo de conexão e a largura de banda são determinantes para o aspecto do vídeo que o usuário (ex-espectador) vai assistir em relação à sua escala (pixels x pixels), sua resolução (definição) e grau de compressão de imagem” (Borovik, 2005, p.46), sendo ainda segundo Borovik, também determinantes, a versão do browser, o monitor e o sistema operacional, entre outros.

A internet veio alterar profundamente o modo como o vídeo é utilizado e consumido e plataformas como o YouTube fizeram do vídeo online um dos maiores geradores de tráfego na atualidade, devido ao facto de a maior parte desse conteúdo ser gratuito e de fácil acesso, através de diversos dispositivos, como dizem Santini e Calvi: “Todos os conteúdos audiovisuais gratuitos na internet podem ser utilizados de forma personalizada em qualquer momento e lugar,

libertando os usuários das determinações da programação televisiva linear e massiva” (2013, p.175), algo que foi ainda mais notório com o surgimento de fenómenos como a Netflix.

O facto de a maior parte das Smart Tv`s permitirem a utilização de plataformas como o YouTube ou a Netflix, através da ligação à internet, contribui para o crescimento do consumo de vídeo. Outro aspeto é o facto de ser possível monetizar o conteúdo criado nestas plataformas, como no caso do YouTube, onde os criadores recebem parte do dinheiro gerado com a publicidade exibida nos seus canais, fazendo com que os criadores produzam mais e com que a audiência aumente devido ao aumento do conteúdo disponível. (Marinelli e Andò, 2014).

A facilidade de produção, através de uma câmara na mão ou de um smartphone, bem como o aumento da velocidade e dos acessos da internet e da interação que gera, permitiram ao vídeo tornar-se numa ferramenta de trabalho, de divulgação, de aprendizagem e lazer, que tende a crescer cada vez mais, e que se reflete no comportamento do indivíduo online: “De agora em diante serão os usuários que criam seus próprios conteúdos, que deverão poder ser reproduzidos em qualquer suporte. De televisores a telefones celulares, e sem necessidade de intermediários”. (Esteban, citado em Malheiro, 2016, p.40)

O fenómeno viral dos vídeos online resulta do desenvolvimento da tecnologia e da proliferação desta, principalmente nas camadas mais jovens da sociedade, sendo o principal responsável, o smartphone, tal como afirma Novarese (2014): “la pequeña pantalla de un smartphone capta mucho mejor la atención indivisible de los jóvenes conocidos como Millenials”. (p.24)

Novarese afirma ainda que a maioria dos jovens utilizam mais o telemóvel para ver vídeos (98%) e ainda que este fenómeno acontece porque estes utilizadores tem a possibilidade de escolher que tipo de vídeos podem ver, consoante os seus gostos, sem sentir a necessidade de realizar outras tarefas enquanto os vídeos reproduzem, aumentando a atenção que dispõem nos mesmos, algo contrário às gerações de mais idade que assistem maioritariamente televisão e realizam outras atividades enquanto observam os conteúdos transmitidos.

Podemos ainda dizer que o audiovisual sofreu alterações profundas com a chegada do YouTube, sendo a plataforma “um dos grandes motivos para a maior parte das pessoas estarem mais agarradas, ou num ponto de vista mais problemático, presas aos pequenos ecrãs”, constituindo-se como uma “grande nova forma de entretenimento e de comunicação nos nossos dias”. (Gomes, 2019, p.19)

A profissionalização deste conteúdo que se distribui por diversos géneros, permitiu o desenvolvimento de “uma nova linguagem audiovisual, própria do YouTube”, capaz de competir, a nível do entretenimento, com os meios tradicionais, devido a todos os fatores já mencionados anteriormente. (Gomes, 2019, p.20).

Além disso, devido ao facto de qualquer utilizador ou empresa poder partilhar o seu conteúdo, seja ele de que género for (mediático, de entretenimento, comédia, vlog, tutoriais, educacionais, jogos de computador ou consola, reviews, política, institucionais, etc), existem diferentes tipos de linguagem, narrativas e histórias partilhadas, pelo que, segundo Gomes, “haverá um público para o consumir, mesmo sendo este em massa ou um pequeno nicho.”. (Gomes, 2019, p.20).

2.4.Os vários tipos de vídeo online

Segundo Malheiro, na atualidade é muito raro haver alguém que não assista a vídeos online, sendo as temáticas destes as mais diversas, desde o conteúdo institucional, ao género comédia, passando pelo e-learning, por tutoriais, reviews de produtos, séries ou filmes, ou ainda compilações dos melhores momentos de temas variados. Isto acontece também porque nestas plataformas, é comum serem os próprios utilizadores a produzir e editar conteúdo, e não apenas profissionais da área, fazendo com que o conteúdo amador também resulte num produto final de qualidade, ou seja, “as bases de guionismo, iluminação, som, câmara e edição são as mesmas, tanto para produções “hollywoodescas”, como para vídeos gravados com uma webcam no quarto” (Lastufka & Dean, citados em Malheiro, 2016, p.40).

De forma a poder navegar melhor entre os diferentes tipos de vídeos existentes, decidi agrupá-los em dois grupos: os vídeos de entretenimento e os vídeos institucionais. Considerarei os vídeos de entretenimento, os vídeos de comédia, os tutoriais, as reviews, curtas-metragens, séries e filmes, por terem em comum o propósito de entreter e considerarei como vídeos institucionais, os vídeos promocionais, publicitários, políticos, informativos e educacionais, por terem em comum o propósito de informar.

Começando pelo vídeo institucional, podemos falar do vídeo promocional usado pelas universidades, que surgiu como uma fusão do vídeo informacional com o vídeo publicitário.

A facilidade de produção e de divulgação para públicos jovens dirige a comunicação das Instituições de Ensino Superior. Esta produção estabelece “relações entre o meio e o fim,

nomeadamente a partir da ideia de públicos-alvo, esta utilização do vídeo é assim, enquadrada como estratégia de marketing”. (Santos & Santos, 2014, p.18) O vídeo utilizado por estas instituições deixou de ser apenas usado para fins educativos, para também ser usado como um “veículo ideal para a comunicação (interna e externa) das IES. Daí a escolha frequente do vídeo para informar sobre o quotidiano da organização, através de notícias e reportagens próximas da narrativa informativa da televisão” (Santos & Santos, 2014, p.21).

As Instituições de Ensino Superior investem no vídeo online pois o seu público-alvo é aquele que mais consome conteúdo na Internet, mas também porque existem outras vantagens “no planeamento estratégico da comunicação: diminui os custos de distribuição de conteúdo (custos diretos, ainda que porventura custos totais), permite a interatividade, elimina as barreiras de entrada/acesso e possibilita a promoção cruzada com outros objetos” (Santos & Santos, 2014, p.25), bem como na divulgação da oferta formativa e de eventos das universidades.

Segundo Santos & Santos (2014), o vídeo tem a capacidade de se adaptar e ligar a outras formas de comunicação, de modo a que o futuro estudante, aqui tratado como possível cliente, possa saber da existência da instituição, mas também para que passe a gostar da mesma, através de vídeos promocionais que tendem a retratar as instituições como um ambiente pessoal e íntimo, tal como afirmam: “os vídeos promocionais são frequentemente protagonizados por atuais alunos, antigos alunos com sucesso e professores. A facilidade de colocar testemunhos nos conteúdos de vídeo é uma das mais valias desta ferramenta e muitas instituições já identificaram o enorme potencial publicitário dos alumni” (Santos & Santos, 2014, p.26).

Além disso, o vídeo também permite mostrar um pouco do contexto social que envolve as instituições, os serviços de que esta dispõe, bem como a sua localização. Os vídeos de divulgação das instituições de ensino superior

“incluem vídeos que mostram os mais diversos aspetos da vida no campus, ou a divulgação de serviços específicos, como uma lavandaria ou uma linha de apoio telefónico” e “o vídeo mostra e permite um contacto e uma comparação de aspetos que, de outra forma, poderiam não acontecer, como a possibilidade de ver as instalações da IES ou da cidade”. (Santos & Santos, 2014, p.27)

Assim sendo, o vídeo é utilizado como uma ferramenta de ensino, mas cada vez mais de promoção institucional das universidades, através de uma estratégia de marketing que tem “como objetivo criar uma imagem de marca da instituição.” (Santos & Santos, 2014, p.27). Segundo os autores, esta estratégia cria um “top of mind awareness (TOMA) em relação à IES em causa”, o que se traduz “na medida da reputação global da instituição e na qualidade e no nível de reconhecimento no mercado em causa” (Santos & Santos, 2014, p.27). Em Portugal, tal como noutros países, as produções de vídeos pelas instituições de ensino superior pretendem maioritariamente atrair novos alunos, podendo de certo modo até se assemelhar a uma produção publicitária.

Entrando na vertente publicitária, Neto afirma que o que ganha popularidade na Internet chama a atenção dos grandes grupos empresariais, podendo até mudar a sua estratégia no que toca à utilização dos vídeos online: “Com o YouTube então não poderia ser diferente. Inúmeras empresas dos mais variados setores criaram canais próprios no site para postarem seus vídeos corporativos, fazendo uma ponte direta com os seus clientes/consumidores.” (Neto, 2009, p.6).

Segundo Neto, as empresas utilizam a comunicação institucional como forma de comunicar e vender produtos, através da divulgação de informações aos públicos de interesse sobre os objetivos, as práticas, as políticas e as ações da organização.

Este autor aponta a produtora e distribuidora Warner Bros como a primeira a ter um canal empresarial presente no YouTube, usado sobretudo para “vender um produto de maneira discreta, sem irritar os usuários do site e não simplesmente mostrar a habilidade de alguém em atrair audiência para sua performance” (Neto, 2009, p.20). Neto afirma ainda que a utilização de canais por parte das empresas é uma alternativa mais inteligente face à propaganda tradicional, constituindo-se como uma forma de ligação mais próxima entre as empresas e os clientes.

Para Neto, o YouTube não é apenas utilizado para cumprir objetivos de mercado, mas também para obter maior visibilidade institucional noutras áreas, relacionadas com a política e a cultura, tal como explica Grosman: “Um bom exemplo é o canal que a rainha Rania da Jordânia criou para mostrar suas ideias e seu país para o público Ocidental. Hoje em dia muitos políticos estão também usando o YouTube para se aproximar de seus eleitores e cidadãos de seus países. O Obama utilizou muito bem na sua campanha e há rumores que o próprio presidente Lula venha a ter seu canal. Até a rainha da Inglaterra está presente.” (Grosman, citado em Neto, 2009, p.20).

Não só as empresas e os políticos começam a utilizar o vídeo online como forma de divulgação ou como parte de estratégia de comunicação, também as instituições com ou sem fins lucrativos começaram a utilizar o YouTube para divulgar as suas mensagens, como o caso referido por Neto, do Vaticano, que pretende com o seu canal “fornecer várias imagens, áudio e vídeo, tais como sermões de Bento XVI e notícias da Santa Sé...” (2009, p.21).

A nível das ONG’s, apenas na década de 90 é que estas organizações se aperceberam da importância do vídeo na sua estratégia de comunicação, tendo começado a desenvolver a mesma no sentido de aproveitar esta ferramenta para desenvolver os seus projetos:

“Fue ya em la década de los 90 cuando las ONG más desarrolladas comienzan a darse cuenta de que sólo siendo transparentes y comunicando de forma clara y estratégica, conseguirían los apoyos necesarios para crear una sólida base social y consistência económica que les permitiera desarrollar su misión de manera sostenible en el tiempo.” (González, Luis & Esteban, 2018, pp.88-89).

Partindo agora para os vídeos de entretenimento, e começando pelas reviews, que podem ser de qualquer tipo, desde produtos, experiências e conteúdo, todas tem algo em comum: mostram características daquilo que está a ser alvo de review, em primeira pessoa: “...os vídeos *unboxing* apresentam produtos sendo desembalados de maneira informal e divertida, ao mesmo tempo em que são demonstrados com riqueza de detalhes.” (Andrade & Castro, 2020, p.98). Além de, no caso de vídeos patrocinados, estarem diretamente ligados aos vídeos publicitários ou promocionais abordados nos parágrafos anteriores, pelo facto de passarem a fazer parte de uma estratégia de marketing das empresas que patrocinam e que querem chegar mais facilmente a um determinado público:

“Não é à toa que os vídeos *unboxing* se tornaram muitas vezes tão rentáveis, pois possibilitam ao mercado um canal de comunicação direta com um público difícil de acessar diante das restrições vigentes em outros canais de mídia. Trata-se de uma saída valiosa que ganha ainda mais relevância à medida que as interações *on-line* deixam rastros digitais que propiciam, frequentemente, a elaboração de métricas utilizadas pelas empresas para segmentar detalhadamente seus públicos de acordo com perfis ou nichos de consumo.” (Andrade & Castro, 2020, p.110).

As reviews podem ser então um entretenimento promocional, pois demonstram que um vídeo pode pertencer a várias categorias.

Em relação às curtas metragens, às séries e aos filmes, a indústria audiovisual adaptou-se passando para o online em formato de vídeo e a prova disso é a existência desse conteúdo tanto em plataformas de streaming como no YouTube.

No que concerne aos tutoriais, apesar de estarem muitas vezes associados ao entretenimento, tal como o nome indica, são vídeos educacionais cujo intuito é ensinar, de forma fácil, sobre qualquer assunto, desde como usar maquiagem, utilizar funções em aplicações, técnicas de pintura, DIY, entre outras, tal como refere Rodrigues:

“Um tutorial consegue educar um usuário sobre uma nova ferramenta, à qual este não está habituado, de forma rápida e com um baixo custo. Aqui o utilizador não precisa de ler, pode visualizar ou ouvir o vídeo enquanto que experimenta por ele próprio o processo, aprendendo assim de um modo mais prático e muito mais rápido do que anteriormente.” (Rodrigues, 2018, p.20).

Em relação à comédia, esta adaptou-se a partir dos meios tradicionais para o online, fazendo uso muitas vezes de formatos parecidos com os tradicionais e aproveitando temas que muitas vezes não são abordados pelas plataformas mainstream. De referir a Porta dos Fundos, que revolucionou o panorama do humor no Brasil ao viralizar no YouTube, tal como refere Hoff:

“O ambiente em que o fenômeno Porta dos Fundos acontece – como organização e como canal no Youtube com maior número de seguidores por tantos anos seguidos - leva em conta interfaces da cultura digital, processo produtivo e campo social do audiovisual no Brasil, agentes nesse campo social e seus capitais simbólicos postos em jogo, comédia e humor como estratégias e posicionamento da organização e de seus produtos neste campo, os vídeos sendo consumidos em um determinado tempo e espaço cultural e simbólico, entre outros diversos fatores.” (Hoff, 2018, p.94)

2.5. Nichos e multiplataformas

A relação entre multiplataformas e nichos de público já foi estudada por vários autores.

Dimmick, Feaster & Hoplamazian (2010) falam de como os media ocupam determinados nichos de audiência, de forma a conseguirem competir entre si:

“...in the news media domain, the patterns of access to information provided from professional news sources may define the niche of a medium. In order to occupy a unique niche in any domain from the perspective of an audience, a communication medium must differentiate itself from other media with regard to the resources to which it provides access (e.g. news and entertainment) or with regard to the time and space locations to which it allows access.” (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2010, p.26)

O mesmo se aplica aos vídeos online, onde existem nichos de público às quais os vídeos pertencem, de forma categorizada e nas quais os produtores de conteúdo se tentam enquadrar. Esta tendência está diretamente ligada ao comportamento de quem consome conteúdo, seja online ou físico como refere Anderson:

“Ainda existe demanda para a cultura de massa, mas esse já não é mais o único mercado. Os hits hoje competem com inúmeros mercados de nicho, de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades.” (Anderson, 2007, p.10)

Por outras palavras, nicho é tudo aquilo que se define como subcultura, como conteúdo específico, que não se enquadra na cultura direcionada para as massas, a chamada cultura mainstream como salienta Martel:

“...a palavra, de difícil tradução, significa literalmente ‘dominante’ ou ‘grande público’, sendo usada em geral para se referir a um meio de comunicação, um programa de televisão ou um produto cultural que vise um público amplo. Mainstream é o inverso da contra- cultura, da subcultura, dos nichos; para muitos, é o contrário da arte ...” (Martel, 2012, p.18).

Outro fenómeno comum tanto no que diz respeito ao público mainstream, como ao público de nicho é o surgimento de multiplataformas, plataformas que produzem conteúdo para várias plataformas, sejam redes sociais, plataformas de streaming, canais de televisão, eventos presenciais, entre outras, sendo algo que se verifica no jornalismo e que tem crescido nas áreas do audiovisual e multimédia, bem como noutras áreas:

“O conceito de Estádio Global tinha a premissa bem clara de uma comunicação multiplataforma, aproveitando as potencialidades de um universo mediático marcado pela convergência de conteúdos e plataformas. A comunicação em tempo real e multimediática foram as bases para a construção de uma comunidade virtual em torno deste evento.” (Neto, 2017, p.248).

3. A migração do movimento LGBTI+ português para o online

3.1. Origem e evolução do movimento LGBTI+

O movimento LGBTI+ começou a organizar-se a 28 de junho de 1969, quando a polícia nova-iorquina tentou fechar um bar gay chamado “Stonewall Inn”, com a justificação de que vendiam bebidas alcoólicas ilegalmente. Isto gerou um enorme descontentamento por parte da comunidade LGBTI+ da cidade que frequentava esse bar, o que gerou protestos e manifestações. Esse dia ficou marcado como o dia do Orgulho Gay, tendo influenciado a ação de diversas comunidades em diversos países.

Segundo Bhabha (2005), a homossexualidade é um comportamento reprimido pela polícia, pela medicina, pela imprensa e pela igreja, principalmente no sul da Europa no último quartel do século XX, onde se assistia ao fim de longos regimes autoritários. A partir dos anos 80, com o surgimento da SIDA/HIV notou-se a preocupação deste movimento em combater a discriminação sexual, principalmente por os homossexuais serem associados à doença, em consequência do elevado número de vítimas dentro da comunidade.

Durante este período de tempo, a SIDA foi vista por muitos como forma de punição dos homossexuais, o que contribuiu para o aumento da homofobia (Fone, 2008). O movimento LGBT iniciou então um ativismo distinto, procurando “questionar e auxiliar na produção de saber sobre o HIV” (Taques, 2012, p.36) e “na elaboração de recomendações e investigações relevantes para as comunidades afetadas” (Bastos, citada em Taques, 2012, p.36)

3.2.O movimento LGBTI+ em Portugal

Segundo Santos (2009a), o movimento LGBTI+ em Portugal nasceu após 1995, muito tarde comparativamente com outros países ocidentais, devido ao facto de que, até ao fim da ditadura em 1974, a homossexualidade ser equiparada ao crime de vadiagem, com base numa lei de 1912, sendo condenável da mesma forma que a prostituição. Apenas em 1982 a homossexualidade foi descriminalizada com a revogação da referida lei.

Segundo Taques (2012), o facto de Portugal ter entrado na União Europeia em 1986, permitiu ao país entrar “em contato com novas realidades” (p.40), e “aproximar-se dos padrões culturais, políticos económicos e sociais que vigeram nos restantes países da Europa” (Santos,

citada em Taques 2012, p.40), o que contribuiu para a mudança no movimento LGBTI+ a partir da década de 90.

A partir dos anos 90 surgiram, também em Portugal, grupos formados como ONG's, “na tentativa de pressionar os governos para que comunidades e grupos vítimas de preconceitos passassem a ser ouvidos e tivessem seus direitos garantidos” (Taques, 2012, p.36), não apenas mobilizados momentaneamente, mas de forma mais ativa e consciente.

Ainda segundo Taques (2012), o movimento LGBTI+ português é tardio, sobretudo devido a fatores como “conservadorismo da sociedade local e também ao baixo índice de associativismo” (p.44). Só no fim da década de 90 é que o movimento LGBTI+ português adquire “expressão idêntica aos seus congêneres europeus e norte-americanos, traduzida em organizações com representatividade no seio da própria comunidade, capacidade de pressão sobre os organismos políticos-partidários e as instituições do Estado, e enfim, uma agenda política própria” (Cascais, 2006, p.125)

Neste contexto, Santos refere algumas etapas importantes para a comunidade durante a década de 90, entre elas, o aparecimento do Grupo de Trabalho Homossexual em 1991 e o Grupo Lilás em 1993, importantes para o início do ativismo no país (2009b); o surgimento do primeiro grupo “com maior durabilidade e consciência” em 1990, tendo como objetivo a publicação da revista lésbica “Organa”; a criação do Centro Comunitário Gay e Lésbico por parte da Câmara Municipal de Lisboa em 1997 e a realização do primeiro Festival de Cinema Gay e Lésbico e do primeiro arraial LGBTI+ na cidade, ambos também em 1997 (2009a).

Santos afirma que o mediatismo no fim da década de 90 teve impactos nas representações sociais sobre a orientação sexual, a identidade de gênero e o próprio movimento LGBTI+, referindo ainda que os diferentes tipos de manifestações públicas ocorridas, permitiram a participação cultural e a reivindicação política por parte do movimento, o que levou, nas palavras da própria, à “entrada dos direitos sexuais na esfera da cidadania, iniciando-se assim a agenda política de uma cidadania também sexual.” (2009a, p.100).

Nos primeiros anos do movimento, tal como Santos referiu anteriormente, o ativismo LGBTI+ esteve muito ligado com a política, com o mediatismo jornalístico e com a presença em espaços públicos físicos. Rosa, na sua dissertação de mestrado (2010), explica que esta cidadania participativa muito associada aos direitos de representação e à informação sobre a SIDA, bem como ao apoio dos casos existentes no país, granjeou a estas instituições uma nova

visibilidade política e legal nos órgãos de comunicação social, levando ao alargamento do público das mesmas.

Tendo em conta a mediatização em volta de questões LGBTI+ não tardou a surgir o primeiro site na internet dedicado a estas temáticas em Portugal, em 1996, o PortugalGay.pt surgiu como um “órgão de informação geral online disponível 24 horas por dia”, que pretende divulgar serviços e informação à comunidade LGBTI+, de forma a “Melhorar a imagem dos LGBTI junto da comunidade em geral e dos próprios LGBTI em particular” e “ Contrariar todas as formas de discriminação quer por orientação sexual, quer por identidade de género”, de forma a melhorar a qualidade de vida dos membros da comunidade (2017). Apesar de ser maioritariamente informativo, a sua presença nas redes sociais e no YouTube, conferem ao site um carácter de multiplataforma.

3.3.Mudanças a partir do novo milénio

A partir de 2000, o ativismo da comunidade LGBTI+ continuou a lutar pela igualdade de direitos, mas também por uma maior justiça no que diz respeito às representações no panorama cultural e audiovisual. As audiências começam a ver em ficção mais personagens cujas histórias lançam o debate em torno de temas fraturantes da sociedade, ligados à comunidade LGBTI+, assim como perceberem realidades vividas por pessoas que antes não eram de todo representadas.

Alguns dos temas que passaram a ser abordados incluem a homossexualidade, a transexualidade, o casamento gay, a adoção por parte de casais do mesmo sexo, o que mostra que a ficção e o setor audiovisual foram acompanhando a realidade vivida no país. Não terá sido por acaso que a partir do momento em que foram surgindo alterações legais, como a lei do casamento entre pessoas do mesmo sexo (Taques, 2012), as representações de personagens LGBTI+ começaram a tornar-se mais regulares na ficção nacional. Dado que entre 2005 e 2018 o panorama audiovisual mudou significativamente em relação à colocação de personagens e atores LGBTI+ na ficção nacional, refiro na tabela abaixo algumas das produções que apresentaram personagens com histórias LGBTI+:

Produção audiovisual	Transmissão	Produção audiovisual	Transmissão
Rita ou Rito?	1927	A Última Vez Que Vi Macau	2012
Uma Pedra no Bolso	1988	Dancin' Days	2012-2013
Onde Bate o Sol	1989	Sol de Inverno	2013-2014
Adão e Eva	1995	Bem Vindos a Beirais	2013-2016
Parabéns	1997	Os Nossos Dias	2013-2016
Elas	1997	I Love It	2013-2017
O Fantasma	2000	O Beijo do Escorpião	2014
A Raiz do Coração	2000	Virados do Averso	2014
Morangos com Açúcar	2003-2012	Mulheres	2014-2015
Odete	2005	Mar Salgado	2014-2015
Ninguém Como Tu	2005	Coração d'Ouro	2015-2016
20,13 - Purgatório	2006	O Ornitólogo	2016
Aqui Não Há Quem Viva	2006-2008	Amor Maior	2016-2017
7 Vidas	2006-2009	A Impostora	2016-2017
Heiko	2007	Al Berto	2017
A Outra Margem	2007	Filha da Lei	2017
Olhos nos Olhos	2008-2009	Ouro Verde	2017
Podia Acabar o Mundo	2008-2009	Jogo Duplo	2017-2018
Morrer Como Um Homem	2009	A Herdeira	2017-2018
Duas Mulheres	2009	Diamantino	2018
Too Many Daddies, Mommies and Babies	2009	Golpe de Sol	2018
Lua Vermelha	2010-2012	Onde Está Elisa?	2018-2020
Palácios de Pena	2011	Casa do Cais	2018-2020
Irmãos de Sangue	2011	Variações	2019
O Que Há De Novo no Amor	2011		

Fontes: *Correio da Manhã, Dezanove, Fantastic, Diário de Notícias, Know.net, N-TV, Jornal de Notícias, Blitz, Observador, Ukbar Filmes, Comunidade Cultura e Arte, CinePT, Rosa Filmes, Gabriel Abrantes, RTP e David Bonneville*¹

Tabela 1. Produções audiovisuais portuguesas que abordam temáticas LGBTI+, de 1927 a 2020

¹ Todas as fontes estão disponíveis na Bibliografia.

Também se começa a registar o aparecimento de novos sites dedicados a associações LGBTI+ como os sites da ILGA Portugal e da Rede Ex Aequo, assim como mais um site informativo, o Dezanove, que, desde 2010, partilha notícias e eventos relacionados com a comunidade. Segundo o site é “uma publicação, orientada por critérios de rigor e objetividade, especializada em assuntos relacionados com a população LGBT (lésbicas, gays, bissexuais e transgéneros) portuguesa e que se expressa em português” (Dezanove, 2010).

3.4. Novas plataformas

Depois do advento das redes sociais em 2003 com o MySpace, e o Facebook em 2005, o Twitter em 2006 e do surgimento de plataformas como YouTube também em 2005, verificamos a rápida consolidação das mesmas no mercado online, com o aparecimento de outros serviços ou redes sociais como o WhatsApp em 2009, o Instagram em 2010, o Snapchat em 2011 e mais recentemente o TikTok em 2016, utilizados à escala global.

A interligação entre as diferentes plataformas foi responsável, no caso do YouTube, como referido no capítulo anterior, pelo surgimento de figuras chamadas de influenciadores, com público distribuído pelas diferentes plataformas, e que atuam muitas vezes, eles próprios como uma multiplataforma ou para multiplataformas.

Segundo Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda (2018) o paradigma dos transmedia faz com que a nível digital e globalmente falando, qualquer pessoa possa se tornar num criador de conteúdo dentro de uma cultura participativa. Isto faz com que pela primeira vez na história, pessoas comuns possam influenciar e enviar mensagens para a sua própria comunidade, algo que se verifica muito no YouTube e em todas as redes sociais onde estas pessoas mantêm presença.

Esta cultura permitiu a alteração do consumo de conteúdo audiovisual, bem como redefiniu o modelo económico praticado, devido à “fragmentação das audiências e à crescente tendência da presença de menores como publicadores autorizados através dos seus canais de YouTube, acompanhados por uma maior presença de marcas”. (Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda, 2018, p.99)

Esta fragmentação da audiência fez com que surgissem figuras com autoridade no YouTube e nas redes sociais, apresentando uma realidade que o meio audiovisual normalmente não oferecia e que, quando oferecia era feito de forma estereotipada. Segundo os autores, a forma como estes youtubers mostram

“o processo que seguiram (e ainda seguem) na construção da sua identidade sexual e de género, explicando às suas audiências quais foram as razões que os fizeram decidir entre uma orientação e outra, qual o género com o qual se identificam, como e quando é que isso aconteceu, quais forma os problemas e as dúvidas que tiveram, como foram apoiados ou não pelo ambiente e pela família” (Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda, 2018, p.101).

Ao compararmos estes conteúdos com o que é consumido tradicionalmente, vemos que estes possibilitam aos grupos menos representados da sociedade, neste caso LGBTI+, terem uma voz mais ativa na sociedade, que muitas vezes falhava a representá-los.

Contudo, segundo Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda (2018), a 20 de Março de 2018, o YouTube pediu desculpa no Twitter por ter bloqueado todo o tipo de conteúdo relacionado com temáticas LGBTI+, devido ao facto de um dos novos filtros ter censurado tudo o que continha as palavras “gay” e “lésbica” nos títulos dos vídeos como conteúdo inapropriado, independentemente do real conteúdo apresentado no vídeo. Este pedido de desculpas da plataforma aconteceu após os utilizadores da mesma terem utilizado a hashtag #YouTubeIsOverParty nas redes sociais como forma de protesto.

Entretenimento é o conteúdo mais produzido pelos canais ditos *mainstream* no YouTube, pelo que também é o tipo de conteúdo produzido pelos canais LGBTI+, que seguem a mesma lógica de formato.

Uma das técnicas utilizadas pelos YouTubers LGBTI+ é a colaboração entre membros da própria comunidade, de forma a fazer interagir diferentes grupos de fãs, para fazer um conteúdo tornar-se mais popular e economicamente viável, favorecendo a venda de produtos próprios ou de marcas, bem como alcançar uma maior rentabilização através de publicidade e de códigos ou links personalizados de desconto. Além da profissionalização dos conteúdos, é possível ver que os youtubers incorporam elementos da cultura gay na estética dos seus vídeos.

Apesar destes youtubers produzirem conteúdo que outros canais chamados de *mainstream* também produzem, é importante salientar que os temas relacionados com a comunidade LGBTI+ estão sempre conectados com outros temas que são apresentados e pedidos pela audiência, pelo que é comum vermos muitas vezes detalhes sobre a vida pessoal intercalados com assuntos de carácter educativo ou apenas de entretenimento. Isto reflete-se na presença de formatos de vídeos como o vlog e a entrevista, onde são revelados aspetos do

lifestyle das pessoas que os produzem, como “estilo de vida, coisas sobre o casal e a família, as suas séries preferidas, os seus sentimentos, a sua história de vida” (Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda, 2018, p.109).

Esta tendência de interagir com a audiência de forma a gerar conteúdo que vai ao encontro das expectativas da mesma, é um comportamento muito comum na plataforma do YouTube, onde o espetador se torna ativo, quando é levado a interagir através das redes sociais com o criador do conteúdo, seja através de hashtags (principalmente no Twitter), ou de perguntas e respostas (principalmente no Instagram).

Casos muito comuns de conteúdo popular gerado para a audiência são vídeos onde os youtubers falam sobre a sua experiência pessoal ao assumir a sua orientação sexual, ou ao relatarem episódios de bullying na escola, de forma a ajudar quem na audiência possa estar a passar por uma situação semelhante. Segundo Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda, estas histórias são relevantes no sentido em que “histórias sobre a desigualdade e discriminação em relação à comunidade LGBT+ são excluídas do conteúdo mainstream ou tratados de forma mórbida pelos media tradicionais”. (2018, p.110) Entre outros tipos de conteúdo produzidos por Youtubers LGBTI+ que são referidos, constam os vídeos educativos sobre temáticas LGBTI+ e identidade de género, a denuncia da homofobia, o respeito pela diversidade e a diferença sexual. Estes conteúdos, além de mostrarem diversidade sexual e afetiva, para além da norma e dos estereótipos estabelecidos, criam uma comunidade crítica das desigualdades e da discriminação.

Segundo Blanco-Ruiz & Sainz-de-Baranda (2018), o fenómeno do YouTube mudou radicalmente a indústria audiovisual, pois permitiu a pessoas fora do meio audiovisual, tornarem-se influenciadores à escala global, quer sejam vistos por uma audiência *mainstream* ou por um nicho como a comunidade LGBTI+, dando também oportunidades a influenciadores de diversas identidades de género, orientações sexuais, etnias, o que faz com que estas comunidades se sintam mais e melhor representadas bem como validadas pela plataforma.

Em Portugal, o fenómeno do YouTube é considerado recente, sendo que os YouTubers do nosso país são maioritariamente jovens, tal como o seu público, sendo que a maior parte pretende passar da ocupação à profissionalização, apesar das receitas da plataforma não serem suficientes (Ribeiro, 2019). Em relação à influência dos YouTubers, Ribeiro afirma que é demonstrada através de diversos aspetos como colaborações com marcas, publicidade e volumes de negócios, além da habilidade de mobilizar pessoas, como fazem celebridades de televisão e da música, devido às comunidades que criam com os seus canais. Em relação ao rendimento como atividade profissional, este advém da própria monetização do canal, de

campanhas publicitárias, vídeos patrocinados e de outros projetos como lançamento de livros, roupa, acessórios, maquiagem, participação em eventos como festivais de música e programas de televisão e de rádio, etc (Ribeiro, 2019).

No nosso país existem ou existiram alguns casos de YouTubers LGBTI+, de entre os quais se destacam, como exemplo Peperan, Kiko is Hot, MP and Barbara, Lorenzo e Pedro (já não publicam vídeos na atualidade), Ary e Isaac.

4. Estudo de casos

De maneira a facilitar o estudo de como o vídeo é utilizado como ferramenta por parte destes conteúdos multiplataforma, decidi focar-me principalmente no universo do YouTube, pois como menciona Sousa (2018), o YouTube é considerado o site mais escolhido para partilhar vídeos, sendo caracterizado por investigadores como arquivo de media ou rede social, ocupando o 2º lugar das mais utilizadas em todo o mundo em 2017 pela Hootsuite e pela We Are Social (Sousa, 2018).

Os casos analisados referem-se a empresas ou associações/projetos associativos LGBTI+, que possuem canal na plataforma YouTube, site e presença em redes sociais. Além disso, estão excluídas figuras individualmente consideradas como YouTubers/criadores de conteúdo LGBTI+, pelo facto das produções feita pelos mesmos não serem o objeto de estudo desta dissertação, por serem individuais e não parte de uma coletividade com carácter de multiplataforma.

Os casos escolhidos não foram seleccionados pela popularidade, nem pela quantidade de conteúdo, nem pela duração do canal, mas sim pela pesquisa de conteúdo LGBTI+ na própria plataforma e pelo facto de não haver um método ou ferramenta específica para ter a certeza de que estes casos são os mais representativos dentro da plataforma Youtube. Além disso, o período de atividade de algumas plataformas não coincide de forma a ser feita uma seleção mais restrita.

4.1. Multiplataformas LGBTI+ portuguesas

4.1.1. ILGA Portugal

Fundada em 1995, a Associação ILGA Portugal – Intervenção Lésbica, Gay, Bissexual, Trans e Intersexo, é “a maior e mais antiga associação que luta pela igualdade e contra a discriminação das pessoas LGBTI+ e das suas famílias em Portugal” (ILGA Portugal, 2020).

Além do site, estão presentes ainda, no Instagram, no Facebook, no Twitter e também no YouTube, sendo uma multiplataforma associativa.



Figura 1. Logótipo da ILGA Portugal

4.1.2. PortugalGay.pt

Tendo sido fundado em 1996, o PortugalGay.pt foi a primeira página online dedicada às causas LGBTI+ no país, que começou por disponibilizar conteúdo dirigido tanto à comunidade LGBTI+ como ao público em geral, do qual se destacaram notícias, informações úteis à comunidade sobre infeções sexualmente transmissíveis, testemunhos de indivíduos que assumiram a sua orientação sexual, fotos, dicionário de termos usados pela comunidade, entre outros conteúdos. Além do site, tem presença no Facebook, no Instagram, no Twitter e também no YouTube, sendo uma multiplataforma empresarial.



Figura 2. Logótipo do PortugalGay.pt

4.1.3. Queer Lisboa e Queer Porto

Criado em 1997 (Lisboa) e em 2015 (Porto), respetivamente, é o “único festival de cinema nacional com o propósito específico de exhibir filmes de temática gay, lésbica, bissexual, transgénero, transsexual, intersexo e de outras sexualidades e identidades não-normativas, num género cunhado internacionalmente como “cinema Queer” (sem ano, Queer Lisboa).

Apesar de ser um festival de cinema gerido pela Associação Cultural Janela Indiscreta, a sua presença nas redes sociais Facebook e Instagram, bem como no YouTube, além do site, conferem a este festival um carácter de multiplataforma associativa.

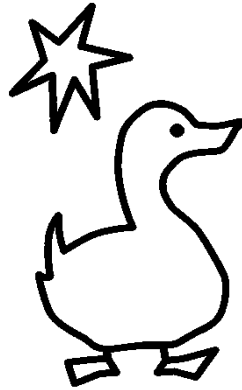


Figura 3. Logótipo do Queer Lisboa e Queer Porto

4.1.4. Rede Ex Aequo

A rede que apoia de forma próxima jovens LGBTI+ em Portugal, desde 2002, têm presença online, através do seu site, bem como no Instagram e Facebook. Iniciou atividade no YouTube em 2011. Por se tratar de uma associação de jovens, é uma multiplataforma de carácter associativo.



rede ex aequo

associação de jovens lgbti e apoiantes

Figura 4. Logótipo da Rede Ex Aequo

4.1.5. Dezanove

Tendo iniciado atividade em 2010, o Dezanove é um portal de notícias e eventos LGBTI+ (Dezanove, 2010). Apesar do carácter noticioso, está presente em diversas redes sociais, como o Facebook, o Twitter e o Instagram, mas também no YouTube, o que lhe confere um carácter de multiplataforma empresarial.



Figura 5. Logótipo do Dezanove

4.1.6. It Gets Better Portugal

O projeto da associação Tudo Vai Melhorar, iniciou atividade em 2012 no YouTube, como afiliado oficial português do projeto internacional It Gets Better, iniciado em 2010 por Dan Savage e Terry Miller nos EUA, também no YouTube. Além do site e do YouTube, está presente no Instagram, Facebook e Twitter, sendo uma multiplataforma associativa.



Figura 6. Logótipo do It Gets Better Portugal

4.1.7. Pois.pt

O Pois.pt é uma multiplataforma online criada em 2018 por Nélon Farrim, sendo dedicada principalmente à comunidade LGBTI+. Numa entrevista à Rádio Zero, citada por Sousa (2020), refere que em Portugal “havia falta de uma multiplataforma dedicada à população não-heterossexual”, sendo que a multiplataforma tem como objetivo “representar e “normalizar” socialmente todo o tipo de pessoas, independentemente da orientação, raça ou sexo.” (Sousa, 2020). Está presente no YouTube, mas também no Facebook, no Instagram e ainda no site com o mesmo nome da plataforma.



Figura 7. Logótipo do Pois.pt

4.2.Recolha de dados

A abordagem metodológica utilizada neste estudo de casos foi uma metodologia mista, que permite compreender melhor, simultaneamente com extensividade, mas também com maior profundidade, o que vai ser analisado.

A nível quantitativo, procedi a uma análise de dados, com base numa recolha e tratamento quantitativos sobre plataformas e conteúdos. A nível qualitativo, procedi à realização de entrevistas semiestruturadas com um guião pré-definido, mas com questões abertas, que se encontra no Anexo 8, de forma a entender junto de responsáveis das plataformas em estudo, a utilização do vídeo online.

4.2.1. Construção de tabelas de classificação

As tabelas taxonómicas, classificatórias, uma para cada plataforma analisada, são parte da base deste trabalho de investigação. Contém os dados registados dos vídeos presentes em

cada canal em análise, de forma a entender como o vídeo é produzido enquanto conteúdo e ferramenta.

A elaboração das tabelas foi baseada em 4 fases, cujo intuito foi o de construir secções, nas quais se vão inserir os dados recolhidos. Essas fases foram as seguintes:

1. Elaboração de categoriais iniciais

Inicialmente foram criadas secções nas diferentes tabelas de taxonomia: Título; Temáticas; Tipos de Vídeo; Produção; Publicidade; Duração e Data. De forma a entender que dados poderiam vir a constar nas tabelas, foi feita uma leitura prévia transversal dos canais a serem analisados, sem ter sido estabelecido qualquer tipo de restrição na análise desse conteúdo e partindo daí para a classificação.

2. Processo de localização e seleção dos vídeos (amostra)

Foi decidido logo no início, que se iria analisar todos os vídeos de cada canal, devido ao facto de, não havendo estudos como o que se iria realizar, essa recolha mais extensiva facilitar trabalhos futuros. Pesou também o facto de muitos canais não terem um período de atividade em comum, sendo necessário delimitar temporalmente o período de observação e recolha, para garantir uma amostra homogénea e uma seleção mais restrita.

Tendo em conta que não existem estudos de comparação associado ao nicho em estudo que permitam compilações e comparações, o período temporal foi intencionalmente longo e definido entre fevereiro de 2006 e novembro de 2020, de forma a permitir notar evoluções até a realidade atual.

3. Forma de seleção dos dados

Devido ao facto de o estudo estar focado na forma como o vídeo é utilizado como ferramenta e não no tipo de audiência, não existem fontes que disponibilizem esses dados oficiais, pelo que a recolha de informação foi feita vídeo a vídeo.

4. Reformulação das categorias de análise

Após a fase inicial, foram reformuladas as secções, de forma a percebermos melhor como se processa a produção destes vídeos. As secções são as seguintes:

- Informação geral – esta secção contém campos de tabela referentes a informações de identificação dos vídeos, como: título, mês e ano de publicação.
- Produção – esta secção mostra os campos relativos ao tipo de produção em cada vídeo, sendo eles: Amadora (vídeos com baixa qualidade ou resolução, pouca ou nenhuma edição ou montagem de som, imagem e gráficos), Semiprofissional (vídeos com alguma qualidade ou resolução, que podem ter alguma edição ou montagem de som, imagem e gráficos, com pelo menos uma destas três qualidades a destacar-se das restantes) e Profissional (vídeos com qualidade ou resolução elevada, com edição ou montagem profissional de som, imagem e gráficos e que podem ter sido produzidos por equipas profissionais de produção ou técnicos especializados).
- Duração – esta secção refere-se aos campos relativos à duração dos vídeos, sendo estes: Menos de 1 minuto, 1 a 5 minutos, mais de 5 e menos de 10 minutos, mais de 10 e menos de 30 minutos, mais de 30 e menos de 60 minutos e 60 minutos ou mais.
- Publicidade – esta secção identifica as entradas relativas à existência de publicidade nos vídeos.
- Tipos de vídeo – esta secção retrata os campos relativos à produção feita em cada vídeo, sendo as seguintes: Campanha, Reportagem, Entrevista, Repostagem, Testemunho, Direto, Série, Programa, Trailer/Teaser e Outro.
- Temáticas – Este campo identifica as categorias presentes nos vídeos, sendo as seguintes: LGBTI+, Evento, Homofobia, Política, Ativismo, Bullying, Saúde, Moda, Adoção, Casamento, Cinema, Educação, Gravidez e Outro.

O formulário, em tabela, antes de estar preenchida com os dados:

Informação geral				
Nº	Título		Mês	Ano
1				
2				
3				
4				
5				
Produção				
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional	
1				
2				
3				
4				
5				

Duração														
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m								
1														
2														
3														
4														
5														
Publicidade														
Nº	Sim / Não													
1														
2														
3														
4														
5														
Tipo de Vídeo														
Nº	Campanha	Reportagem	Entrevista	Reportagem	Testemunho	Direto	Série	Programa	Trailer/ Teaser	Outro				
1														
2														
3														
4														
5														
Temáticas														
Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1														
2														
3														
4														
5														

Tabela 2. Exemplo de tabela

4.2.2. Entrevistas

O Guião com as perguntas foi construído com base numa primeira análise das plataformas ou de conclusões apresentadas por diversos autores abordados em capítulos exploratórios anteriores. As entrevistas foram realizadas através da plataforma Zoom, devido ao facto de não ter sido possível realizá-las pessoalmente, face à situação de pandemia causada pelo Covid-19 e pela distância geográfica a separar entrevistador e entrevistados. Foram entrevistadas as seguintes pessoas, representantes dos canais:

Entrevistados	Função	Plataforma
João Paulo	Proprietário, diretor, RP e editor	PortugalGay.pt
Mia	Equipa de comunicação	Rede Ex Aequo
Tiago Castro	Presidente	It Gets Better Portugal

Tabela 3. Entrevistados

A seleção dos entrevistados foi condicionada pela resposta aos pedidos de entrevista. As perguntas realizadas nas entrevistas estão diretamente relacionadas com os tópicos abordados na análise de dados. O guião e as entrevistas estão disponíveis nos Anexos 9, 10 e 11.

4.3. Análise de dados recolhidos

Após terem sido recolhidos os dados e preenchidos as tabelas de taxonomia, uma para cada plataforma analisada, apresentam-se os resultados obtidos. A organização da análise dos dados obtidos está efetuada da seguinte forma:

Secção	Descrição
Produção	Os gráficos apresentam dados relativos a aspetos técnicos da produção.
Duração	Os gráficos apresentados referem-se à duração em minutos dos vídeos analisados.
Publicidade	Os gráficos apresentados mostram que vídeos foram alvos de patrocínios ou parcerias monetárias.
Tipo de vídeo	Os gráficos mostram dados relativos ao formato dos vídeos.
Temáticas	Nesta secção apresentam-se os dados relativos aos assuntos abordados nos vídeos.
Publicação	Os gráficos ilustram os meses de publicação dos vídeos.

Tabela 4. Organização da análise de dados

4.3.1. Objetivos

No que diz respeito aos objetivos de cada plataforma, eles diferem consoante o conteúdo que publicam. Em relação às plataformas de carácter associativo, os objetivos podem mudar conforme as mudanças de direção ou de voluntários, como refere Mia (Rede Ex Aequo): “...no início com o objetivo de partilhar alguns vídeos que íamos fazendo e também termos ali um conjunto de recursos para podermos partilhar de forma mais fácil, não só com os jovens que apoiamos, mas também com pedidos que vamos recebendo de psicólogos, pessoas que trabalham na área da educação, etc.”, “Hoje em dia, e pro futuro, o nosso objetivo é investir em conteúdo mais informativo, ou seja, não tanto em convidar as pessoas ou informá-las sobre o que estamos a fazer, mas transmitir algum conhecimento em relação às temáticas LGBTI+.”

Além disso, criar um impacto positivo na comunidade também é um dos objetivos destas associações, de forma a contrariar a realidade presente na nossa sociedade, como afirma Tiago Castro (It Gets Better Portugal): “transmitir uma mensagem positiva, mostrar aos jovens LGBTI+ que tem o mesmo potencial de desenvolvimento, de felicidade como qualquer outra pessoa. Embora tenhamos uma comunicação pela positiva, não ignoramos e não fazemos de conta que a discriminação e o preconceito existe.”, “Felizmente hoje temos mais histórias positivas que são contadas na primeira pessoa, mas se fizemos uma pesquisa no Google sobre as questões LGBTI+, da sexualidade, de identidade de género, o que vamos encontrar em termos de conteúdo partilhado, em termos de notícias por exemplo, são histórias de violência, de discriminação e de preconceito.”

As plataformas empresariais também tem o objetivo de apoiar e informar, como refere João Paulo (PortugalGay.pt): “...o que nós fizemos na altura foi pegar nos conteúdos que havia nos outros sites, maioritariamente nos ingleses e nos americanos, traduzi-los e adaptá-los à nossa realidade, nomeadamente, como dizer a um amigo que sou gay, como falar com os pais. E na altura, havia muitos bares gays, quando era mais penoso ser LGBTI+ em Portugal era quando havia mais bares com públicos e atitudes diferentes, coisa que atualmente aqui no Porto não existe e então também criámos um roteiro gay, para as pessoas saberem onde é que podiam ir, quais eram os horários, que tipos de ambientes.”

Algumas plataformas têm como objetivo no futuro ter uma equipa a tempo inteiro a trabalhar nos seus projetos: “daí a necessidade de termos uma pessoa a trabalhar a tempo inteiro para tornar este projeto mais ativo...” (Tiago Castro, It Gets Better Portugal), “Para mim é um

objetivo de longa data, aliás, é neste momento o meu único objetivo.” (João Paulo, PortugalGay.pt)

4.3.2. Produção

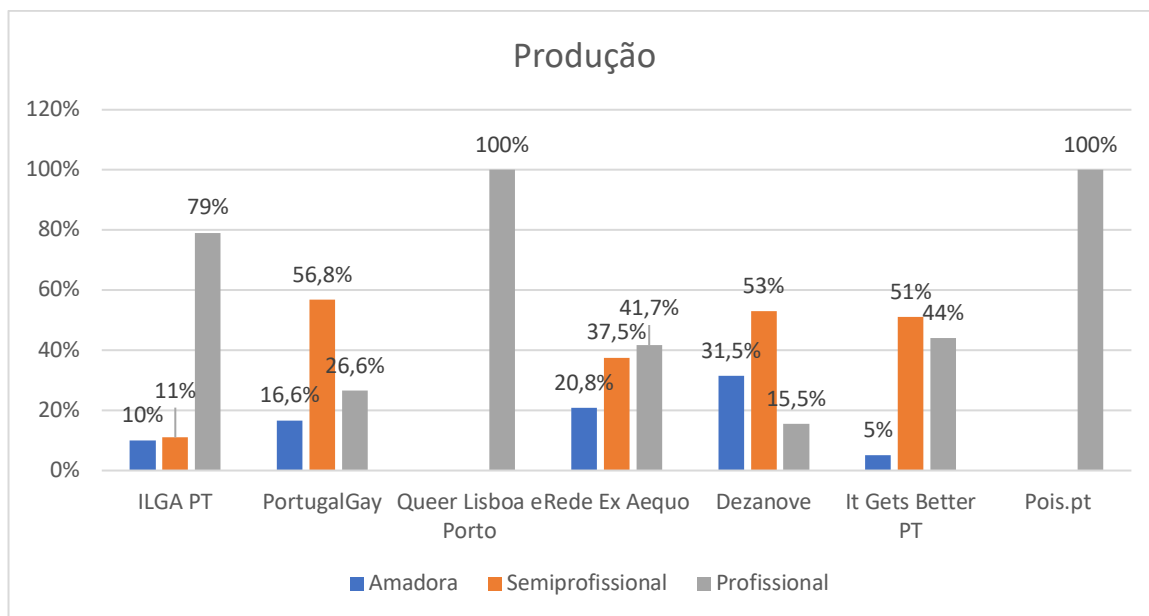


Gráfico 1. Tipo de produção dos vídeos das plataformas LGBTI+ portuguesas

Como podemos ver no gráfico, o conteúdo é maioritariamente profissional ou semiprofissional, senão mesmo totalmente profissional, como nos casos do Queer Lisboa e Porto e do Pois.pt. O conteúdo amador ocupa, normalmente, a última posição, com exceção do Dezanove, cuja produção amadora ocupa o 2º lugar.

4.3.3. Duração

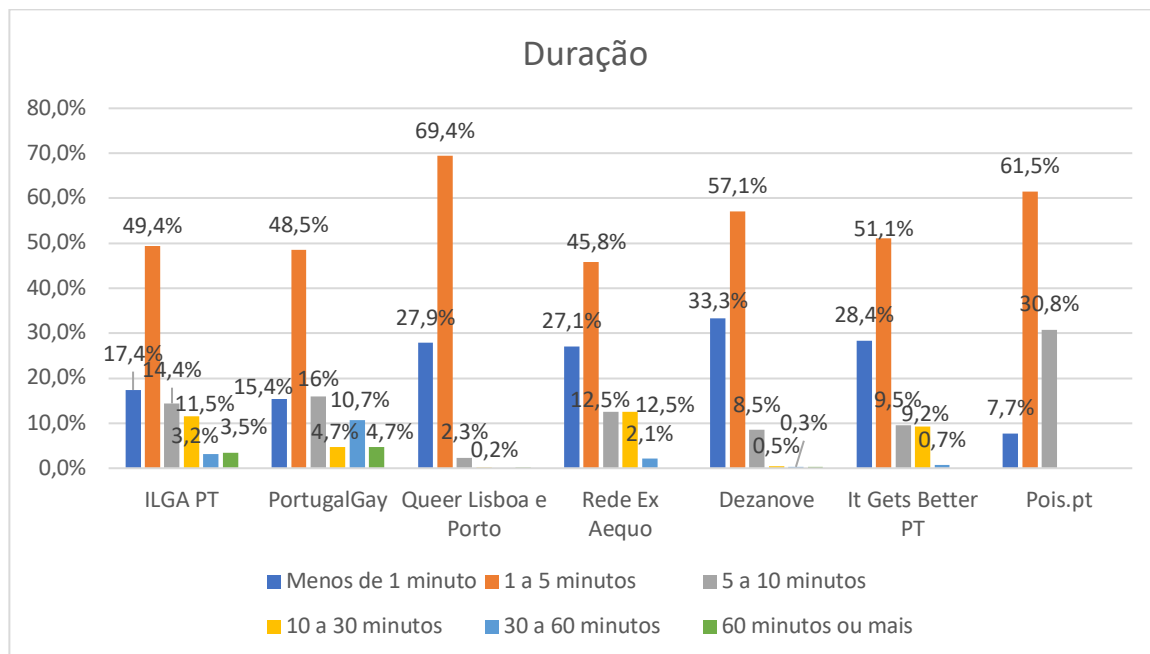


Gráfico 2. Duração dos vídeos nas plataformas LGBTI+ portuguesas

No que diz respeito à duração do conteúdo produzido, podemos ver que todas as plataformas preferem vídeos curtos, que se situem entre 1 a 5 minutos. Como segunda preferência, situam-se vídeos ainda mais curtos, com menos de 1 minuto de duração. Em alguns casos, são ainda produzidos vídeos com um máximo de 10 minutos. Verificamos que vídeos muito longos não são a aposta das plataformas.

Segundo Mia (Rede Ex Aequo), os vídeos curtos “Acabam por ser vídeos que criamos com vários fins e tem aquele tempo porque nós sabemos também que a atenção das pessoas online não é assim uma coisa muito extensa, sobretudo a atenção dos jovens. Então, acabam por ser esses vídeos mais curtos.”. Tiago Castro (It Gets Better Portugal) partilha da mesma opinião: “Claro que na altura em que vivemos, em que o tempo é precioso e pensando na forma como funcionam as redes sociais, temos muitas outras formas de partilhar também estes conteúdos, seja no Facebook, seja no Instagram, seja em todas as outras plataformas e há aqui uma adaptação nesse sentido, se calhar um vídeo de 20 minutos não vai funcionar facilmente publicado no Instagram.”, “As web séries, tanto uma como a outra são episódios de cerca de 10 minutos, obviamente que estes 10 minutos, para estarem ali foi feito um trabalho de pesquisa da forma como a história pode ser apresentada.”

Para João Paulo (PortugalGay.pt), os vídeos curtos são uma questão de praticidade tanto para quem os vê como para quem os produz: “A ideia de ter vídeos curtos é mesmo para cativar, as pessoas não estão dispostas a ver muitas coisas. Tens um grupo de pessoas que gosta de ver documentários de uma hora, duas, mas outros querem conteúdos rápidos, objetivos. Muitos dos vídeos tem haver precisamente com as marchas e preferimos ter vários vídeos da mesma marcha em vários ângulos do que ter um vídeo que nunca mais acaba, porque é cansativo para quem está em casa a ver.”, “ainda por cima, na questão da handicam, tinhas de passar da cassete para o computador, bem como o processo de edição.”.

4.3.4. Publicidade e financiamento

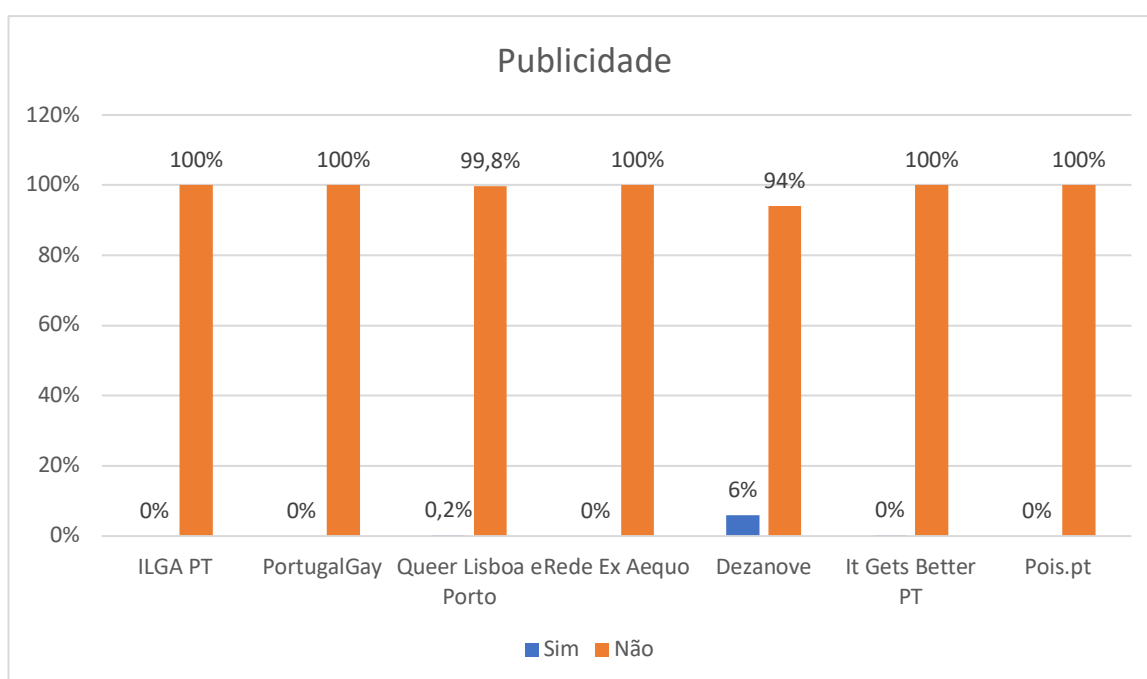


Gráfico 3. Publicidade presente nos vídeos das plataformas LGBTI+ portuguesas

Como observamos no gráfico, a presença de campanhas publicitárias incorporadas na produção dos vídeos é praticamente nula e muito baixa nos casos em que esta existe. Valores como 6% e 0,2%, no caso do Dezanove e do Queer Lisboa e Porto, revelam que a vertente publicitária ainda não é explorada por parte das plataformas.

O facto da existência de publicidade ser muito pouca, pode advir do facto das propostas não se enquadrarem nos parâmetros das plataformas, como refere Mia (Rede Ex Aequo): “Até ao dia de hoje, não houve nenhuma proposta que nos fizesse sentido, ou seja, não é uma coisa, em termos de vídeos à qual nos opomos completamente, contudo teriam de ser casos em que a

marca estaria alinhada com aquilo que são os nossos propósitos. Dou um exemplo prático, fomos contactados por uma sex shop, só que ao termos as reuniões com as pessoas que trabalham e que estão a gerir essa marca, não havia sensibilidade para questões LGBTI+, não há interesse por ter uma linguagem inclusiva.”, “Nós não vamos fazer uma parceria com uma marca para que as pessoas que nos conhecem e que vão através de nós para a marca, serem tratadas de uma forma pouco sensível.”.

Algumas plataformas dependem do financiamento público, que muitas vezes se revela insuficiente, tal como refere Tiago Castro (It Gets Better Portugal) : “A “Já Melhorou” foi financiada pelo projeto internacional, o It Gets Better Project, através de uma candidatura que fizemos, já o “Vamos Falar”, para além do It Gets Better Project, foi co-financiado pelo IPBJ (Instituto Português do Desporto e Juventude), numa outra candidatura que fizemos.”, “Se vires o “Já Melhorou” e dizer-te que o valor do financiamento foram 1200 euros, não dá para pagar a nenhuma produtora que grave e que faça aquele tipo de conteúdo. Nos seguintes já conseguimos um valor mais simpático, mesmo assim aquém do valor que é praticado em termos de mercado, se nós formos contratar de uma forma independente a uma empresa. Depende também da generosidade das pessoas em aceitar este valor, de quererem abraçar o projeto e a causa, através de um valor mais baixo concretizar o projeto. Pensar neste tipo de conteúdos mais profissionais, na gravação e na edição de imagem, precisam de grandes orçamentos e sabemos que não é fácil consegui-los.” Há plataformas que vivem principalmente de fundos, tal como explica Mia (Rede Ex Aequo): “Nós vivemos de fundos, nós fazemos candidaturas a projetos, recebemos dinheiro e desenvolvemos os projetos e na sua grande maioria são fundos que vem de organizações governamentais como o CNJ (Conselho Nacional de Juventude). Neste momento temos um fundo que vem do Portugal 2020 e é assim que vamos conseguindo, porque ter uma associação destas implica muitos custos, muita gente a andar de um lado para outro. É óbvio que se houvesse algum projeto que fosse mais dedicado à construção deste material informativo que depois fosse colocado no canal de YouTube, nós teríamos se calhar mais pessoas e recursos alocados a este âmbito em particular”.

Além do financiamento público, no caso das associações, estas também recorrem a cotas internas e donativos para colmatar algumas das despesas de produção: “Temos várias pessoas associadas com uma cota anual, que é um valor simbólico, mas que ajuda a concretizar alguns destes projetos. Apelamos sempre a qualquer pessoa que queira ajudar e abraçar o projeto que a realizar um donativo ao mesmo.” (Tiago Castro, It Gets Better Portugal)

No caso de retorno financeiro, as plataformas demonstraram ser insuficiente para as suas atividades, tal como afirma Tiago Castro (It Gets Better Portugal): “Qualquer valor mínimo que a gente retire do YouTube dá pra pagar, uma produção, se precisarmos de fazer um roll up. Facilmente vai aquele valor inteiro que podemos amealhar num ano.”

No caso do PortugalGay.pt, o retorno financeiro já foi superior ao que é na atualidade: “houve uma altura que eu pagava o dinheiro da casa com a publicidade do Portugal Gay, mas não era o objetivo. Já que há um lucro, ainda melhor, porque há deslocações e viagens que precisam de ser pagas.”. Este fator também é explicado por João Paulo, no que toca à evolução da publicidade na Internet e na procura das empresas pela mesma: “as pessoas contactavam o Portugal Gay para fazer publicidade e pagavam por ela e tinham os tais banners de publicidade. Hoje não, essa procura caiu de forma vertiginosa, porque as empresas tem os seus próprios sites e o Facebook veio revolucionar toda a questão de marketing que se possa fazer a nível cibernético. O que nós temos é o adsense da Google, onde eles ocupam os teus banners e nós ganhamos por clique.” Enquanto que o site mostrava publicidade, o mesmo não acontecia com o canal de YouTube: “O canal de YouTube não, sempre foi um parente pobre, servia de suporte ao Portugal Gay, mas não era um espaço onde nós fazíamos publicidade, nem queríamos, porque podia de certa forma, condicionar a nossa liberdade de expressão.”

4.3.5. Tipo de vídeo

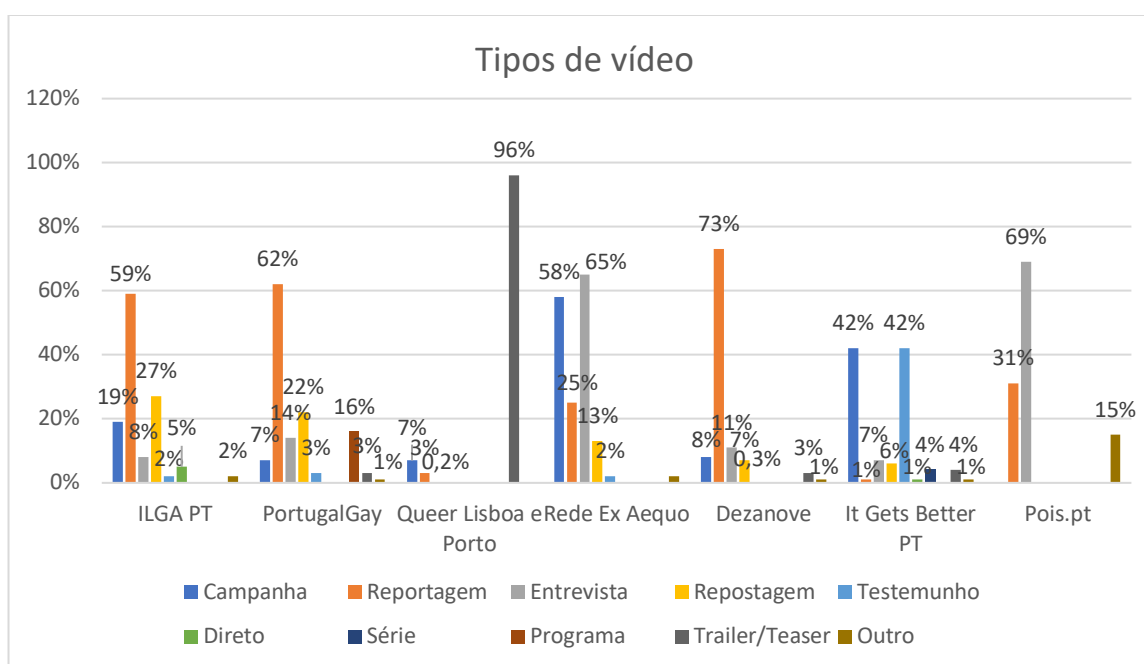


Gráfico 4. Tipo de vídeos presentes nas plataformas LGBTI+ portuguesas

Como observamos no gráfico, a produção de vídeos varia consoante a plataforma e os objetivos das mesmas. No caso das plataformas com carácter mais noticioso, verificamos que a “Reportagem” ocupa normalmente o primeiro lugar, seguida da “Entrevista”. Quando a “Entrevista” ocupa o primeiro lugar, a “Reportagem” passa para segundo, tal como João Paulo (PortugalGay.pt) evidencia: “No nosso canal de YouTube o nosso foco foi sempre mostrar os eventos públicos, aproveitar o acontecimento para entrevistar pessoas nas Marchas, nos eventos. Voltamos à questão de vídeos curtos, mostrar o evento enquanto massa que se move na cidade, mostrar o que está a acontecer e porque está a acontecer.”.

No caso das plataformas com carácter associativo, a produção varia conforme a associação, mas o que se verifica é que há um tipo de vídeo comum a todas: a “Campanha”, figurando em primeiro lugar, ou em segundo.

A “Entrevista” também ocupa lugares de topo, no caso da Rede Ex Aequo, e a “Reportagem” também, seja em primeiro, como no caso da ILGA Portugal ou em terceiro lugar como no caso da Rede Ex Aequo. Nesta última, percebemos que o carácter informativo está a crescer como refere Mia: “Nós até ao momento, aquilo que acabamos por fazer mais são conteúdos mais relacionados com as nossas atividades, portanto, testemunhos de pessoas que beneficiaram de alguns projetos que nós desenvolvemos ou até resultados de projetos que estivemos a fazer e tentamos partilhar algumas coisas mais informativas. O objetivo para o futuro é de facto começar a investir mais em questões de vídeos educativos.”.

Alguns casos específicos são o “Trailer/Teaser” no caso do Queer Lisboa e Porto e o “Testemunho”, que ocupa o primeiro lugar, juntamente com a “Campanha”, no caso do It Gets Better Portugal, justificado por Tiago Castro: “...no início, tínhamos mais testemunhos pessoais recolhidos, agora com a questão do tempo tem havido menos disponibilidade nossa para convidar toda a gente e tem sido investido noutra maneira.” Através da entrevista é possível constatar que a percentagem pequena atribuída a “Série” também se enquadra na percentagem de “Testemunho” tal como elucida Tiago Castro: “Temos duas web séries e está a ser preparada uma terceira que eu gostava que acontecesse no próximo ano (2021) e infelizmente com esta questão do covid, teve de ficar em stand-by. Mas foram duas web-séries, a primeira foi a “Já Melhorou”, contou com oito personalidades públicas portuguesas que quiseram dar o seu testemunho.”. E acrescenta: “É um testemunho na primeira pessoa, em que as pessoas contaram a sua história e mostraram que tudo foi melhorando, não ignorando os desafios que fazem parte da trajetória de vida, as formas como foram lidando com eles. É um conteúdo profissional, também para chegarmos a outro público. Lançámos também uma segunda web série que foi a

“Vamos Falar”, com famílias LGBTI+. Nesta série, o nosso público alvo para além de continuarem a ser jovens LGBTI+, foi também as famílias destes mesmos jovens, no sentido em que esta web série que foi com seis famílias portuguesas que dão o seu testemunho, de como foi vivido todo o processo de descoberta das questões de identidade, de coming out, etc.”.

Um das categorias apresentadas no gráfico é a “Repostagem”, que é conteúdo produzido por outrem, mas publicado nos canais das plataformas. Esta categoria mostra a importância dada a este conteúdo por parte de cada plataforma. Podemos verificar que algumas plataformas dão mais importância que outras, o que poderá ter a ver com a necessidade de mostrar uma certa credibilidade ou autoafirmação, tal como menciona Mia (Rede Ex Aequo): “... acaba por ser uma forma de quem chega ao nosso canal ver também que existe esta participação, é mais uma questão de estabelecer uma autoridade. É uma associação que é convidada para ir à televisão, que faz não sei o quê, portanto sim, quando fazemos é mais com esse objetivo.”. Tiago Castro (It Gets Better Portugal) também valoriza a importância deste conteúdo: “Embora exista a sede não temos propriamente um horário de atendimento. Conversar sobre o projeto, o que estamos a realizar de momento e que objetivos temos é importante partilharmos. Ajuda a aumentar o impacto do projeto e dá credibilidade ao projeto.”.

4.3.6. Temáticas

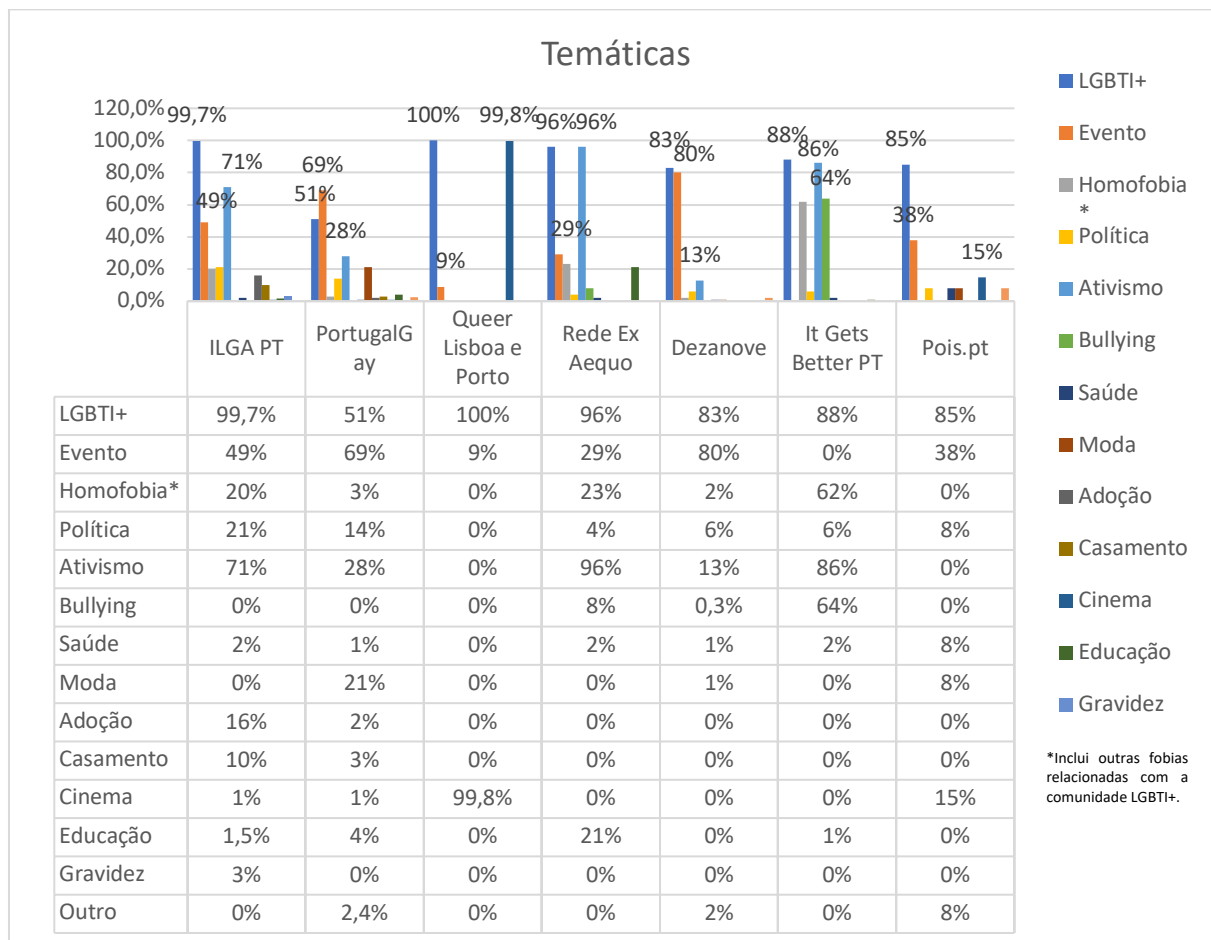


Gráfico 5. Temáticas abordadas nos vídeos das plataformas LGBTI+ portuguesas

Tal como esperado, a temática mais abordada é “LGBTI+”, com exceção para PortugalGay.pt, cujo assunto mais abordado é “Evento”, seguido de “LGBTI+”, o que acontece nas palavras de João Paulo para “mostrar a normalidade e que a minha orientação sexual ou a minha identidade de género nada tem a ver com o facto de eu ser futebolista, DJ, pedreiro, arquiteto, etc. Eu sou aquilo que eu quiser.”.

“Ativismo” e “Evento” ocupam maioritariamente os segundo ou terceiro lugares. No caso do Queer Lisboa e Queer Porto, “Cinema” está praticamente em pé de igualdade com “LGBTI+”, que está em primeiro, por se tratar de um canal de um festival de cinema.

No que toca à Rede Ex Aequo, verificamos um empate entre “Ativismo” e “LGBTI+”, talvez por as duas temáticas estarem interligadas entre si nesta plataforma, como verificamos no depoimento de Mia: “Os nossos maiores projetos em termos de existirem o ano inteiro são os núcleos LGBTI+, os centros de apoio de pares que temos nas diferentes cidades e o projeto

de educação, onde vamos às escolas combater o bullying homofóbico como associação de jovens, pois muitos dos jovens estão em contexto escolar ou em universidades.”.

No caso do It Gets Better Portugal, o “Ativismo” encontra-se muito perto da temática “LGBTI+”, por ser esse a base da plataforma. Curiosamente “Bullying” e “Homofobia” tem aqui um peso também considerável, tal como nos esclarece Tiago Castro: “...há aqui um foco nas questões do bullying em contexto escolar, que sabemos que é uma temática que necessita de intervenção.”.

De notar que o gráfico também nos mostra que um determinado conteúdo pode se enquadrar em duas ou mais temáticas.

4.3.7. Publicação

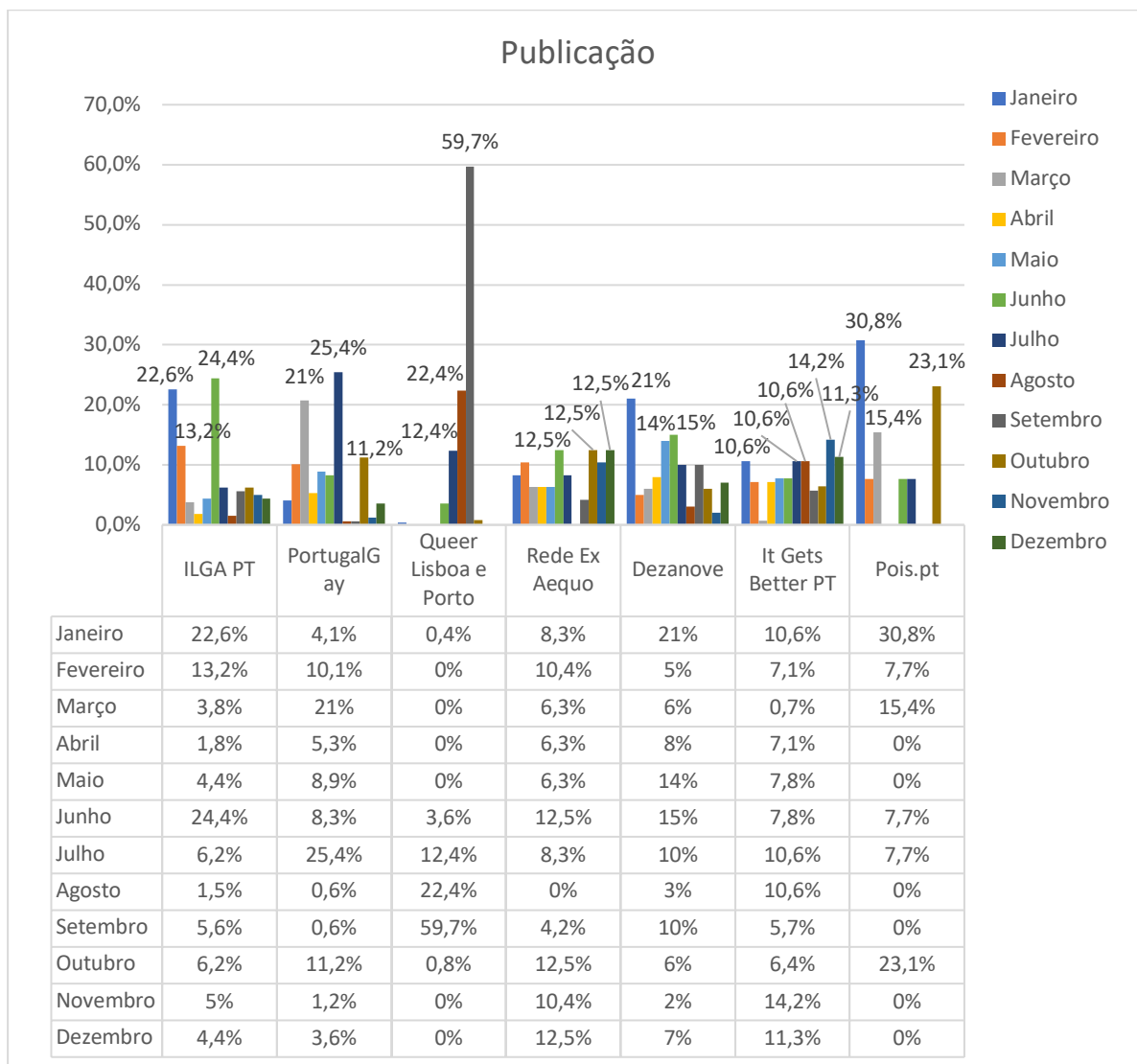


Gráfico 6. Publicação mensal de vídeos nas plataformas LGBTI+ portuguesas

Ao olharmos para o gráfico, podemos ver que os meses de verão estão sempre presentes em algum dos três primeiros lugares das plataformas, com exceção do Pois.pt. Isto pode suceder devido ao facto de Junho ser considerado o mês do Orgulho LGBTI+ e dos meses Junho, Julho e Agosto serem propícios a eventos como festivais de verão e arraiais, onde a comunidade está presente.

No caso da ILGA Portugal, Janeiro corresponde ao mês em que se realizam os Prémios Arco – Íris, organizados pela associação anualmente, o que explica o valor no gráfico.

No que toca ao It Gets Better Portugal, podemos observar valores mais equilibrados e publicações mais constantes ao longo dos anos, devido ao facto do conteúdo depender da submissão de vídeos pela comunidade que assiste ao projeto. Valores um pouco mais altos podem estar relacionados com as séries desenvolvidas.

No que diz respeito ao Queer Lisboa e Queer Porto, os valores vão aumentando até culminarem em Setembro, mês em que se realiza o festival de cinema.

No caso do PortugalGay.pt, as publicações em Março e Outubro estão diretamente ligadas à realização da Moda Lisboa nesses mesmos meses, evento nacional que merece particular cobertura nesta plataforma.

Os valores apresentados em relação à Rede Ex Aequo, podem estar ligados a alturas em que a rede realiza as suas atividades com maior frequência, normalmente em meses de contexto escolar ou académico, tal como diz Mia: “...o projeto de educação, onde vamos às escolas combater o bullying homofóbico como associação de jovens, pois muitos dos jovens estão em contexto escolar ou em universidades.”.

Tendo em conta os poucos vídeos publicados pela Pois.pt, não é possível estabelecer uma razão ou uma causa que explique os meses de maior atividade.

Um aspeto interessante que não se verifica no gráfico, mas sim nas tabelas de taxonomia, é a ausência de publicação de vídeos em determinados anos, algo justificado pela falta de tempo ou pela produção de conteúdo mais específico, como manuais de apoio e pela realização, por exemplo, de eventos, workshops e ações de sensibilização:

“Não só não havia tempo, como também depende das capacidades e dos interesses das pessoas envolvidas nos projetos na altura. Portanto, muito provavelmente, foi mais uma questão disso. Não haver esta sensibilidade para a necessidade do YouTube, e de facto, nota-se se fores ver os tipos de conteúdo nesses anos são qualquer coisa interessante que fizemos naquela altura e então houve um vídeo que foi criado para o Facebook e que foi

parar ao canal de YouTube também já agora, porque também temos um. Portanto acredito que por falta de interesse, estratégia de haver ali uma alimentação do canal.” (Mia, Rede Ex Aequo)

O mesmo acontece com o PortugalGay, cuja atividade do canal parou em 2017, devido ao facto do audiovisual e a imprensa mainstream começarem a abordar de forma mais consistente a questão LGBTI+, mas também pelo facto da plataforma estar a desenvolver conteúdos cujo tempo de preparação é superior ao dos trabalhos anteriormente publicados, como revelou João Paulo: “Esse declínio que viste em relação ao canal de YouTube também se verificou no próprio site, porque se começou a ter uma evolução da imprensa e do audiovisual mainstream, em que a questão LGBTI+ começou a ser falada. (...) Durante muito tempo o jornalismo denegria as pessoas LGBTI+, mas atualmente tens jornalistas mais bem formados, tens inclusive jornalistas LGBTI+, tens pivots LGBTI+. Acho que o nosso trabalho em criar uma boa imagem da comunidade LGBTI+ foi feito e chegou a um determinado ponto que seria mais colorir, do que dar informação porque ela começou a ser vulgarizada, no bom sentido”. Mais adiante, afirma: “Sim, é mais nesse sentido. [de não publicar enquanto prepara conteúdo] Tenho algumas entrevistas já feitas, nomeadamente com pessoas que já faleceram e que quero montar e preparar. Vem da sequência de uma conferência onde eu fui falar em 2005 na Conferência Afro-Luso-Brasileira, que a Não te privas organizou em Coimbra, sobre as dificuldades de viver atualmente a terceira idade enquanto LGBTI+ nas instituições do Estado, onde ainda hoje, a homofobia condiciona a tua vida.”.

4.3.8. Público-alvo

No caso do It Gets Better Portugal, o seu público alvo é normalmente jovem, tal como refere Tiago Castro: “...o público alvo principal é de facto jovens, são a eles que o projeto internacional nasceu, embora qualquer pessoa possa assistir e nisso também temos outros conteúdos. Qualquer família, qualquer pessoa, de qualquer idade pode ver o conteúdo, pode e deve partilhar. Mas há aqui uma comunicação específica para esse grupo e em termos estatísticos, jovens adolescentes entre os 13 e os 18 anos e mais um bocadinho até aos 25, são essas as principais faixas, a adolescência e o início da idade adulta, que são as principais pessoas que consomem este tipo de conteúdos que nós partilhamos.”.

No que toca à Rede Ex Aequo, o conteúdo é dirigido também a jovens, por ser esse o público com o qual a rede trabalha.

Em relação ao PortugalGay.pt, o conteúdo é não só dirigido ao público LGBTTI+, mas também ao mainstream: “O chamado mainstream, tentar divulgar a imagem das pessoas LGBTI+ nos diferentes espaços possíveis, para que nos vejam como pessoas que fazem parte do todo.” (João Paulo).

4.3.9. Estratégias

No que toca às diferentes estratégias de comunicação que as plataformas adotam são vários os métodos utilizados. A Rede Ex Aequo, por exemplo, recorre muito raramente a parceiros ou *influencers* de forma a divulgar melhor o seu conteúdo: “É muito raro, uma percentagem de menos de 10%, termos às vezes pessoas que nós sabemos que tem uma audiência maior para fazerem alguns convites para algumas atividades através do YouTube, mas na sua grande maioria são mais pessoas ligadas à associação, quer direção, quer voluntários no geral.” (Mia).

Mas as estratégias não se focam apenas na divulgação, mas também na questão estética, procurando apresentar sempre uma imagem coerente e concisa: “tentámos seguir de facto, uma linha visual que estivesse de acordo com o que é o kit visual da marca da associação. (...) Mas tentamos obviamente manter uma linha dentro daquilo que é a identidade da marca. Sem grandes preocupações, tendo em conta que a maioria das pessoas que produzem o nosso conteúdo são voluntários, também não podemos exigir assim uma coisa rígida, mas tentamos o nosso melhor.” (Mia, Rede Ex Aequo).

Uma estratégia comum a todas as plataformas é a interligação dos vários conteúdos nas várias redes sociais ou sites como forma de divulgação, como explica Tiago Castro (It Gets Better Portugal): “Houve uma altura em que se partilhássemos um vídeo do YouTube no Facebook, um link direto do YouTube, tinha alcance. Hoje sabemos que não tem alcance nenhum e que se não partilhar o vídeo diretamente não vou ter alcance nenhum a menos que pague promoção, portanto teve de haver adaptação dos conteúdos. Poderá haver conteúdo específico em algumas publicações, que funcionem melhor no Instagram, que tem uma dimensão específica.”. João Paulo (PortugalGay.pt) afirma que os conteúdos do canal não existiriam se não existisse conteúdo no site: “Sim, é interligado entre os dois, os vídeos surgem aliados a alguma notícia no site, ou seja, os vídeos não existem por si só, existem porque fazem parte de uma notícia.”.

Uma outra estratégia utilizada é recorrer a publicidade para promover alguns dos conteúdos produzidos: “Recorremos em alguns conteúdos específicos para chegar a mais pessoas, porque queremos ter impacto”. Mas, “Tem de ser bem gerido e doseado com cuidado mas sempre que o conteúdo se justifica, para ter impacto colocamos na promoção paga.” (Tiago Castro, It Gets Better Portugal).

No caso do PortugalGay, João Paulo não parece concordar porque o “...trabalho enquanto criar visibilidade e identidade está feito, não fazemos muito a divulgação.”.

4.4. Resenha conclusiva acerca dos dados analisados

No que toca aos objetivos das plataformas, observamos que apesar de algumas mudanças ao longo do período de atividade, a ideia de informar, apoiar ou entreter a comunidade LGBTI+ mantêm-se constantes ao longo das mudanças de direção ou de pessoas responsáveis. Além disso, a vontade de profissionalizar a produção e o conteúdo encontra-se patente em todas as plataformas, visível nos dados relativos à produção de vídeos, que já demonstram a evolução dessa profissionalização.

No que diz respeito à duração dos vídeos, as plataformas optam por vídeos curtos, de forma a captar a audiência. Em relação ao tipo de vídeo produzido, verificamos a forte tendência para informar, entreter e apoiar, o que espelha os objetivos das plataformas, que utilizam os diferentes formatos com essa intenção. A transmissão em direto e vídeos mais longos (no caso do entretenimento) são campos ainda pouco explorados ou a dar os primeiros passos, por serem possíveis mais recentemente de realizar.

A existência de publicidade ainda um campo pouco explorado, mas com imenso potencial, é vista de forma positiva pelas plataformas, cujo valor de retorno através do AdSense da Google é insuficiente por si só para garantir a produção de conteúdo regularmente. Já o financiamento público é pouco e insuficiente para permitir a produção de conteúdo de forma regular, consistente e profissional, em contraste com a realidade de outros países, mas ainda assim, muitas plataformas dependem principalmente de fundos públicos para a realização das suas atividades:

“São muito poucas as pessoas que conseguem fazer disto profissão e lá fora isso é uma realidade que é diferente. Tenho contacto com os vários afiliados do It Gets Better em

vários países, pessoas cujo trabalho é aquele projeto e o Estado financia aquele projeto.”
(Tiago Castro, It Gets Better Portugal)

Tal como esperado, o tema geral “LGBTI+” é o mais abordado pelas plataformas, mas o que se verifica é a forma como a comunidade se interliga com os mais variados assuntos, particularmente com a necessidade de continuar a lutar pelas causas que lhe são próprias e de informar a comunidade, bem como celebrar a mesma, através de eventos ou de entretenimento.

A publicação ainda é muito irregular, o que mostra que a produção de conteúdo videográfico depende principalmente da disponibilidade de tempo de quem produz o conteúdo, fator que condiciona as variações entre os diferentes meses de atividade das plataformas, bem como entre os diferentes anos.

O público alvo, tal como esperado, é definitivamente de nicho LGBTI+, variando a idade consoante a plataforma e os objetivos da mesma. Apesar de ser um nicho muito restrito, todas as plataformas mostram abertura a outros públicos. As plataformas adotam diversas estratégias, dependendo do conteúdo e do objetivo relacionado a esse conteúdo. A utilização de figuras conhecidas para promover conteúdo é algo que começa a ser explorado pelas plataformas. A nível da questão estética, todas as plataformas seguem uma linha visual que as diferencia e as destaca no panorama online e nas áreas onde desenvolvem atividade. A interligação dos conteúdos entre as várias redes sociais, sites e YouTube, tanto como forma de divulgação como de publicação, é algo já consolidado pelas plataformas, que se adaptam conforme a evolução e mudança das redes.

Recorrer a publicidade é algo que acontece quando é produzido conteúdo com maior importância ou quando as plataformas pretendem tornar esse conteúdo relevante e impactante no conjunto da sociedade portuguesa.

Conclusões Finais

O surgimento da internet facilitou a produção de conteúdo videográfico, ao apresentar novas formas de publicar, partilhar, armazenar e divulgar, bem como o aparecimento de novos nichos de públicos, audiências e plataformas.

As plataformas LGBTI+ portuguesas com presença online, tem já um trabalho consolidado no que toca à produção de vídeos e divulgação dos mesmos, pelo que a evolução dessa produção passa agora pela profissionalização e constante adaptação aos nossos formatos de conteúdo. Durante muito tempo, nomeadamente na década de 90 e na primeira década do segundo milénio, a produção de vídeos para o online, no que diz respeito ao nicho LGBTI+, esteve muito ligada a questões de ativismo, visto que as primeiras plataformas relacionadas com a comunidade surgiram numa fase consolidadora do ativismo LGBTI+ em Portugal, considerado tardio em relação a outros países europeus e ocidentais, e que coincidiu com a chegada da internet ao país e a migração do ativismo para o contexto online.

Mais recentemente, na década de 2010, percebemos uma evolução na produção do conteúdo, que é reflexo de uma maior profissionalização e surgimento de conteúdo original, sem esquecer o ativismo.

O pouco financiamento de entidades públicas e o retorno financeiro de publicidade online, revelam que é um nicho com potencial de investimento por explorar, tanto a nível público como privado, mas cuja falta de capital influencia drasticamente a regularidade de produção e consequente publicação.

As plataformas direcionadas para um nicho específico seguem a mesma lógica de produção que uma plataforma mainstream, com a diferença de se focarem especificamente em assuntos relacionados com o nicho, como vemos na análise efetuada no capítulo anterior, com todos os vídeos adaptados a temáticas que dizem respeito especificamente a este público, visto ser este o alvo pretendido.

Na mesma linha de pensamento, aspetos técnicos como duração e estética visual, seguem também os mesmos moldes que as plataformas mainstreams, adaptados ao nicho, principalmente no que toca a uma linha visual inclusiva e alusiva à comunidade LGBTI+.

No que diz respeito à metodologia de trabalho, verifica-se a existência de equipas muito pequenas, que normalmente veem a produção de conteúdo videográfico para as suas plataformas como uma atividade secundária, visto que essa produção está ligada a outros

projetos ou atividades com maior importância. A existência de trabalho voluntário é algo fulcral devido à falta de financiamento, como já mencionado em capítulos anteriores.

A divulgação de conteúdo videográfico segue a mesma lógica das plataformas mainstream, embora com menor regularidade, devido não só à divulgação de outro conteúdo que não é de natureza videográfica, bem como de outros projetos e atividades como realização de eventos, participação em ações de sensibilização e formação. O recurso a publicidade dirigida ao nicho de público é ainda muito reduzida e apenas utilizada quando estritamente necessária.

O potencial de alcance combinado entre as diversas redes sociais é uma ferramenta de divulgação consolidada nas plataformas que mantém uma comunicação ativa com os seus seguidores. Aqui a divulgação é feita nos mesmos moldes de uma plataforma mainstream, tendo sempre em conta as características específicas do nicho de cada plataforma (idade, interesses, etc).

A maioria das plataformas LGBTI+ não vê o vídeo como o seu conteúdo principal, mas sim como uma ferramenta secundária complementar aliada aos projetos e atividades que desenvolvem ao longo dos anos. O vídeo é utilizado como promoção, fonte de informação e em alguns casos como arquivo visual. A introdução do entretenimento e de novos formatos, causados pela abertura das plataformas mainstream a conteúdos que normalmente pertenciam a plataformas de nicho, mostra o início de uma mudança no paradigma daquilo que é escolhido para ser produzido nestas plataformas, pelo que no futuro próximo poderemos esperar uma maior diversificação de temáticas e formatos que reflitam esta mudança no panorama audiovisual e social, afetando a comunidade LGBTI+ de forma positiva.

Bibliografia

- Anderson, C. (2007). *A Cauda Longa: Porque é que o futuro dos negócios é vender menos de mais produtos* (Pedro, C., Trad.) (2ª ed.). Lisboa: Actual.
- Andrade, M., & Castro, G.G.S. (2020). YouTubers mirins e os vídeos unboxing: uma reflexão sobre a criança conectada nas tramas da publicidade contemporânea. *Mídia e Cotidiano*, 14(1), 96-116.
- Armes, R. (1988). *On Video*. Londres: Routledge
- Aumont, J. (2002). *A imagem* (7ª ed.) (Abreu, E. dos S., & Santoro, C.C.; Trads.). Campinas, SP: Papirus (obra original publicada em 1990)
- Aumont, J., & Marie, M. (2006). *Dicionário teórico e crítico de cinema* (2ª ed.) (Ribeiro, E.A.; Trad.). Campinas, SP: Papirus (obra original publicada em 2001)
- Bernardazzi, R. & Costa, M. H. B. e V. da. (2017). Produtores de Conteúdo no YouTube e as relações com a produção audiovisual. *Revista Comunicare*, 17(Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero), 147-160.
- Bhabha, H. K. (2005). *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG
- Blanco-Ruiz, M. & Sainz-de-Baranda, C. (2018). Channels produced by LGBT+ YouTubers: gender discourse analysis. *Observatório (OBS*) Journal*, (Número especial), 97-121.
- Borovik, R. L. (2005). *Interface Expandida: O vídeo na comunicação online* (Dissertação de mestrado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP, São Paulo, Brasil.
- Brandão, A. M. (2009). Democracia, cidadania e direitos lgbt em Portugal: Algumas questões em aberto. In UMAR (Org.), *Seminário “Para além do arco-íris: ativismos lgbt e feminista nos 40 anos de Stonewall”*, Coimbra, Instituto Português da Juventude, 20 de Novembro de 2009. <http://hdl.handle.net/1822/9776> [Acedido em maio 29, 2020].
- Cascais, A. F. (2006). Diferentes como só nós: o associativismo GLBT português em três andamentos. *Revista Crítica de Ciências Sociais do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra*, (76), 109-126
- Cisco (2014). *Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2013-2018*. Cisco
- Dimmick, J., Feaster, J. C. & Hoplamazian, G. J. (2010). News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media Society*, 13(I), 23-39.
- Foguel, I. (2018). *A Magia da Sétima Arte* (2ª ed.). São Paulo: Clube de Autores
- Fone, B. (2008). *Homofobia: Uma historia*. México: Oceano

- Fonseca, I. (2018). *A Televisão do Futuro: Um estudo sobre a plataforma YouTube* (Dissertação de mestrado). Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal.
- Gomes, M. Â. O. (2019). *O YouTube e a Cultura do Espetáculo* (Relatório de estágio curricular de mestrado). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, NOVA-FCSH, Lisboa, Portugal.
- Hoff, R. S. (2018). *Um Olhar pela Porta dos Fundos: Apontamentos sobre o humor político audiovisual no YouTube* (Tese de pós-graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.
- Johnson, M. R., & Woodcock (2018). The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry. *Media Culture & Society*. (Dezembro). DOI: 10.1177/0163443718818363 [Acedido em março, 1, 2021].
- Malheiro, A. F. F. (2016). *A importância do vídeo na comunicação online de uma marca/evento – O caso da Noite Branca de Braga*. (Relatório de estágio de mestrado). Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Marinelli, A. & Andò, R. (2014). Multiscreening and Social TV: The Changing Landscape of TV Consumption in Italy. *View Journal of European Television History and Culture*, 3 (6).
- Martel, F. (2012). *Mainstream: a guerra global das mídias e culturas* (Marques, C., “Trad”). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. (Obra original publicada em 2010)
- Neto, I. E. C. M. (2017). *As multiplataformas informativas: os desafios que as redes de media social e os periféricos móveis colocam no campo do jornalismo* (Tese de doutoramento). Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Neto, J. A. V. (2009). *YouTube como veículo de divulgação da comunicação corporativa* (Dissertação de Bacharelato). Centro Universitário de Brasília, UniCEUB, Brasília, Brasil.
- Novarese, C. (2014). El poder del vídeo online, desde los celulares. *Revista de Negocios del IEEM*, 17(6), 24-25.
- Regadera González, E., González Luis, H., & Paricio Esteban, P. (2018). Los médios em la gestión de la comunicación de las ONG em tempos de crisis: oportunidades para el cambio social, *Observatório (OBS*) Journal*, 12(3), 83-105.
- Ribeiro, A. C. M. (2019). *O mundo dos YouTube Influencers em Portugal – Uma perspetiva culturalista* (Dissertação de mestrado). Universidade Lusófona do Porto, Porto, Portugal.
- Rodrigues, D. P. (2018). *O Processo de Tutoriais Institucionais na Universidade do Minho* (Relatório de Estágio de Mestrado). Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Rosa, F. M. A. (2010). *A construção da visibilidade LGBT: Uma análise crítica do discurso jornalístico* (Dissertação de mestrado). ISCTE-IUL, Lisboa, Portugal.

- Santini, R. M. & Calvi, J. C. (2013). O consumo audiovisual e suas lógicas sociais na rede. *Comunicação, mídia e consumo*, 10(27), 159-182
- Santos, A. C. (2009a). De objeto a sujeito? Olhares mediáticos sobre o ativismo LGBT português. *Media & Jornalismo*, 8(2), 69-82.
- Santos, A. C. (2009b). Molduras públicas de performatividade Queer e representação mediática em Portugal, *ex aequo*, (20), 97-112.
- Santos, C. D. J. (2019). *Instagram, a nova plataforma de comunicação audiovisual entre a marca e o consumidor: um estudo de caso* (Relatório de estágio de mestrado). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, NOVA-FCSH, Lisboa, Portugal.
- Santos, S. C., & Santos, C. A. (2014). Da educação à comunicação: um mapeamento da utilização do vídeo online em universidades portuguesas. *Observatório (OBS*) Journal*, 8(3), 17-34.
- Sousa, A. R. I. B. D. S. (2018). *O papel das agências na trajetória dos influenciadores digitais. Um estudo de caso sobre a relação entre as agências e os youtubers em Portugal* (Dissertação de mestrado). ISCTE-IUL, Lisboa, Portugal.
- Sousa, L. D. S. (2020). *Contribuição dos Media Audiovisuais para a representação de eventos LGBTI+* (Relatório de estágio de mestrado). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, NOVA-FCSH, Lisboa, Portugal.
- Taques, F. J. (2012). *Movimento LGBT de Portugal e Espanha: Um estudo comparativo*. (Tese de doutoramento). Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil
- Villavicencio, P. S. D. (2009). *A Construção do Tempo no Diálogo entre Cinema e Vídeo* (Dissertação de mestrado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP, São Paulo, Brasil.

Webgrafia

- (2014, novembro 8). Avizinha-se casal lésbico na novela Mar Salgado da SIC. *Dezanove*. Disponível em: <https://dezanove.blogs.sapo.pt/avizinha-se-casal-lesbico-na-novela-mar-711339> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- (2014, janeiro 9). Casal gay em episódio da série “Bem-vindos a Beirais”. *Dezanove*. Disponível em: <https://dezanove.blogs.sapo.pt/596452.html> [Consultado em dezembro 16, 2020]
- Capucho, J. (2017, outubro 15). Personagens LGBT nas telenovelas são convite à reflexão. *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/sociedade/personagens-lgbt-nas-telenovelas-sao-convite-a-reflexao-8843955.html> [Consultado em dezembro 17, 2020]
- Capucho, J. P. (2020, janeiro 20). "Casa do Cais": o regresso de uma série que faz rir, amar e odiar. *Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/2020/01/20/casa-do-cais-o-regresso-de-uma-serie-que-faz-rir-amar-e-odiar/> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- (2018, janeiro 17). Cenas lésbicas em “Jogo Duplo”: "Devia ser comum e normal, como o é com um homem e uma mulher" (com vídeo). *Dezanove*. Disponível em: <https://dezanove.pt/cenas-lesbicas-em-jogo-duplo-devia-ser-1143515> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021a). *20,13 - Purgatório*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/8186/20%2C13+-+Purgat%C3%B3rio> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021b). *Adão e Eva*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/653/Ad%C3%A3o+e+Eva> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021c). *A Última Vez Que Vi Macau*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/8489/A+%C3%9Altima+Vez+Que+Vi+Macau> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021d). *Duas Mulheres*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/8359/Duas+Mulheres> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021e). *Elas*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/2847/Elas> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021f). *O Ornitólogo*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/9828/O+Ornit%C3%B3logo> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021g). *Onde Bate o Sol*. Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/2033/Onde+Bate+o+Sol> [Consultado em fevereiro 13, 2021]

- CinePT. (2021h). *Rita ou Rito?* Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/1676/Rita+ou+Rito%3F> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021i). *Uma Pedra no Bolso.* Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/3160/Uma+Pedra+no+Bolso> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- CinePT. (2021j). *Virados do Averso.* Disponível em: <http://www.cinept.ubi.pt/pt/filme/9784/Virados+do+Averso> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- David Bonneville. (2021). *Heiko.* Disponível em: http://www.davidbonneville.net/index.php/page/view/heiko_pt [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Dezanove (2010). *Quem somos.* Disponível em <https://dezanove.pt/tag/sobre> [Acedido em maio 29, 2020]
- Gabriel Abrantes. (2021a). *Palácios de Pena.* Disponível em: <https://www.gabrielabrantes.com/films/palacios-de-pena> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Gabriel Abrantes. (2021b). *Too Many Daddies, Mommies and Babies.* Disponível em: <https://www.gabrielabrantes.com/films/too-many-daddies-mommies-and-babies> [Consultado em fevereiro 15, 2021]
- Horta, B. (2017, agosto 8). Filme sobre Al Berto apaga imagem de poeta maldito. Observador. Disponível em: <https://observador.pt/2017/08/08/filme-sobre-al-berto-apaga-imagem-de-poeta-maldito/> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- ILGA Portugal. (2020). *porque existimos.* Disponível em: <https://ilga-portugal.pt/associacao/porque-existimos/> [Acedido em dezembro 17, 2020]
- (2013, setembro). “I Love It” terá personagem gay sem preconceitos. *Fantastic.* Disponível em: <https://www.fantastictv.pt/2013/09/i-love-it-tera-personagem-gay-sem.html?m=1> [Consultado em dezembro 16, 2020]
- (2015, novembro 10). Já são conhecidos os premiados da rede ex aequo. *Dezanove.* Disponível em: <https://dezanove.pt/tag/os+nossos+dias> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Knoow.net (2021). *Aqui Não Há Quem Viva.* Disponível em: <https://knoow.net/arteseletras/cinamateatro/nao-ha-viva/> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- (2010, julho 30). 'Lua Vermelha' transmitiu beijo lésbico. *Diário de Notícias.* Disponível em: <https://www.dn.pt/portugal/lua-vermelha-transmitiu-beijo-lesbico-1630388.html> [Consultado em fevereiro 13, 2021]

- Pinho, J. (2019, março 21). “Diamantino”: uma comédia fantasiosa sobre assuntos sérios. *Comunidade Cultura e Arte*. Disponível em: <https://www.comunidadeculturaearte.com/diamantino-uma-comedia-fantasiosa-sobre-assuntos-serios/> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- PortugalGay.pt (2017). *Quem faz o PortugalGay.pt*. Disponível em <https://portugalgay.pt/what/> [Acedido em maio 29, 2020]
- Queer Lisboa. (2020). *Fazer um Donativo*. Disponível em: <http://queerlisboa.pt/fazer-um-donativo> [Acedido em dezembro 17, 2020]
- Queer Lisboa. (2020). *Os Festivais*. Disponível em: <http://queerlisboa.pt/os-festivais> [Acedido em dezembro 17, 2020]
- Ropio, N. M. (2010, junho 14). Protagonista de “Morangos” assume relação “gay” durante o Verão. *Jornal de Notícias*. Disponível em: <https://www.jn.pt/sociedade/protagonista-de-morangos-assume-relacao-gay-durante-o-verao-1592614.html> [Consultado em dezembro 17, 2020]
- Rosa Filmes. (2021a). *Morrer Como Um Homem*. Disponível em: <https://www.rosafilmes.com/morrer-como-um-homem> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Rosa Filmes. (2021b). *O Fantasma*. Disponível em: <https://www.rosafilmes.com/o-fantasma> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Rosa Filmes. (2021c). *O que há de novo no amor*. Disponível em: <https://www.rosafilmes.com/o-que-ha-de-novo-no-amor> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Rosa Filmes. (2021d). *Odete*. Disponível em: <https://www.rosafilmes.com/odete> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Rosa Filmes. (2021e). *Parabéns*. Disponível em: <https://www.rosafilmes.com/parabens> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- RTP. (2021a). *A Outra Margem*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/programa/tv/p29739> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- RTP. (2021b). *A Raiz do Coração*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/programa/tv/p13773> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- (2011, março 28). Série gay portuguesa vai ser filmada no Porto. *Correio da Manhã*. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/serie-gay-portuguesa-vai-ser-filmada-no-porto> [Consultado em dezembro 16, 2020]
- Ukbar Filmes. (2021). *Golpe de Sol*. Disponível em: <https://www.ukbarfilmes.com/filmes/golpe-de-sol/> [Consultado em fevereiro 13, 2021]
- Vaz, A. O. (2017, julho 8). 15+1 atores que desempenharam personagens gays na ficção portuguesa. *N-TV*. Disponível em: <https://www.n-tv.pt/acontece/151-atores-que->

[desempenharam-personagens-gays-na-ficcao-portuguesa/39646/](#) [Consultado em dezembro 17, 2020]

Vieira, M. R. (2019, agosto 22). “A história do António, um cantor gay nascido numa aldeia, tinha tudo para dar errado”, afirma o realizador do filme “Variações”. *Blitz*. Disponível em: <https://blitz.pt/principal/update/2019-08-22-A-historia-do-Antonio-um-cantor-gay-nascido-numa-aldeia-tinha-tudo-para-dar-errado-afirma-o-realizador-do-filme-Variacoes> [Consultado em fevereiro 13, 2021]

Wallenstein, A. (2015, janeiro 20). “YouTube to Launch New Original Content Effort by Year-End”. *Variety*. Disponível em: <https://variety.com/2015/digital/news/youtube-to-launch-new-original-content-effort-by-year-end-1201409649/> [Consultado em fevereiro 16, 2021]

YouTube Help. (2020). *Upload videos longer than 15 minutes*. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/71673?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en> [Acedido em dezembro 11, 2020]

Anexos

Anexo 1 – Tabela de Taxonomia – ILGA Portugal

Informação geral			
Nº	Título	Mês	Ano
1	Short sleeves / Manga curta	Fevereiro	2006
2	Arraial Pride 2006	Junho	2006
3	Arraial Pride 2007	Junho	2007
4	Arraial Pride 2005	Junho	2007
5	Curto circuito de 22 de Junho'07	Junho	2007
6	Páginas da Vida - Miguel Vale de Almeida	Junho	2007
7	Páginas da Vida - Clara Carvalho	Junho	2007
8	Páginas da Vida - Manuel Cabral Morais	Junho	2007
9	Paulo Côrte-Real no Jornal 2	Junho	2007
10	Orgulho e não vergonha!	Agosto	2007
11	Manifesto do Orgulho LGBT - 2007	Agosto	2007
12	ILGA whitish	Setembro	2007
13	obras no centro	Setembro	2007
14	Tardes de Júlia: igualdade no acesso ao casamento civil 1/3	Outubro	2007
15	Tardes de Júlia: igualdade no acesso ao casamento civil 2/3	Outubro	2007
16	Tardes de Júlia: igualdade no acesso ao casamento civil 3/3	Outubro	2007
17	Prémios Arco-Íris 2007	Novembro	2007
18	Agradecimento e testemunho de Pedro Abrunhosa	Novembro	2007
19	Prémio Arco-Íris 2007 nas Tardes de Júlia	Novembro	2007
20	Tardes de Júlia - a outra margem	Novembro	2007
21	SIC Notícias - Miguel Vale de Almeida	Dezembro	2007
22	Famílias de acolhimento	Março	2008
23	Venham à marcha!	Junho	2008
24	Arraial Pride 2008	Junho	2008
25	Lançamento de livro - casamento entre pessoas do mesmo sexo	Julho	2008
26	Proud to be out	Agosto	2008
27	Telejornal - casamento entre pessoas do mesmo sexo	Outubro	2008
28	Prémios Arco-Íris 2008 - Solange F.	Novembro	2008
29	Prémios Arco-Íris 2008 - Com'OUT	Novembro	2008
30	Prémios Arco-Íris 2008 - RCP	Novembro	2008
31	Prémios Arco-Íris 2008 – Fernanda Cândia	Novembro	2008
32	ILGA Portugal lamenta declarações do Cardeal Saraiva na RTP-N	Junho	2009
33	Casamento do Mesmo Sexo: Os Contras (RTP)	Junho	2009
34	Casamento do Mesmo Sexo: Os Prós (RTP)	Junho	2009
35	Marcha do Orgulho LGBT 2009 @ SIC	Junho	2009
36	Programa do Provedor RTP (20.06.2009)	Junho	2009
37	Arraial Pride 2009	Junho	2009
38	Arraial Pride 2009 @ SIC	Junho	2009
39	Marcha do Orgulho LGBT @ TVI	Junho	2009
40	Arraial Pride 2009	Junho	2009
41	Arraial Pride 2009	Julho	2009
42	notícia SIC sobre decisão do Tribunal Constitucional	Agosto	2009
43	Prémios Arco-Íris 2009	Novembro	2009
44	casamento conselho ministros	Janeiro	2010
45	TVI 24 Casamento do Mesmo Sexo	Janeiro	2010
46	TVI 24 Casamento do Mesmo Sexo	Janeiro	2010
47	mva dia c.wmv	Janeiro	2010
48	Prémios Arco-Íris 2009: Equipa do SIM - Prós & Contras	Janeiro	2010
49	Prémios Arco-Íris 2009: São José Almeida	Janeiro	2010
50	Prémios Arco-Íris 2009 - "Rapazes Nus a Cantar": Henrique Feist/UAU	Janeiro	2010
51	Prémios Arco-Íris 2009: Ricardo Araújo Pereira	Janeiro	2010






52	family_guy.mov	Fevereiro	2010
53	Prémios Arco-Íris 2009: Equipa do SIM, Prós & Contras - Apresentação e Agradecimento	Fevereiro	2010
54	Prémios Arco-Íris 2009: Rapazes Nus a Cantar (Henrique Feist/UAU) - Apresentação e Agradecimento	Fevereiro	2010
55	Prémios Arco-Íris 2009: São José Almeida - Apresentação e Agradecimento	Fevereiro	2010
56	Prémios Arco-Íris 2009: São José Almeida - Apresentação e Agradecimento	Fevereiro	2010
57	Prémios Arco-Íris 2009: Ricardo Araújo Pereira - Apresentação e Agradecimento	Fevereiro	2010
58	campanha da ILGA@SIC.flv	Fevereiro	2010
59	campanha no nos por caflv	Fevereiro	2010
60	ppepospromulgacaonasic.avi	Mai	2010
61	lançamento livro ps.flv	Junho	2010
62	almoçosaobento.mpg	Junho	2010
63	Arraial Pride 2010: vídeo do brinde à igualdade	Junho	2010
64	Arraial Pride 2010 Discurso.mp4	Julho	2010
65	Prémios Arco-Íris 2010 (promo)	Dezembro	2010
66	Prémio Arco-Íris 2010 - Bruno Nogueira	Janeiro	2011
67	Cristiano Ronaldo Prémio Arco-Íris 2010	Janeiro	2011
68	Filipa Goncalves - Prémio Arco-Íris 2010	Janeiro	2011
69	Filipe La Feria, Gaiola das Loucas - Prémio Arco-Íris 2010	Janeiro	2011
70	Partidos - Prémio Arco-Íris 2010	Janeiro	2011
71	Reportagem SIC sobre os comentários de ódio na internet	Janeiro	2011
72	Arraial Pride 2010 - RTP	Fevereiro	2011
73	Arraial Pride 2010 - SIC	Fevereiro	2011
74	Dia Mundial das Famílias - piquenique das famílias Arco-Íris	Mai	2011
75	Os ensaios no Arraial Pride 2011	Junho	2011
76	Os preparativos do Arraial Pride 2011	Junho	2011
77	Pride Arraial 2011	Junho	2011
78	Arraial Pride 2011	Junho	2011
79	Arraial Pride 2011	Junho	2011
80	Arraial Pride 2011	Junho	2011
81	Arraial Pride 2011	Junho	2011
82	António Costa no Arraial Pride 2011	Junho	2011
83	Luta contra a SIDA no Pride 2011	Junho	2011
84	Arraial Pride 2011: reportagem SIC	Junho	2011
85	Paulo Côrte-Real n"A Rede", no canal Q	Junho	2011
86	ILGA Portugal	Julho	2011
87	Você na TV (TVI) com Ana Zanatti	Novembro	2011
88	Vamos ouvir: Teodorico e as suas duas mães	Novembro	2011
89	Zach Wahls fala da sua família	Dezembro	2011
90	maternidade de substituição	Dezembro	2011
91	Campanha IKEA 2012 A Festa	Dezembro	2011
92	Entrega de Premios Arco-Íris 2011	Janeiro	2012
93	Querida Júlia ganha Prémio Arco-Íris	Janeiro	2012
94	Conceição Nogueira: Adopção por casais do mesmo sexo	Fevereiro	2012
95	'Bo-bi-di-bu', CoLeGaS @ Feira do Livro LGBT do Porto, 2012	Março	2012
96	Geni e o Zepelim', CoLeGaS @ Feira do Livro LGBT do Porto, 2012	Março	2012
97	co-adoção: as famílias que já existem têm que ser protegidas	Março	2012
98	Reação da ILGA Portugal ao parecer da CNECV sobre a o acesso a técnicas de PMA (TVI e RTP)	Abril	2012
99	Hillary Clinton	Junho	2012
100	Arraial Pride 2012: Paulo Côrte-Real no programa "A Costeleta de Adão", no canal Q	Junho	2012
101	Paulo Côrte-Real na Edição da Manhã, SIC Notícias, 30/06/2012	Junho	2012
102	Famílias Homoparentais	Julho	2012

103	Arraialito 2012	Julho	2012
104	Heróis	Setembro	2012
105	Reportagem SIC: tribunal entrega responsabilidades parentais a casal de homens	Outubro	2012
106	Mãe não há só uma: Reportagem SIC/Visão	Outubro	2012
107	Luanda, Lua	Outubro	2012
108	Tempos de mudança: Helder e Ivo	Novembro	2012
109	We are family: ciclo de cinema no Porto	Novembro	2012
110	Where there's love, there are heroes	Novembro	2012
111	Sem tabús: homoparentalidade	Novembro	2012
112	Boa tarde SIC: o nosso filho tem duas mães	Dezembro	2012
113	Informação Infantil na RTP 2	Dezembro	2012
114	Prémios Arco-íris 2012 10ª edição	Janeiro	2013
115	Prémios Arco-Íris 2012 - Blaya	Janeiro	2013
116	Prémios Arco-Íris 2012 - Cândida Pinto, 'Momentos de Mudança - Ivo e Hélder: o Casamento'	Janeiro	2013
117	Prémios Arco-Íris 2012 - 'Maternidade' (RTP), SP Televisão	Janeiro	2013
118	Prémios Arco-Íris 2012 - 'A bailarina vai às compras'	Janeiro	2013
119	Prémios Arco-Íris 2012 - Tribunal de Família e Menores do Barreiro	Janeiro	2013
120	Prémios Arco-Íris 2012 - Richard Zimler	Janeiro	2013
121	Prémios Arco-íris 2012 CERIMÓNIA COMPLETA	Janeiro	2013
122	10ª edição Prémios Arco-íris 2012	Fevereiro	2013
123	"Portugal no Coração" (RTP) dedicado ao tema da adoção	Fevereiro	2013
124	Jornal da Noite na SIC: ação popular - ILGA e famílias contra o Estado	Março	2013
125	I just can't get you out of my head	Março	2013
126	Over the rainbow	Março	2013
127	primeiro cresci no coração	Abril	2013
128	Justiça TV: entrevista sobre parentalidade	Abril	2013
129	Intervenção de Paulo Côrte-Real sobre a aprovação da coadoção no 'Prós e Contras'	Maio	2013
130	'Opinião Pública' da SIC Notícias sobre coadoção e adoção	Maio	2013
131	Telejornal RTP : coadoção	Maio	2013
132	Resultados da votação	Maio	2013
133	Reportagem TVI - coadoção	Maio	2013
134	Prós e Contras - coadoção (2ª parte)	Maio	2013
135	Depoimento do pediatra Mário Cordeiro	Junho	2013
136	Ministra da Justiça saúda Parlamento pela aprovação da coadoção	Junho	2013
137	Associação para o Planeamento da Família assume posição a favor das famílias arco-íris	Junho	2013
138	Prós e Contras - coadoção (1ª parte)	Junho	2013
139	Paulo Côrte-Real na edição de Notícias do Meio-Dia da TVI24, 22/06/2013	Junho	2013
140	Co-adoção: depoimento de Jorge Gato	Junho	2013
141	Coadoção: a opinião de Richard Zimler	Junho	2013
142	Coadoção: depoimento de Gabriela Moita	Junho	2013
143	ARRAIAL PRIDE 6 julho 2013	Junho	2013
144	Coadoção: depoimento de Daniela Freitas	Julho	2013
145	Coadoção: Audição do Bastonário da Ordem dos Psicólogos na AR	Julho	2013
146	Coadoção: Audição conjunta da ILGA Portugal e da AMPLOS na AR	Julho	2013
147	Spot ILGA-TE! - Arraial Pride 2013	Julho	2013
148	Parentalidade: depoimento de Fiona Tasker	Julho	2013
149	CoLeGaS no Arraial Pride	Julho	2013
150	Coadoção: depoimento de Margarida Moz	Julho	2013
151	Depoimento de Margarida Lima de Faria	Julho	2013
152	Depoimento de Miguel Vale de Almeida	Julho	2013
153	Coadoção: depoimento de María del Mar González (Universidad de Sevilla)	Julho	2013
154	CoLeGaS - Batuque no morro / Apesar de você	Outubro	2013

155	CoLeGaS: ela e ela/ele e ele	Outubro	2013
156	CoLeGaS: mix Madonna	Outubro	2013
157	Arraial Pride 2013 - O Arraial Pride nunca mais será o mesmo	Outubro	2013
158	CoLeGaS @ Paris: Can't get you out of my head	Dezembro	2013
159	CoLeGaS @ Paris: Does your mother know?	Dezembro	2013
160	CoLeGaS @ Chapitô	Dezembro	2013
161	Prémios Arco-íris 2013 (promo)	Janeiro	2014
162	Prémios Arco-Íris 2013 - Campanha "Dislike bullying homofóbico"	Janeiro	2014
163	Prémios Arco-Íris 2013: Escola de Polícia Judiciária	Janeiro	2014
164	Prémios Arco-Íris 2013: Lourenço Ódin Cunha	Janeiro	2014
165	Prémios Arco-Íris 2013: Manuel Luís Goucha	Janeiro	2014
166	Prémios Arco-Íris 2013: Pedro Lopes (Dancin' Days / Sol de Inverno)	Janeiro	2014
167	Prémios Arco-Íris 2013: Sim à Coadoção	Janeiro	2014
168	Prémios Arco-Íris 2013	Janeiro	2014
169	Coadoção: uma família real	Janeiro	2014
170	Coadoção e referendo: a opinião de Constança Cunha e Sá	Janeiro	2014
171	Referendo: farsa vergonhosa que não acontecerá	Janeiro	2014
172	Reportagem RTP: aprovada o referendo no parlamento	Janeiro	2014
173	Intervenção do Deputado Pedro Delgado Alves	Janeiro	2014
174	Discurso Direto: debate na TVI	Janeiro	2014
175	Jornal da Tarde, RTP	Janeiro	2014
176	Deputado do PCP: referendo sobre coadoção é inaceitável	Janeiro	2014
177	Prémios Arco-íris 2013 resumo da Cerimónia	Fevereiro	2014
178	Prémios Arco-Íris 2013: a reportagem da Globo	Fevereiro	2014
179	TVI24: declarações sobre proposta de referendo á coadoção	Fevereiro	2014
180	Revista de Imprensa da SIC Notícias com Paulo Côrte-Real	Fevereiro	2014
181	Prémios Arco-íris 2013 Cerimónia completa	Março	2014
182	Reportagem RTP sobre coadoção	Março	2014
183	CoLeGaS 2014	Maió	2014
184	TVI24: Observatório da Discriminação da ILGA Portugal (2013)	Maió	2014
185	Arraial Lisboa Pride 2014	Junho	2014
186	Porto Arco-íris 2011-2014	Julho	2014
187	Arraial Lisboa Pride 2014 [RESUMO 18ª EDIÇÃO]	Julho	2014
188	Junta-te a nós!	Outubro	2014
189	ILGA Portugal: who we are and what we do	Outubro	2014
190	Tod@s somos Precis@s	Outubro	2014
191	Audição na AR: proteção das crianças, das famílias e promoção a natalidade	Dezembro	2014
192	Prémios Arco-Íris 2014: Direitos de todas as crianças - IAC/UNICEF Portugal	Janeiro	2015
193	Prémios Arco-Íris 2014: 'Gisberta', de Eduardo Gaspar	Janeiro	2015
194	Daniela Mercury agradece o Prémio Arco-Íris 2014	Janeiro	2015
195	ILGA Portugal na SIC Notícias	Janeiro	2015
196	Prémios Arco-Íris 2014: Município de Lisboa	Janeiro	2015
197	Prémios Arco-Íris 2014: Daniela Mercury	Janeiro	2015
198	Prémios Arco-Íris 2014: António Simões	Janeiro	2015
199	Prémios Arco-Íris 2014: Conselho Português para os Refugiados	Janeiro	2015
200	Encontro Europeu de Famílias: save the date	Maió	2015
201	Junho Arco-Íris! Ana Zanatti e ILGA Portugal	Junho	2015
202	Junho Arco-Íris! Richard Zimler e ILGA Portugal	Junho	2015
203	Junho é Arco-Íris: figuras públicas unem-se pelo orgulho LGBT!	Junho	2015
204	Junho Arco-Íris: Paula Lobo Antunes e ILGA Portugal	Junho	2015
205	Junho Arco-Íris:: Benedita Pereira e ILGA Portugal	Junho	2015
206	Junho Arco-Íris: Rita Ribeiro e ILGA Portugal	Junho	2015
207	Junho Arco-Íris: Ângelo Rodrigues e ILGA Portugal	Junho	2015
208	Junho Arco-Íris: Carla Vasconcelos e ILGA Portugal	Junho	2015
209	Junho Arco-Íris: Ângela Pinto e ILGA Portugal	Junho	2015

210	Junho Arco-Íris: Helder Gamboa e ILGA Portugal	Junho	2015
211	Junho Arco-Íris: Jani Zhao e ILGA Portugal	Junho	2015
212	Junho Arco-Íris: Bárbara Guimarães e ILGA Portugal	Junho	2015
213	Junho Arco-Íris: Alexandra Valentim e ILGA Portugal	Junho	2015
214	Junho Arco-Íris: Fernando Martins e ILGA Portugal	Junho	2015
215	Junho Arco-Íris: Paulo Jesus e ILGA Portugal	Junho	2015
216	Arraial Lisboa Pride: Paulo Côrte-Real na Revista de Imprensa da SIC Notícias	Junho	2015
217	Legislativas 2015: o debate	Setembro	2015
218	Rainbow Talks	Outubro	2015
219	Rainbow Talks 2	Outubro	2015
220	Rainbow Talks 2	Outubro	2015
221	Aprovada adoção por casais homossexuais	Dezembro	2015
222	RTP3 - "Esquerda deve aprovar legalização de adoção de crianças por casais homossexuais"	Dezembro	2015
223	Bleeding Love video #1 The second closet PT	Dezembro	2015
224	Bleeding Love video #2 Tiger Susy PT	Dezembro	2015
225	Prémios Arco-Íris 2015: Revista de Imprensa SIC Notícias	Janeiro	2016
226	Prémios Arco-Íris 2015: ANEM/Centro Educativo da Bela Vista	Janeiro	2016
227	Prémios Arco-Íris 2015: 'A Tarde é Sua'	Janeiro	2016
228	Prémios Arco-Íris 2015: Lorenzo e Pedro	Janeiro	2016
229	Prémios Arco-Íris 2015: Gender Trouble	Janeiro	2016
230	Prémios Arco-Íris 2015: Maria Capaz / Capazes	Janeiro	2016
231	Prémios Arco-Íris 2015: agradecimento de Fátima Lopes	Janeiro	2016
232	Prémios Arco-Íris 2015: Susana Bento Ramos	Janeiro	2016
233	20 anos da ILGA Portugal: apresentação da identidade comemorativa criada pela Ogilvy Design Portugal	Janeiro	2016
234	SIC Notícias - Colégio Militar e discriminação com base na orientação sexual	Abril	2016
235	Revista de Imprensa com ILGA Portugal	Maior	2016
236	Arraial Lisboa Pride 2016!	Junho	2016
237	Arraial Lisboa Pride 2016: Orgulhosamente Nós!	Junho	2016
238	Prémios Arco-Íris 2016 - Catarina Marques Rodrigues	Janeiro	2017
239	Prémios Arco-Íris 2016: Boas práticas empresariais - TAP/Lush	Janeiro	2017
240	Prémios Arco-Íris 2016: 'E se fosse consigo?' – Conceição Lino / Carlão e Boss AC	Janeiro	2017
241	Prémios Arco-Íris 2016: Rui Maria Pêgo	Janeiro	2017
242	Prémios Arco-Íris 2016: "Jogo de Damas", de Patrícia Sequeira	Janeiro	2017
243	Prémios Arco-Íris 2016: Assembleia da República - Fim da Discriminação no Acesso à PMA	Janeiro	2017
244	Revista de Imprensa - Prémios Arco-Íris 2016	Janeiro	2017
245	Assim foram os Prémios Arco-Íris 2016!	Fevereiro	2017
246	Chegou o Arraial Lisboa Pride 2017!	Junho	2017
247	Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2017	Junho	2017
248	UNI-FORM: O que significa?	Junho	2017
249	UNI-FORM - Stop the hate	Junho	2017
250	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" - 1/14	Setembro	2017
251	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 2/14	Setembro	2017
252	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 3/14	Setembro	2017
253	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 4/14	Setembro	2017
254	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 5/15	Setembro	2017
255	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 6/14	Setembro	2017

256	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 7/14	Setembro	2017
257	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 8/14	Setembro	2017
258	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 9/14	Setembro	2017
259	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 10/14	Setembro	2017
260	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 11/14	Setembro	2017
261	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 12/14	Setembro	2017
262	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 13/14	Setembro	2017
263	#Autárquicas2017 - Debate "Lisboa e a Igualdade das Pessoas LGBTI" na Fundação José Saramago - 14/14	Setembro	2017
264	One Year Review - Prémios Arco-Íris 2017	Janeiro	2018
265	Prémios Arco-Íris 2017 - Graça Fonseca	Janeiro	2018
266	Prémios Arco-Íris 2017 - Igualdade na Cultura	Janeiro	2018
267	Prémios Arco-Íris 2017 – Rita Porto	Janeiro	2018
268	Prémios Arco-Íris 2017 – Grupo de estudantes da Escola Secundária de Vagos	Janeiro	2018
269	Prémios Arco-Íris 2017 – Revista Cristina	Janeiro	2018
270	Prémios Arco-Íris 2017 – Boas Práticas na Saúde	Janeiro	2018
271	Prémios Arco-Íris 2017 – Catarina Marcelino	Janeiro	2018
272	Audição Parlamentar: autodeterminação das pessoas trans e questões intersexo	Janeiro	2018
273	Assim foram os Prémios Arco-Íris 2017!	Janeiro	2018
274	Pela proteção das pessoas intersexo em Portugal - PIET DE BRUYN	Março	2018
275	Pessoas Trans e Intersexo: Pela Garantia dos Direitos Humanos!	Março	2018
276	Terry Reintke sobre Parentalidade e Famílias Arco-Íris	Março	2018
277	Vem aí o Arraial Lisboa Pride 2018!	Junho	2018
278	Arraial Lisboa Pride 2018: Boas Vindas E Discursos	Junho	2018
279	Arraial Lisboa Pride 2018: Deborah Kristal canta Esta Lisboa Que Eu Amo	Junho	2018
280	Arraial Lisboa Pride 2018: Performance de Sylvia Koonz	Junho	2018
281	Arraial Lisboa Pride 2018: Deborah Kristal canta The Show Must Go On	Junho	2018
282	Arraial Lisboa Pride 2018: Sylvia Koonz canta Pabllo Vittar	Junho	2018
283	Arraial Lisboa Pride 2018: Deborah Kristal Despede-se	Junho	2018
284	Arraial Lisboa Pride 2018: Pabllo Vittar	Junho	2018
285	Arraial Lisboa Pride 2018: Nonstop	Junho	2018
286	Arraial Lisboa Pride 2018: Fado Bicha + Pedido de Casamento!	Julho	2018
287	#PrémiosArcoÍris2018 EM DIRETO 🍷🌈 - 21h30 - 12 de janeiro 2019	Janeiro	2019
288	One Year Review - Prémios Arco-Íris 2018	Janeiro	2019
289	Abertura Prémios Arco-Íris 2018 - Coro CoLeGaS	Fevereiro	2019
290	Abertura Prémios Arco-Íris 2018 - Rui Maria Pêgo e Rita Ferro Rodrigues	Fevereiro	2019
291	Prémios Arco-Íris 2018: Apresentação AMPLOS	Fevereiro	2019
292	Prémios Arco-Íris 2018: Apresentação Joana Cadete Pires e João Valério	Fevereiro	2019
293	Prémios Arco-Íris 2018: Apresentação Daniela Bento	Fevereiro	2019
294	Prémios Arco-Íris 2018: Homenagem Vols	Fevereiro	2019
295	Prémios Arco-Íris 2018: Apresentação Nuno Gonçalves	Fevereiro	2019
296	Prémios Arco-Íris 2018: Apresentação rede ex aequo	Fevereiro	2019
297	Prémios Arco-Íris 2018: Apresentação Teresa Amor e Pedro Carreira	Fevereiro	2019
298	Prémios Arco-Íris 2018: Discurso APAV	Fevereiro	2019
299	Prémios Arco-Íris 2018: Discurso Carolina Reis	Fevereiro	2019
300	Prémios Arco-Íris 2018: Discursos 'Coming Out'	Fevereiro	2019
301	Prémios Arco-Íris 2018: Discurso Jorge Pelicano e Eulália Almeida	Fevereiro	2019
302	Prémios Arco-Íris 2018: Discursos Partidos e Deputada pela Igualdade	Fevereiro	2019

303	Prémios Arco-Íris 2018: Performance APAV #respectbattles	Fevereiro	2019
304	Prémios Arco-Íris 2018: Discurso RTP	Fevereiro	2019
305	Prémios Arco-Íris 2018: Vasco Araújo Explica Conceito dos Troféus	Fevereiro	2019
306	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo APAV	Fevereiro	2019
307	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo Carolina Reis	Fevereiro	2019
308	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo Coming Out	Fevereiro	2019
309	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo Report	Fevereiro	2019
310	Prémios Arco-Íris 2018: ILGA Portugal Year-End Review	Fevereiro	2019
311	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo Partidos e Deputada pela Igualdade	Fevereiro	2019
312	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo "Até que o porno nos separe"	Fevereiro	2019
313	Prémios Arco-Íris 2018: Vídeo RTP	Fevereiro	2019
314	Stephen T. Russel: Jovens LGBTQI e Educação: promover um ambiente seguro para tod@s @s alun@s	Fevereiro	2019
315	Boas-Vindas Prémios Arco-Íris 2018 - Ana Aresta e Nuno Pinto	Março	2019
316	Arraial Lisboa Pride 2019: Spot Rádio - Antena 3  #Pride #LGBTI	Junho	2019
317	Arraial Lisboa Pride: o SPOT orgásmico  #Pride	Junho	2019
318	Arraial Lisboa Pride 2019: Discursos Direção da ILGA Portugal... e surpresa no final! 	Junho	2019
319	Debate Legislativas 2019: Avanços e recuos dos Direitos LGBTI em Portugal	Setembro	2019
320	Vídeo de promoção à candidatura do EuroPride 2022	Outubro	2019
321	Vídeo de promoção à candidatura do EuroPride 2022	Outubro	2019
322	Mostra o teu Orgulho: Sai do Armário!	Janeiro	2020
323	A ILGA Portugal faz 24 anos!	Abril	2020
324	Hoje é Dia da Visibilidade Lésbica!	Abril	2020
325	FELIZ #IDAHOT2020! 	Maio	2020
326	Desmontar o Armário com rede ex aequo, Amplos e Clube Safo - IDAHOT 2020	Maio	2020
327	O Papel do Prazer na Saúde Sexual de Todas As Mulheres - Dani Bento e Carmo Gê Pereira	Maio	2020
328	Junho, mês do Orgulho #LGBTI	Junho	2020
329	Primeiro casamento entre duas pessoas do mesmo sexo aconteceu há dez anos	Junho	2020
330	Visibilidade trans, sempre! - Dani Bento e TGuys Cuddle Too (Isaac dos Santos e Ary Zara)	Junho	2020
331	Inclusão no Desporto - ILGA Portugal e BJWHF x Embaixada do Canadá	Junho	2020
332	Em dia de Arraial Lisboa Pride 2020: uma mensagem da Direção da ILGA Portugal 	Junho	2020
333	ILGA Portugal e Microsoft x Revolut Portugal Branding e Inclusão	Julho	2020
334	A Avó Veio Trabalhar x ILGA Glam it up	Julho	2020
335	OUT NO OFFICE Conversa sobre igualdade e diversidade no local de trabalho	Julho	2020
336	Discriminação Sistémica em Portugal e no Mundo - ILGA x Queer Tropical x Clube Safo x David Amado	Agosto	2020
337	ILGA Portugal - O impacto da COVID 19 na saúde mental	Outubro	2020
338	Aberta a TODAS as pessoas - Servir a Comunidade LGBTI na Sua Biblioteca (BLX, ILGA, RNBP, ALA, BDB)	Outubro	2020
339	TDoR - Homenagear, Relembrar, Consciencializar	Novembro	2020
340	Poland LGBTI - Conversa sobre Ativismo(s) / Talk on Activism(s)	Novembro	2020

Produção			
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional
1			x
2		x	
3			x
4		x	
5			x
6			x

7			x
8			x
9			x
10		x	
11	x		
12	x		
13	x		
14			x
15			x
16			x
17			x
18		x	
19			x
20			x
21			x
22			x
23		x	
24			x
25	x		
26	x		
27			x
28		x	
29		x	
30		x	
31		x	
32			x
33			x
34			x
35			x
36			x
37			x
38			x
39			x
40	x		
41			x
42			x
43			x
44			x
45			x
46			x
47			x
48			x
49			x
50			x
51			x
52			x
53	x		
54	x		
55	x		
56	x		
57	x		
58			x
59			x
60			x
61			x
62			x

63			x
64	x		
65			x
66			x
67			x
68			x
69			x
70			x
71			x
72			x
73			x
74	x		
75	x		
76	x		
77	x		
78	x		
79	x		
80	x		
81	x		
82	x		
83	x		
84			x
85			x
86			x
87			x
88			x
89			x
90			x
91			x
92		x	
93			x
94			x
95	x		
96	x		
97			x
98			x
99			x
100			x
101			x
102			x
103			x
104			x
105			x
106			x
107			x
108			x
109			x
110			x
111			x
112			x
113			x
114			x
115			x
116			x
117			x
118			x

119			x
120			x
121			x
122			x
123			x
124			x
125	x		
126	x		
127	x		
128			x
129			x
130			x
131			x
132			x
133			x
134			x
135			x
136			x
137			x
138			x
139			x
140			x
141			x
142			x
143			x
144			x
145			x
146			x
147			x
148			x
149	x		
150			x
151			x
152			x
153			x
154	x		
155	x		
156	x		
157			x
158	x		
159	x		
160	x		
161			x
162			x
163			x
164			x
165			x
166			x
167			x
168			x
169			x
170			x
171			x
172			x
173			x
174			x

175			x
176			x
177			x
178			x
179			x
180			x
181			x
182			x
183			x
184			x
185			x
186			x
187			x
188			x
189			x
190			x
191			x
192			x
193			x
194			x
195			x
196			x
197			x
198			x
199			x
200			x
201			x
202			x
203			x
204			x
205			x
206			x
207			x
208			x
209			x
210			x
211			x
212			x
213			x
214			x
215			x
216			x
217		x	
218		x	
219		x	
220		x	
221			x
222			x
223			x
224			x
225			x
226			x
227			x
228			x
229			x
230			x

231			X
232			X
233			X
234			X
235			X
236			X
237			X
238			X
239			X
240			X
241			X
242			X
243			X
244			X
245			X
246			X
247			X
248			X
249			X
250		X	
251		X	
252		X	
253		X	
254		X	
255		X	
256		X	
257		X	
258		X	
259		X	
260		X	
261		X	
262		X	
263		X	
264			X
265			X
266			X
267			X
268			X
269			X
270			X
271			X
272			X
273			X
274			X
275			X
276			X
277			X
278			X
279			X
280			X
281			X
282			X
283			X
284			X
285			X
286			X

287						X
288						X
289						X
290						X
291						X
292						X
293						X
294						X
295						X
296						X
297						X
298						X
299						X
300						X
301						X
302						X
303						X
304						X
305						X
306						X
307						X
308						X
309						X
310						X
311						X
312						X
313						X
314						X
315						X
316						X
317						X
318						X
319			X			
320						X
321						X
322						X
323						X
324						X
325						X
326						X
327			X			
328			X			
329						X
330						X
331						X
332						X
333						X
334			X			
335			X			
336			X			
337			X			
338			X			
339			X			
340			X			
Duração						
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m

1	x					
2	x					
3	x					
4	x					
5			x			
6				x		
7		x				
8		x				
9			x			
10			x			
11			x			
12		x				
13	x					
14			x			
15			x			
16			x			
17		x				
18		x				
19			x			
20			x			
21			x			
22			x			
23	x					
24	x					
25				x		
26			x			
27		x				
28		x				
29		x				
30		x				
31		x				
32	x					
33				x		
34				x		
35		x				
36			x			
37	x					
38		x				
39		x				
40			x			
41	x					
42		x				
43		x				
44		x				
45				x		
46				x		
47			x			
48		x				
49		x				
50	x					
51		x				
52		x				
53			x			
54		x				
55		x				
56			x			

57			x			
58		x				
59		x				
60			x			
61		x				
62		x				
63		x				
64			x			
65	x					
66		x				
67	x					
68	x					
69		x				
70		x				
71		x				
72		x				
73		x				
74		x				
75	x					
76	x					
77	x					
78	x					
79	x					
80	x					
81	x					
82	x					
83	x					
84		x				
85				x		
86		x				
87				x		
88				x		
89		x				
90				x		
91	x					
92			x			
93		x				
94			x			
95		x				
96			x			
97		x				
98		x				
99		x				
100				x		
101				x		
102				x		
103		x				
104	x					
105				x		
106		x				
107				x		
108				x		
109	x					
110	x					
111				x		
112				x		

113		x				
114	x					
115		x				
116		x				
117		x				
118		x				
119		x				
120		x				
121						x
122		x				
123			x			
124			x			
125		x				
126		x				
127			x			
128		x				
129		x				
130					x	
131		x				
132	x					
133		x				
134					x	
135			x			
136	x					
137		x				
138					x	
139			x			
140		x				
141		x				
142			x			
143	x					
144		x				
145				x		
146						x
147	x					
148		x				
149		x				
150			x			
151			x			
152			x			
153		x				
154		x				
155		x				
156			x			
157	x					
158		x				
159		x				
160				x		
161	x					
162		x				
163		x				
164		x				
165		x				
166		x				
167		x				
168		x				

169		x				
170				x		
171				x		
172		x				
173					x	
174			x			
175		x				
176		x				
177		x				
178			x			
179		x				
180				x		
181						x
182		x				
183		x				
184				x		
185	x					
186		x				
187		x				
188		x				
189		x				
190	x					
191					x	
192		x				
193		x				
194			x			
195				x		
196		x				
197		x				
198		x				
199		x				
200	x					
201	x					
202		x				
203	x					
204	x					
205	x					
206		x				
207	x					
208	x					
209	x					
210	x					
211	x					
212	x					
213	x					
214	x					
215	x					
216			x			
217						x
218						x
219					x	
220					x	
221		x				
222		x				
223				x		
224				x		

225				x		
226		x				
227		x				
228		x				
229		x				
230				x		
231	x					
232		x				
233		x				
234			x			
235			x			
236	x					
237		x				
238		x				
239		x				
240		x				
241		x				
242		x				
243		x				
244			x			
245		x				
246	x					
247		x				
248		x				
249		x				
250		x				
251		x				
252		x				
253		x				
254		x				
255			x			
256		x				
257		x				
258		x				
259			x			
260		x				
261		x				
262		x				
263		x				
264			x			
265		x				
266		x				
267		x				
268		x				
269		x				
270		x				
271		x				
272				x		
273		x				
274		x				
275			x			
276		x				
277	x					
278				x		
279		x				
280				x		

281		x				
282				x		
283		x				
284				x		
285					x	
286				x		
287	x					
288			x			
289				x		
290		x				
291		x				
292		x				
293		x				
294		x				
295		x				
296		x				
297		x				
298		x				
299		x				
300				x		
301			x			
302				x		
303			x			
304		x				
305		x				
306		x				
307		x				
308		x				
309		x				
310			x			
311		x				
312		x				
313		x				
314		x				
315		x				
316	x					
317	x					
318			x			
319						x
320		x				
321		x				
322		x				
323		x				
324		x				
325	x					
326						x
327					x	
328		x				
329		x				
330					x	
331					x	
332		x				
333						x
334						x
335						x
336						x

337					x	
338						x
339						x
340						x

Publicidade						
Nº	Sim			Não		
1						x
2						x
3						x
4						x
5						x
6						x
7						x
8						x
9						x
10						x
11						x
12						x
13						x
14						x
15						x
16						x
17						x
18						x
19						x
20						x
21						x
22						x
23						x
24						x
25						x
26						x
27						x
28						x
29						x
30						x
31						x
32						x
33						x
34						x
35						x
36						x
37						x
38						x
39						x
40						x
41						x
42						x
43						x
44						x
45						x
46						x
47						x
48						x
49						x
50						x

51		X
52		X
53		X
54		X
55		X
56		X
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		X
63		X
64		X
65		X
66		X
67		X
68		X
69		X
70		X
71		X
72		X
73		X
74		X
75		X
76		X
77		X
78		X
79		X
80		X
81		X
82		X
83		X
84		X
85		X
86		X
87		X
88		X
89		X
90		X
91		X
92		X
93		X
94		X
95		X
96		X
97		X
98		X
99		X
100		X
101		X
102		X
103		X
104		X
105		X
106		X

107		x
108		x
109		x
110		x
111		x
112		x
113		x
114		x
115		x
116		x
117		x
118		x
119		x
120		x
121		x
122		x
123		x
124		x
125		x
126		x
127		x
128		x
129		x
130		x
131		x
132		x
133		x
134		x
135		x
136		x
137		x
138		x
139		x
140		x
141		x
142		x
143		x
144		x
145		x
146		x
147		x
148		x
149		x
150		x
160		x
161		x
162		x
163		x
164		x
165		x
166		x
167		x
169		x
170		x
171		x
172		x

173		X
174		X
175		X
176		X
177		X
178		X
179		X
180		X
181		X
182		X
183		X
184		X
185		X
186		X
187		X
188		X
189		X
190		X
191		X
192		X
193		X
194		X
195		X
196		X
197		X
198		X
199		X
200		X
201		X
202		X
203		X
204		X
205		X
206		X
207		X
208		X
209		X
210		X
211		X
212		X
213		X
214		X
215		X
216		X
217		X
218		X
219		X
220		X
221		X
222		X
223		X
224		X
225		X
226		X
227		X
228		X

229		x
230		x
231		x
232		x
233		x
234		x
235		x
236		x
237		x
238		x
239		x
240		x
241		x
242		x
243		x
244		x
245		x
246		x
247		x
248		x
249		x
250		x
251		x
252		x
253		x
254		x
255		x
256		x
257		x
258		x
259		x
260		x
261		x
262		x
263		x
264		x
265		x
266		x
267		x
268		x
269		x
270		x
271		x
272		x
273		x
274		x
275		x
276		x
277		x
278		x
279		x
280		x
281		x
282		x
283		x
284		x

285		X
286		X
287		X
288		X
289		X
290		X
291		X
292		X
293		X
294		X
295		X
296		X
297		X
298		X
299		X
300		X
301		X
302		X
303		X
304		X
305		X
306		X
307		X
308		X
309		X
310		X
311		X
312		X
313		X
314		X
315		X
316		X
317		X
318		X
319		X
320		X
321		X
322		X
323		X
324		X
325		X
326		X
327		X
328		X
329		X
330		X
331		X
332		X
333		X
334		X
335		X
336		X
337		X
338		X
339		X
340		X

Tipo de Vídeo										
Nº	Campanha	Reportagem	Entrevista	Reportagem	Testemunho	Direto	Série	Programa	Trailer/ Teaser	Outro
1	x									
2	x									
3	x									
4	x									
5			x	x						
6				x	x					
7				x	x					
8				x	x					
9			x	x						
10	x									
11		x								
12		x								
13		x								
14			x	x						
15			x	x						
16			x	x						
17		x		x						
18					x					
19		x		x						
20		x		x						
21			x	x						
22		x		x						
23	x									
24	x									
25		x								
26	x									
27		x		x						
28		x								
29		x								
30		x								
31		x								
32			x	x						
33				x						
34				x						
35		x		x						
36		x		x						
37	x									
38		x		x						
39		x		x						
40		x								
41	x									
42		x		x						
43		x		x						
44		x		x						
45				x						
46				x						
47				x						
48				x						
49		x								
50		x								

51		x								
52	x									
53		x								
54		x								
55		x								
56		x								
57		x								
58		x			x					
59		x			x					
60			x		x					
61		x			x					
62		x			x					
63		x								
64		x								
65	x									
66		x								
67		x								
68		x								
69		x								
70		x								
71		x			x					
72		x			x					
73		x			x					
74		x								
75		x								
76		x								
77		x								
78		x								
79			x							
80			x							
81			x							
82			x							
83	x									
84		x			x					
85		x			x					
86	x									
87			x		x					
88					x					
89					x					
90		x			x					
91					x					
92		x								
93		x								
94			x		x					
95		x								
96		x								
97		x			x					
98		x			x					
99					x					
100			x		x					
101			x		x					
102		x								
103		x								
104	x									
105		x			x					
106		x			x					

163		x								
164		x								
165		x								
166		x								
167		x								
168		x			x					
169		x			x					
170		x			x					
171		x			x					
172		x			x					
173		x			x					
174					x					
175		x			x					
176					x					x
177		x								
178		x			x					
179				x	x					
180				x	x					
181										x
182		x			x					
183	x									
184		x		x	x					
185	x									
186	x									
187		x								
188	x									
189	x									
190	x									
191										x
192	x									
193		x								
194		x								
195				x	x					
196		x								
197		x								
198		x								
199		x								
200	x									
201	x									
202	x									
203	x									
204	x									
205	x									
206	x									
207	x									
208	x									
209	x									
210	x									
211	x									
212	x									
213	x									
214	x									
215	x									
216				x	x					
217								x		
218								x		

219						x				
220						x				
221		x		x						
222		x		x						
223	x									
224	x									
225			x	x						
226		x								
227		x								
228		x								
229		x								
230		x								
231										x
232		x								
233		x								
234			x	x						
235			x	x						
236	x									
237	x									
238		x								
239		x								
240		x								
241		x								
242		x								
243		x								
244			x	x						
245		x								
246	x									
247		x								
248	x									
249	x									
250		x								
251		x								
252		x								
253		x								
254		x								
255		x								
256		x								
257		x								
258		x								
259		x								
260		x								
261		x								
262		x								
263		x								
264	x									
265		x								
266		x								
267		x								
268		x								
269		x								
270		x								
271		x								
272										x
273		x								
274						x				

275	x									
276					x					
277	x									
278		x								
279		x								
280		x								
281		x								
282		x								
283		x								
284		x								
285		x								
286		x								
287						x				
288		x								
289		x								
290		x								
291		x								
292		x								
293		x								
294		x								
295		x								
296		x								
297		x								
298		x								
299		x								
300		x								
301		x								
302		x								
303		x								
304		x								
305		x								
306		x								
307		x								
308		x								
309		x								
310		x								
311		x								
312		x								
313		x								
314					x					
315		x								
316	x									
317	x									
318		x								
319		x								
320	x									
321	x									
322	x									
323		x								
324	x									
325	x									
326						x				
327						x				
328	x									
329		x	x	x						
330						x				

331									X					
332	X													
333									X					
334	X								X					
335									X					
336									X					
337									X					
338									X					
339									X					
340									X					

Temáticas														
Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia*	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1	X		X		X									
2	X	X			X									
3	X	X			X									
4	X	X			X									
5	X				X									
6	X		X		X									
7	X				X									
8	X				X									
9	X		X		X									
10	X	X	X		X									
11	X	X	X		X									
12	X													
13	X													
14	X		X	X	X					X				
15	X		X	X	X					X				
16	X		X	X	X					X				
17	X	X	X		X									
18	X		X		X									
19	X	X	X		X									
20	X		X		X									
21	X		X		X									
22	X		X						X	X				
23	X	X	X											
24	X	X	X											
25	X	X	X							X				
26	X		X											
27	X		X	X						X				
28	X	X	X		X									
29	X	X	X		X									
30	X	X	X		X									
31	X	X	X		X									
32	X		X		X									
33	X		X		X					X				
34	X		X		X					X				
35	X		X		X									
36	X		X											
37	X	X			X									
38	X	X	X		X									
39	X	X	X		X									
40	X	X	X		X									
41	X	X			X									
42	X		X		X					X				
43	X	X	X		X									
44	X		X	X	X					X				
45	X		X	X	X					X				
46	X		X	X	X					X				
47	X			X						X				
48	X	X	X		X					X				
49	X	X	X		X									
50	X	X	X		X									

51	x	x	x		x									
52	x		x		x									
53	x	x	x		x									
54	x	x	x		x									
55	x	x	x		x									
56	x	x	x		x									
57	x	x	x		x									
58	x		x		x									
59	x		x		x									
60	x		x	x	x					x				
61	x		x	x	x					x				
62	x		x	x	x					x				
63	x		x	x	x					x				
64	x	x			x					x				
65	x	x			x									
66	x	x			x									
67	x	x			x					x				
68	x	x			x									
69	x	x			x									
70	x	x		x	x					x				
71	x		x		x									
72	x	x			x					x				
73	x	x	x		x					x				
74	x	x			x									
75	x	x			x									
76	x	x			x									
77	x	x			x									
78	x	x			x									
79	x	x			x									
80	x	x			x									
81	x	x			x									
82	x	x		x	x									
83	x	x			x			x						
84	x	x			x									
85	x	x		x	x									
86	x				x									
87	x				x				x					
88	x				x									
89	x			x	x					x				
90	x									x			x	
91	x													
92	x	x			x									
93	x	x			x									
94	x		x							x	x			
95	x	x												
96	x	x												
97	x			x						x				x
98	x			x						x				
99	x			x	x									
100	x	x			x									
101	x				x									
102	x		x		x					x				
103	x	x			x									
104	x				x									
105	x									x	x			
106	x													x
107	x				x									x
108	x				x					x				
109	x				x							x		
110	x				x									
111	x									x				
112	x										x			x
113	x										x			
114	x	x			x									
115	x	x			x									
116	x	x			x					x				
117	x	x		x	x					x				x
118	x	x	x		x									
119	x	x			x					x				

120	x	x			x					x				
121	x	x			x									
122	x	x			x									
123	x	x			x				x					
124	x	x			x								x	
125	x	x												
126	x	x												
127	x								x					
128	x								x					
129	x								x					
130	x								x					
131	x								x					
132	x				x				x					
133	x								x					
134	x								x					
135	x								x					
136	x				x				x					
137	x								x					
138	x								x					
139	x				x				x					
140	x								x					
141	x								x					
142	x								x					
143	x	x			x									
144	x								x					
145	x				x				x					
146	x				x				x					
147	x				x									
148	x								x					
149	x	x			x									
150	x								x					
151	x								x					
152	x								x					
153	x								x					
154	x	x												
155	x	x												
156	x	x												
157	x	x			x									
158	x	x												
159	x	x												
160	x	x												
161	x	x			x									
162	x	x			x									
163	x	x			x									
164	x	x			x									
165	x	x			x									
166	x	x			x									
167	x	x			x				x					
168	x	x												
169	x								x					
170	x				x				x					
171	x				x				x					
172	x				x				x					
173	x				x				x					
174	x				x				x					
175	x				x				x					
176	x				x				x					
177	x	x			x									
178	x	x												
179	x	x			x									
180	x				x				x					
181	x	x			x									
182	x								x					
183	x													
184	x				x									
185	x	x			x									
186	x	x			x									
187	x	x			x									
188	x				x									

189	x				x									
190	x				x							x		
191	x			x	x				x					
192	x			x	x				x					
193	x	x	x		x									
194	x	x			x									
195	x			x	x				x					
196	x				x									
197	x	x			x									
198	x				x									
199	x				x									
200	x				x									
201	x				x									
202	x				x									
203	x				x									
204	x				x									
205	x				x									
206	x				x									
207	x				x									
208	x				x									
209	x				x									
210	x				x									
211	x				x									
212	x				x									
213	x				x									
214	x				x									
215	x				x									
216	x			x	x				x					
217	x			x	x									
218	x			x	x									
219	x			x	x									
220	x			x	x									
221	x			x					x					
222	x			x					x					
223	x													
224	x		x											
225	x	x			x									
226	x	x			x			x				x		
227	x	x			x									
228	x	x			x									
229	x	x			x									
230	x	x			x									
231	x	x			x									
232	x	x			x								x	
233	x	x			x									
234	x		x	x	x									
235	x			x	x								x	
236	x	x			x									
237	x				x									
238	x	x										x		
239	x	x			x									
240	x	x			x									
241	x	x			x									
242	x	x			x					x				
243	x	x		x									x	
244	x	x	x		x									
245	x	x			x									
246	x	x			x									
247	x	x			x									
248	x		x		x									
249	x		x		x									
250	x			x										
251	x			x										
252	x			x										
253	x			x										
254	x			x										
255	x			x										
256	x			x										
257	x			x										

258	x			x										
259	x			x										
260	x			x										
261	x			x										
262	x			x										
263	x			x										
264	x													
265	x	x		x										
266	x	x												
267	x	x												
268	x	x	x											x
269	x	x	x											
270	x	x	x											
271	x	x		x										
272	x	x		x										
273	x	x												
274	x			x	x									
275	x			x	x									
276	x			x	x									
277	x	x			x									
278	x	x			x									
279	x	x			x									
280	x	x			x									
281	x	x			x									
282	x	x			x									
283	x	x			x									
284	x	x			x									
285	x	x			x									
286	x	x			x									
287	x	x			x									
288	x	x			x									
289	x	x			x									
290	x	x			x									
291	x	x			x									
292	x	x			x									
293	x	x			x									
294	x	x			x									
295	x	x			x									
296	x	x			x									
297	x	x			x									
298	x	x			x									
299	x	x			x									
300	x	x			x									
301	x	x			x									
302	x	x			x									
303	x	x			x									
304	x	x			x									
305	x	x			x									
306	x	x			x									
307	x	x			x									
308	x	x			x									x
309	x	x			x									
310	x				x									
311	x				x	x								
312	x				x	x								
313	x					x								
314	x					x								x
315	x	x				x								
316	x	x				x								
317	x	x				x								
318	x	x				x								
319	x	x				x								
320	x	x				x								
321	x	x				x								
322	x					x								
323	x					x								
324	x					x								
325	x					x								
326	x					x								

327	x				x									
328	x				x									
329	x				x					x				
330	x		x		x									
331	x			x	x									
332	x	x			x									
333	x				x									
334	x				x									
335	x				x									
336	x				x									
337	x						x							
338	x				x									
339	x				x									
340	x				x									

Anexo 2 – Tabela de Taxonomia – PortugalGay.pt

Informação geral			
Nº	Título	Mês	Ano
1	The Gift no Porto Pride 2006	Julho	2006
2	Jovens Pelo SIM – Aveiro 14 Jan 2007	Janeiro	2007
3	Declaração de Aveiro dos Movimentos Pelo Sim	Janeiro	2007
4	Cartazes Pró-Escolha	Janeiro	2007
5	Marcha pelo SIM	Janeiro	2007
6	Marcha pelo SIM	Janeiro	2007
7	Reflectir sobre a VIDA	Fevereiro	2007
8	Video from My Phone (05022007.3gp) for February 06, 2007, 10:42 AM	Fevereiro	2007
9	Por Gisberta	Fevereiro	2007
10	World Hold On – by natasha semmynova	Março	2007
11	Nuno Cacho promove Porto Pride 2007	Junho	2007
12	Nuno Cacho promove Porto Pride 2007 (Legendado)	Junho	2007
13	Porto Pride 2007 Night Teaser	Junho	2007
14	Porto Pride 2007 Day Teaser	Junho	2007
15	Rui Reininho promove Porto Pride 2007	Junho	2007
16	Porto Pride 2007 Day Teaser (New)	Junho	2007
17	Porto Pride 2007 Night Teaser (New)	Junho	2007
18	Porto Pride 2007 Trans Teaser	Julho	2007
19	Ramona at Pride Bar, Porto	Fevereiro	2008
20	Roberta at Boys'R'Us Bar, Porto	Fevereiro	2008
21	Nani Petrova at Boys'R'Us Bar	Fevereiro	2008
22	Gisberta 2 Anos depois - TVI	Fevereiro	2008
23	PortugalGay – Famílias de Acolhimento Homossexuais	Março	2008
24	Adopção casais homossexuais	Março	2008
25	Vigília pela Luna (PortugalGay.PT TV)	Março	2008
26	MariCrista (PortugalGay.PT TV)	Abril	2008
27	SEQSO na Praça da Alegria	Abril	2008
28	Susana Mastroianny – Pride Bar	Abril	2008
29	PortugalGay.PT/TV: MayDay Lisboa 2008	Mai	2008
30	3ª Marcha do Orgulho LGBT do Porto – Promo 1	Junho	2008
31	3ª Marcha do Orgulho LGBT no Porto – Promo 2	Julho	2008
32	Manuela Azevedo e Os Clã apoiam 3ª Marcha Orgulho LGBT Porto	Julho	2008
33	BodyTalk apoiam a 3ª Marcha do Orgulho LGBT no Porto	Julho	2008
34	BodyTalk e Os Clã apoiam Porto Pride 2008	Julho	2008
35	3ª Marcha do Orgulho LGBT do Porto - Resumo - 2ª Parte	Julho	2008
36	3ª Marcha do Orgulho LGBT do Porto - Resumo – Parte 1	Julho	2008
37	ULD - Semana Cultural	Julho	2008
38	FlashMob Casamento Civil - Lisboa	Outubro	2008
39	Casamento Civil - Telejornal	Outubro	2008
40	Casamento Civil - Telejornal	Outubro	2008
41	Jornal da Tarde - Chumbado Casamento Homossexual	Outubro	2008
42	Marcha do Orgulho LGBT no Porto 2009 - Encerramento da Marcha	Julho	2009
43	Porto Pride 2009 - Donativo	Julho	2009
44	Porto Pride 2009 - Shows	Julho	2009
45	Porto Pride 2009 - Sónia Tavares e Miguel Ribeiro dos The Gift	Julho	2009
46	Marcha do Orgulho LGBT no Porto 2009	Julho	2009
47	Pete Tha Zouk na Nova Era Beach Party 2009 (MiniClip HD)	Julho	2009
48	Erick Morillo na Nova Era Beach Party 2009 (MiniClip HD)	Julho	2009
49	DJ Miguel Psi na Nova Era Beach Party 2009 (HQ)	Julho	2009
50	Souls of Fire na Nova Era Beach Party 2009 (MiniClip SD)	Julho	2009
51	A fila na Nova Era Beach Party 2009 por volta das 22H	Julho	2009

52	Bob Sinclar na Nova Era Beach Party 2009 (HQ)	Julho	2009
53	Erick Morillo na Nova Era Beach Party 2009 (HQ)	Julho	2009
54	Pete Tha Zouk na Nova Era Beach Party 2009 (HQ)	Julho	2009
55	Chris Kaeser na Nova Era Beach Party 2009 (HQ)	Julho	2009
56	Uniões de Facto, Matrimónio e Casamento Civil	Setembro	2009
57	Anabela Baldaque at PortugalFashion Spring/Summer 2010	Outubro	2009
58	Felipe Oliveira Baptista - Portugal Fashion Spring/Summer 2010	Outubro	2009
59	Celsus - PortugalFashion Spring/Summer 2010	Outubro	2009
60	Tany Calapez - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
61	Diogo Miranda - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
62	Elisabeth Teixeira - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
63	Colectivo Indústria - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
64	Storytailors Narkê - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
65	Luis Onofre - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
66	Red Oak - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
67	Dielmar - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
68	Fatima Lopes - Portugal Fashion Spring/Summer 2010 Edition	Outubro	2009
69	Alves/Gonçalves - Outono/Inverno - 26º Portugal Fashion (HD)	Março	2010
70	Anabela Baldaque Outono/Inverno - 26º Portugal Fashion (HD)	Março	2010
71	Felipe Oliveira Baptista - Outono/Inverno - 26º Portugal Fashion (HD)	Março	2010
72	Ana Salazar Outono/Inverno - 26º Portugal Fashion (HD)	Março	2010
73	Jovens Criadores / Concurso Design - 26th PortugalFashion Fall/Winter 2010 (HD)	Março	2010
74	Luis Onofre - 26th PortugalFashion Fall/Winter 2010 (HD)	Março	2010
75	Fatima Lopes - 26th PortugalFashion Fall/Winter 2010 (HD)	Março	2010
76	May Day 2010 no Porto	Mai	2010
77	Preservativos "ao" Papa em Portugal	Mai	2010
78	Entrevistas durante a Marcha do Orgulho LGBT em Lisboa	Junho	2010
79	Discursos Marcha do Orgulho de Lisboa (1/2)	Junho	2010
80	Discursos Marcha do Orgulho de Lisboa (2/2)	Junho	2010
81	Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2010 - Marchar, Marchar, Marchar!	Junho	2010
82	Discurso Panteras Rosa - Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2010	Junho	2010
83	Entrevistas durante a Marcha do Orgulho LGBT em Lisboa	Junho	2010
84	Apresentação da Marcha do Orgulho LGBT no Porto	Julho	2010
85	Activistas falam da Marcha do Orgulho LGBT no Porto 2010	Julho	2010
86	Nu Soul Family na Nova Era Beach Party 2010	Julho	2010
87	Swedish House Mafia na Nova Era Beach Party 2010	Julho	2010
88	Nova Era Beach Party 2010 - Tiêsto	Julho	2010
89	18ª Gala dos Travestis Abraço (2010)	Dezembro	2010
90	Memorial contra Transfobia no Porto	Dezembro	2010
91	Protesto Geração à Rasca - Porto	Março	2011
92	Luis Buchinho - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
93	Anabela Baldaque - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
94	Alves/Gonçalves - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
95	Miguel Vieira - Portugal Fashion Fall/Winter 2011	Março	2011
96	Jordann Santos - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
97	Carlos Gil - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
98	Vicri - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
99	Luís Onofre - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
100	Diogo Miranda - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
101	Lion of Porches - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
102	Dielmar - PortugalFashion Fall/Winter 2011	Março	2011
103	Fátima Lopes - Portugal Fashion Fall/Winter 2011	Abril	2011
104	Momentum Crew - Melhores do Ano 2010 Nova Era Rádio	Abril	2011
105	2ª Marcha Contra a Homofobia e Transfobia de Coimbra	Mai	2011
106	Luis Borges / Melhor Modelo Masculino Globos de Ouro	Mai	2011

107	12ª Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2011	Junho	2011
108	Arraial Pride 2011	Junho	2011
109	Porto Pride 2011	Julho	2011
110	6ª Marcha do Orgulho LGBT no Porto	Julho	2011
111	Nova Era Beach Party 2011 - David Guetta	Julho	2011
112	SlutWalk Porto 2011	Agosto	2011
113	Manifesto - Marcha LGBT Lisboa 2012	Junho	2012
114	Discursos - Marcha LGBT Lisboa 2012	Junho	2012
115	Porto Pride 2012 - Natasha Semmynova	Julho	2012
116	Porto Pride 2012 - Tula Tharp	Julho	2012
117	Porto Pride 2012 - R. Madonna	Julho	2012
118	Porto Pride 2012 - Girlicious	Julho	2012
119	Porto Pride 2012 - Yra Top	Julho	2012
120	Porto Pride 2012 - Ramona Pinkfloyd	Julho	2012
121	Porto Pride 2012 - Susana Mastroianni	Julho	2012
122	Dielmar - Portugal Fashion Spring/Summer 2013	Outubro	2012
123	Lavores & Ofícios	Fevereiro	2013
124	Tambem Somos Gente nº1, com Raquel Rosa	Fevereiro	2013
125	Também Somos Gente nº2 - Maria José Magalhães	Fevereiro	2013
126	Ana Salazar Outono/Inverno - 26º Portugal Fashion (HD)	Março	2013
127	SIC - Sara Inês (Transexual do Porto)	Fevereiro	2013
128	Memória da Gisberta	Fevereiro	2013
129	Também Somos Gente nº3 - Glória Vieira	Fevereiro	2013
130	Maré Arco-íris, Manif 2 de Março	Março	2013
131	Cumprimentos - 2 de Março	Março	2013
132	3ª idade 2 de Março	Março	2013
133	Farrapos de Alma	Março	2013
134	Também Somos Gente nº4 - Projeto ECOS	Março	2013
135	Também Somos Gente nº 5 - Paula Antunes	Março	2013
136	Também Somos Gente nº 6 - Hugo Lário	Março	2013
137	Harlem Shake MOP2013	Março	2013
138	Também Somos Gente nº 7 - Juliana Azevedo	Abril	2013
139	Também Somos Gente nº 17 - 25 de Abril	Abril	2013
140	Também Somos Gente nº18 - 1º Maio 2013	Maio	2013
141	Também Somos Gente nº 19 - José Soares 106	Maio	2013
142	Marcha Orgulho LGBT Lisboa 2013	Junho	2013
143	Também Somos Gente com Sarah Inês	Novembro	2013
144	TSG video - Sarah Inês	Novembro	2013
145	Também Somos Gente - Maria José Guedes	Abril	2014
146	Também Somos Gente - Sara Oliveira	Abril	2014
147	Também Somos Gente - Sara Oliveira	Maio	2014
148	Fala Portugal - 3 Julho	Julho	2014
149	Fala Portugal 3	Julho	2014
150	Fala Portugal nº4	Julho	2014
151	QueerLisboa18 - Entrevista	Outubro	2014
152	Sara Vasconcelos	Dezembro	2014
153	Lingua Bifurcada 3 video	Dezembro	2014
154	Lingua Bifurcada 9 Jan 15 video1	Janeiro	2015
155	Sydney vs Fostter Riviera by PortugalGay.pt	Janeiro	2015
156	Lingua Bifurcada Video 1 30 Jan 2015	Fevereiro	2015
157	Tambem Somos Gente Mª Bianchi Thedim Video 1	Fevereiro	2015
158	Lingua Bifurcada 6 Fev 2015 Video x	Fevereiro	2015
159	LB 13 Fev 2015 x video 1º	Fevereiro	2015
160	2 LB 27 Fev 2015 video 1	Março	2015
161	LB 6 Mar 2015 video	Março	2015
162	Cap Nascimento	Março	2015

163	Inauguração Monumento Contra LGBTfobia, Lisboa	Junho	2017
164	12ª Marcha do Orgulho LGBTQ+ no Porto	Julho	2017
165	Porto Drag Festival 2017	Julho	2017
166	Porto Drag Festival 2017	Julho	2017
167	Porto Drag Festival 2017	Julho	2017
168	Homem do Leme, Diogo Piçarra	Dezembro	2017
169	Entrevista com Calum Scott	Dezembro	2017

Produção			
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6	x		
7	x		
8	x		
9	x		
10	x		
11		x	
12		x	
13	x		
14	x		
15		x	
16	x		
17	x		
18	x		
19	x		
20	x		
21	x		
22			x
23			x
24			x
25		x	
26		x	
27			x
28	x		
29		x	
30		x	
31		x	
32		x	
33		x	
34		x	
35		x	
36		x	
37			x
38			x
39			x
40			x
41			x
42			x
43		x	
44		x	
45		x	
46		x	
47		x	

48		X	
49		X	
50		X	
51		X	
52		X	
53		X	
54		X	
55		X	
56			X
57		X	
58		X	
59		X	
60		X	
61		X	
62		X	
63		X	
64		X	
65		X	
66		X	
67		X	
68		X	
69		X	
70		X	
71		X	
72		X	
73		X	
74		X	
75		X	
76		X	
77			X
78		X	
79		X	
80		X	
81		X	
82		X	
83		X	
84		X	
85		X	
86		X	
87		X	
88		X	
89		X	
90			X
91		X	
92		X	
93		X	
94		X	
95		X	
96		X	
97		X	
98		X	
99		X	
100		X	
101		X	
102		X	
103		X	

104		x	
105		x	
106			x
107		x	
108		x	
109		x	
110		x	
111		x	
112		x	
113		x	
114		x	
115		x	
116		x	
117		x	
118		x	
119		x	
120		x	
121		x	
122			x
123			x
124			x
125			x
126		x	
127	x		
128	x		
129			x
130	x		
131	x		
132	x		
133	x		
134			x
135			x
136			x
137		x	
138			x
139			x
140			x
141			x
142		x	
143			x
144			x
145			x
146			x
147			x
148			x
149			x
150			x
151			x
152			x
153			x
154			x
155			x
156			x
157			x
158			x
159			x

160			x
161			x
162	x		
163		x	
164	x		
165		x	
166		x	
167		x	
168	x		
169		x	

Duração						
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m
1	x					
2		x				
3		x				
4	x					
5		x				
6		x				
7		x				
8	x					
9		x				
10		x				
11		x				
12		x				
13		x				
14		x				
15		x				
16		x				
17		x				
18			x			
19		x				
20		x				
21		x				
22		x				
23			x			
24	x					
25		x				
26			x			
27			x			
28		x				
29			x			
30			x			
31		x				
32	x					
33	x					
34	x					
35			x			
36			x			
37		x				
38	x					
39		x				
40		x				
41			x			
42		x				
43		x				
44		x				

45		x				
46			x			
47	x					
48	x					
49		x				
50	x					
51		x				
52		x				
53		x				
54		x				
55		x				
56		x				
57		x				
58		x				
59		x				
60		x				
61		x				
62		x				
63		x				
64		x				
65		x				
66		x				
67		x				
68		x				
69	x					
70		x				
71		x				
72		x				
73	x					
74		x				
75		x				
76		x				
77				x		
78			x			
79				x		
80			x			
81			x			
82		x				
83			x			
84			x			
85			x			
86		x				
87			x			
88			x			
89				x		
90		x				
91			x			
92		x				
93		x				
94		x				
95		x				
96	x					
97		x				
98	x					
99	x					
100		x				

101		x				
102		x				
103		x				
104			x			
105			x			
106		x				
107		x				
108				x		
109			x			
110			x			
111				x		
112		x				
113		x				
114				x		
115			x			
116		x				
117	x					
118		x				
119		x				
120		x				
121		x				
122				x		
123						x
124					x	
125						x
126		x				
127				x		
128		x				
129						x
130		x				
131	x					
132	x					
133			x			
134						x
135					x	
136						x
137	x					
138						x
139					x	
140					x	
141					x	
142				x		
143					x	
144						x
145					x	
146		x				
147						x
148					x	
149					x	
150					x	
151					x	
152			x			
153					x	
154					x	
155					x	
156					x	

157					x	
158		x				
159					x	
160					x	
161			x			
162	x					
163	x					
164	x					
165	x					
166	x					
167	x					
168		x				
169		x				

Publicidade						
Nº	Sim			Não		
1						x
2						x
3						x
4						x
5						x
6						x
7						x
8						x
9						x
10						x
11						x
12						x
13						x
14						x
15						x
16						x
17						x
18						x
19						x
20						x
21						x
22						x
23						x
24						x
25						x
26						x
27						x
28						x
29						x
30						x
31						x
32						x
33						x
34						x
35						x
36						x
37						x
38						x
39						x
40						x
41						x

42		X
43		X
44		X
45		X
46		X
47		X
48		X
49		X
50		X
51		X
52		X
53		X
54		X
55		X
56		X
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		X
63		X
64		X
65		X
66		X
67		X
68		X
69		X
70		X
71		X
72		X
73		X
74		X
75		X
76		X
77		X
78		X
79		X
80		X
81		X
82		X
83		X
84		X
85		X
86		X
87		X
88		X
89		X
90		X
91		X
92		X
93		X
94		X
95		X
96		X
97		X

98		x
99		x
100		x
101		x
102		x
103		x
104		x
105		x
106		x
107		x
108		x
109		x
110		x
111		x
112		x
113		x
114		x
115		x
116		x
117		x
118		x
119		x
120		x
121		x
122		x
123		x
124		x
125		x
126		x
127		x
128		x
129		x
130		x
131		x
132		x
133		x
134		x
135		x
136		x
137		x
138		x
139		x
140		x
141		x
142		x
143		x
144		x
145		x
146		x
147		x
148		x
149		x
150		x
160		x
161		x
162		x

163										x
164										x
165										x
166										x
167										x
169										x
Tipo de Vídeo										
Nº	Campanha	Reportagem	Entrevista	Repostagem	Testemunho	Direto	Série	Programa	Trailer/ Teaser	Outro
1		x								
2		x								
3		x								
4	x									
5		x								
6		x								
7	x									
8		x								
9										x
10		x								
11	x									
12	x									
13									x	
14									x	
15	x									
16									x	
17									x	
18									x	
19		x								
20		x								
21		x								
22		x		x						
23		x		x						
24	x									
25		x								
26		x								
27				x						
28		x								
29	x									
30	x									
31	x									
32	x									
33	x									
34	x									
35		x								
36		x								
37		x		x						
38		x		x						
39		x		x						
40		x		x						
41		x		x						
42		x								
43		x								

44		x								
45		x								
46		x								
47		x								
48		x								
49		x								
50		x								
51		x								
52		x								
53		x								
54		x								
55		x								
56		x		x						
57		x								
58		x								
59		x								
60		x								
61		x								
62		x								
63		x								
64		x								
65		x								
66		x								
67		x								
68		x								
69		x								
70		x								
71		x								
72		x								
73		x								
74		x								
75		x								
76		x								
77						x				
78			x							
79		x								
80		x								
81		x								
82		x								
83			x							
84			x							
85						x				
86		x								
87		x								
88		x								
89		x								
90			x							
91		x								
92		x								
93		x								
94		x								
95		x								
96		x								
97		x								
98		x								
99		x								

100		x								
101		x								
102		x								
103		x								
104		x								
105					x					
106				x						
107		x								
108		x								
109		x								
110		x								
111		x								
112		x								
113		x								
114		x								
115		x								
116		x								
117		x								
118		x								
119		x								
120		x								
121		x								
122		x								
123			x	x				x		
124			x	x				x		
125			x	x				x		
126		x								
127			x	x						
128		x								
129			x	x				x		
130		x								
131					x					
132		x								
133					x					
134			x	x				x		
135			x	x				x		
136			x	x				x		
137		x								
138			x	x				x		
139				x				x		
140				x				x		
141			x	x				x		
142		x								
143			x	x				x		
144			x	x				x		
145			x	x				x		
146			x	x				x		
147			x	x				x		
148				x				x		
149				x				x		
150				x				x		
151			x							
152					x					
153				x				x		
154				x				x		
155			x							

156				X					X			
157			X	X					X			
158				X					X			
159				X					X			
160				X					X			
161				X					X			
162				X								X
163		X										
164		X										
165		X										
166		X										
167		X										
168		X										
169				X								

Temáticas

Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia*	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1	x	x												
2		x		x	x									
3		x		x	x									
4				x	x									
5		x		x	x									
6		x		x	x									
7				x	x									
8		x			x									
9	x		x		x									
10	x	x												
11	x	x												
12	x	x												
13	x	x												
14	x	x												
15	x	x												
16	x	x												
17	x	x												
18	x	x												
19	x	x												
20	x	x												
21	x	x												
22	x		x											
23	x			x					x					
24	x				x				x					
25	x		x		x									
26	x	x												
27				x								x		
28	x	x												
29		x			x									
30	x	x												
31	x	x												
32	x	x												
33	x	x												
34	x	x												
35	x	x			x									
36	x	x			x									
37	x													
38	x	x			x					x				
39	x			x						x				
40	x			x						x				
41				x						x				
42	x	x			x									
43	x	x			x									
44	x	x			x									
45	x	x			x									

46	x	x			x									
47		x												
48		x												
49		x												
50		x												
51		x												
52		x												
53		x												
54		x												
55		x												
56	x			x						x				
57		x							x					
58		x							x					
59		x							x					
60		x							x					
61		x							x					
62		x							x					
63		x							x					
64		x							x					
65		x							x					
66		x							x					
67		x							x					
68		x							x					
69		x							x					
70		x							x					
71		x							x					
72		x							x					
73		x							x					
74		x							x					
75		x							x					
76	x	x			x									
77					x		x							
78	x	x			x									
79	x	x			x									
80	x	x			x									
81	x	x			x									
82	x	x			x									
83	x	x			x									
84	x	x			x					x				
85	x	x			x									
86		x												
87		x												
88		x												
89	x	x												
90	x	x												
91	x	x			x									
92		x								x				
93		x								x				
94		x								x				
95		x								x				
96		x								x				
97		x								x				
98		x								x				
99		x								x				
100		x								x				
101		x								x				
102		x								x				
103		x								x				
104		x												
105	x	x			x									
106	x	x								x				
107	x	x			x									
108	x	x								x				
109	x	x												
110	x	x			x									
111		x												
112					x									
113	x	x			x									
114	x	x			x									

115	x	x												
116	x	x												
117	x	x												
118	x	x												
119	x	x												
120	x	x												
121	x	x												
122		x						x						
123	x													
124												x		
125														x
126		x						x						
127	x													
128	x					x								
129													x	
130	x	x				x								
131	x	x				x								
132						x								
133														x
134	x													
135	x													
136													x	
137	x	x				x								
138													x	
139						x								
140						x	x							
141	x												x	
142	x	x				x								
143	x													
144	x													
145						x								
146	x													
147	x													
148						x			x					
149						x								
150						x								
151	x												x	
152	x			x			x							
153						x								
154						x								
155	x													
156						x								
157													x	
158						x								
159														x
160									x					
161						x								
162														x
163	x	x		x										
164	x	x					x							
165	x	x												
166	x	x												
167	x	x												
168						x								
169	x													

Anexo 3 – Tabela de Taxonomia – Queer Lisboa e Queer Porto

Informação geral			
Nº	Título	Mês	Ano
1	Spot Queer Lisboa 13	Setembro	2009
2	Spot Queer Lisboa 14	Setembro	2010
3	Spot Queer Lisboa 15 – PILOTS (HD)	Setembro	2011
4	Spot Queer Lisboa 15 – CAR (HD)	Setembro	2011
5	In Their Room (Trailer)	Julho	2012
6	Conferência de Imprensa (antevisão) Queer Lisboa 16	Julho	2012
7	A Novela das 8 (Trailer)	Julho	2012
8	I Want Your Love (trailer)	Julho	2012
9	Detlef (Trailer)	Julho	2012
10	The Man That Got Away (Trailer)	Agosto	2012
11	Bleu Piscine (Trailer)	Agosto	2012
12	Simply Rob (Trailer)	Agosto	2012
13	The Ducks' Migration (Trailer)	Setembro	2012
14	The Wilding (Trailer)	Setembro	2012
15	La Santa (Trailer)	Setembro	2012
16	Jaurès (Excerpt)	Setembro	2012
17	Queer Lisboa 16 – Death of the Gay Cliché! (spot)	Setembro	2012
18	Queer Lisboa 16 Programme Trailer	Setembro	2012
19	King Ghob (teaser)	Setembro	2012
20	Conferência de Imprensa Queer Lisboa 16	Setembro	2012
21	O Que Arde Cura / As the Flames Rose (trailer)	Setembro	2012
22	Best of Queer Lisboa 16	Janeiro	2013
23	Atomes (Trailer)	Julho	2013
24	Touch (Trailer)	Julho	2013
25	O Segredo Segundo António Botto (Trailer)	Julho	2013
26	Boy Eating the Bird's Food (Trailer)	Julho	2013
27	Mondomanila (Trailer)	Julho	2013
28	Wonder Women! The Untold Story of American Superheroines (Trailer)	Julho	2013
29	Continental (Teaser)	Setembro	2013
30	Out in the Dark (Trailer)	Setembro	2013
31	A Fold in My Blanket (Trailer)	Setembro	2013
32	The Comedian (Trailer)	Setembro	2013
33	Floating Skyscrapers (Teaser)	Julho	2013
34	In the Name Of... (Trailer)	Setembro	2013
35	Bette Bourne: It Goes with the Shoes	Julho	2013
36	Gut Renovation (Trailer)	Julho	2013
37	Gore Vidal: The United States of Amnesia (Trailer)	Julho	2013
38	Noche (Trailer)	Julho	2013
39	Wildness (Trailer)	Julho	2013
40	The 727 Days Without Karamo (Trailer)	Julho	2013
41	Regras (experiment 2) (Trailer)	Julho	2013
42	Si J'Étais um Homme (Trailer)	Julho	2013
43	Plug & Play (Teaser)	Julho	2013
44	Blush (Trailer)	Setembro	2013
45	As Flores do Mal (Teaser)	Julho	2013
46	Noite de Aniversário (Teaser)	Julho	2013
47	The Kiss (Trailer)	Julho	2013
48	Cartas De Uma Escrita Comum (Trailer)	Julho	2013
49	Depois dos Nossos Ídolos (Clip)	Julho	2013
50	Queer Lisboa 17 Preview Press Conference	Julho	2013
51	What Now? Remind Me (Trailer)	Julho	2013

52	Free Fall (Trailer)	Setembro	2013
53	Noches de Espera (Trailer)	Setembro	2013
54	Joven y Alocada (Trailer)	Setembro	2013
55	Born Naked (Trailer)	Setembro	2013
56	O Carnaval é um Palco, a Ilha uma Festa (Trailer)	Setembro	2013
57	I Am Divine (Teaser)	Setembro	2013
58	Interior. Leather Bar. (Trailer)	Setembro	2013
59	Me @ the Zoo (Trailer)	Setembro	2013
60	She Male Snails (Trailer)	Setembro	2013
61	Quebranto (Trailer)	Setembro	2013
62	F-3deu (Trailer)	Setembro	2013
63	Figs (Trailer)	Setembro	2013
64	Frisk (Teaser)	Setembro	2013
65	From Now On (Trailer)	Setembro	2013
66	Gasp (Trailer)	Setembro	2013
67	Gone With the Smoke (Trailer)	Setembro	2013
68	Hatch (Trailer)	Setembro	2013
69	Partir (Trailer)	Setembro	2013
70	Pedro (Trailer)	Setembro	2013
71	Undress Me (Trailer)	Setembro	2013
72	Vestido de Laerte (Trailer)	Setembro	2013
73	O Corpo de Afonso (Trailer)	Setembro	2013
74	Joan Rivers: A Piece of Work (Trailer)	Setembro	2013
75	A Volta da Pauliceia Desvairada (Trailer)	Setembro	2013
76	Birth 3 Trailer	Setembro	2013
77	Little Gay Boy – a Triptych (Trailer)	Setembro	2013
78	Queer Lisboa 17 Trailer	Setembro	2013
79	Queer Lisboa 17 – Pride Heart (spot)	Setembro	2013
80	She Said Boom: The Story of Fifth Column (Trailer)	Setembro	2013
81	The Way He Looks / Hoje Eu Quero Voltar Sozinho (Trailer)	Setembro	2014
82	Tall as the Baobab Tree (Trailer)	Agosto	2014
83	Flores Raras / Reaching For The Moon (Trailer)	Setembro	2014
84	Appropriate Behavior (Trailer)	Setembro	2014
85	Atlántida (Trailer)	Setembro	2014
86	Last Summer (Trailer)	Setembro	2014
87	The Rugby Player (Trailer)	Agosto	2014
88	Party Girl (Trailer)	Setembro	2014
89	Rosie (Trailer)	Setembro	2014
90	Nänting Måste Gå Sönder / Something Must Break (Trailer)	Setembro	2014
91	Los Tontos y los Estúpidos / The Silly Ones and the Stupid Ones (Trailer)	Setembro	2014
92	Xenia (Trailer)	Setembro	2014
93	Yo Soy la Felicidad de este Mundo / I Am Happiness on Earth (Trailer)	Setembro	2014
94	American Vagabond (Trailer)	Setembro	2014
95	Castanha (Trailer)	Setembro	2014
96	Fuoristrada / Off Road (Trailer)	Setembro	2014
97	I Fantasmi di San Berillo / The Ghosts of San Berillo (Trailer)	Setembro	2014
98	Hello Stranger (Trailer)	Setembro	2014
99	Julia (Trailer)	Setembro	2014
100	São Paulo em Hi Fi (Trailer)	Setembro	2014
101	Acrobat (Trailer)	Setembro	2014
102	Boa Noite Cinderela / Goodnight Cinderella (Trailer)	Setembro	2014
103	But You Are a Dog (Trailer)	Setembro	2014
104	Neo Joe Pop (Trailer)	Setembro	2014
105	King Kong (Trailer)	Setembro	2014
106	Everything but Oom Pa (Trailer)	Setembro	2014
107	Fucking Tøs / Damn Girl (Trailer)	Setembro	2014

108	Mondial 2010 (Trailer)	Setembro	2014
109	Cigano / Gipsy (Trailer)	Setembro	2014
110	Garotas da Moda / Fashion Girls (Trailer)	Setembro	2014
111	Heile Gänsje (Trailer)	Setembro	2014
112	I Love Hooligans (Trailer)	Setembro	2014
113	Nunes Flotantes / Wandering Clouds (Trailer)	Setembro	2014
114	Pride (Trailer)	Setembro	2014
115	Einfach / Simple (Trailer)	Setembro	2014
116	This is the Way (excerpt)	Setembro	2014
117	17 Anii (excerpt)	Setembro	2014
118	Extrasytote (excerpt)	Setembro	2014
119	Rough Trade (Trailer)	Setembro	2014
120	Steen / Brick (Trailer)	Setembro	2014
121	Rebel Menopause (Trailer)	Setembro	2014
122	Y Outro Año, Perdices / Once Again, Partridges (Trailer)	Setembro	2014
123	To Love Somebody (Excerpt)	Setembro	2014
124	Imóvel (Trailer)	Setembro	2014
125	Ode (Trailer)	Setembro	2014
126	AB (Trailer)	Setembro	2014
127	Jongens / Boys (Trailer)	Setembro	2014
128	Honeymoon (Trailer)	Setembro	2014
129	Eastern Boys (Trailer)	Setembro	2014
130	La Partida / The Last Match (Trailer)	Setembro	2014
131	Vasilissa Antigoni: Tris Praksis / Queen Antigone: Three Acts (Trailer)	Setembro	2014
132	Touki Bouki / Journey of the Hyena (Trailer)	Setembro	2014
133	Aya de Youpougon (Trailer)	Setembro	2014
134	Call Me Kuchu (Trailer)	Setembro	2014
135	Kuhani (Trailer)	Setembro	2014
136	The Man Who Drove with Mandela (Trailer)	Setembro	2014
137	Rih Essed / Man of Ashes (Trailer)	Setembro	2014
138	Betoniyö / Concrete Night (Trailer)	Setembro	2014
139	Bevor der letzte Vorhang fällt / Before the Last Curtain Falls (Trailer)	Setembro	2014
140	Nan Goldin – I Remember Your Face (Trailer)	Setembro	2014
141	Pierrot Lunaire (Trailer)	Setembro	2014
142	Stella Cadente / Falling Star (Trailer)	Setembro	2014
143	Supernatural (Trailer)	Setembro	2014
144	Cross-Channel (Trailer)	Setembro	2014
145	Cariocas (Non-explicit Trailer)	Setembro	2014
146	Dancers (Non-explicit Trailer)	Setembro	2014
147	Empire State (Trailer)	Setembro	2014
148	Strip Jack Naked (Trailer)	Setembro	2014
149	Fighters (Trailer)	Setembro	2014
150	PIX (Non-explicit Trailer)	Setembro	2014
151	Real Money (Excerpt)	Setembro	2014
152	Lion Series (Trailer)	Setembro	2014
153	Fucking Different XXY (Trailer)	Setembro	2014
154	Age of Consent (Trailer)	Setembro	2014
155	Mignon (Trailer)	Setembro	2014
156	Mondo Homo: A Study of French Gay Porn in the '70s (Trailer)	Setembro	2014
157	Desperate Living (Trailer)	Setembro	2014
158	Female Trouble (Trailer)	Setembro	2014
159	Hairspray (Trailer)	Setembro	2014
160	Pink Flamingos (Trailer)	Setembro	2014
161	Polyester (Trailer)	Setembro	2014
162	Blood Rice and Tears (Trailer)	Setembro	2014
163	Peter de Rome: Grandfather of Gay Porn (Trailer)	Setembro	2014

164	Nighthawks (Extract)	Setembro	2014
165	Los Tontos y los Estúpidos / The Silly Ones and the Stupid Ones (Trailer)	Setembro	2014
166	One Deep Breath (Trailer)	Setembro	2014
167	L'Aemée du Salut / Salvation Army (Trailer)	Setembro	2014
168	Dakan /Destiny (Excerpt)	Setembro	2014
169	La Dune / The Dune (Trailer)	Setembro	2014
170	Von Mädchen und Pferden / Of Girls and Horses (Trailer)	Setembro	2014
171	Frei Luís de Sousa (Trailer)	Setembro	2014
172	Boys (Trailer)	Setembro	2014
173	Queer Lisboa 18 Programme Trailer	Setembro	2014
174	Queer Lisboa 18 – Coming Out (spot)	Setembro	2014
175	Queer Lisboa 18 – Feature Film Competition	Setembro	2014
176	Pd (Trailer)	Setembro	2014
177	Vitor (Trailer)	Setembro	2014
178	gODDESSES (we believe we were born perfect) (Trailer)	Setembro	2014
179	Queer Lisboa 18 – Best Short Film Competition	Setembro	2014
180	Verona (Trailer)	Setembro	2014
181	Queer Lisboa 18 – Best Documentary Competition	Setembro	2014
182	Cariocas	Setembro	2014
183	Queer Lisboa 18 – Trailer of In My Shorts	Setembro	2014
184	Queen Antigone: Three Acts (Trailer)	Setembro	2014
185	Queer Lisboa 18 – Day 2 to 5	Setembro	2014
186	Cleopatra Jones Trailer	Junho	2015
187	Coffy (Trailer)	Junho	2015
188	Young Soul Rebels (Trailer)	Junho	2015
189	Tongues Untied (Trailer)	Junho	2015
190	Sweet Sweetback's Baadasssss Song (Trailer)	Junho	2015
191	Cancelled Faces (Trailer)	Julho	2015
192	De L'ombre Il y a (Excerpt)	Julho	2015
193	Eisenstein in Guanajuato (Trailer)	Julho	2015
194	Me Quedo Contigo (Trailer)	Julho	2015
195	Nova Dubai (Trailer)	Julho	2015
196	Sangue Azul (Trailer)	Julho	2015
197	Sueñan Los Androides (Trailer)	Julho	2015
198	Regarding Susan Sontag (Trailer)	Julho	2015
199	Tots els Camins de Déu (Trailer)	Julho	2015
200	Videofilia (Y Otros Síndromes Virales) (Trailer)	Julho	2015
201	A Escondidas (trailer)	Setembro	2015
202	Black Stone (Trailer)	Setembro	2015
203	The Battle of the Sexes	Setembro	2015
204	Das Zimmermadchen Lynn (Trailer)	Setembro	2015
205	Die Menschenliebe (Trailer)	Setembro	2015
206	Kopfkino (Trailer)	Setembro	2015
207	La Vista (Trailer)	Setembro	2015
208	Lilting (Trailer)	Setembro	2015
209	Limbo (Trailer)	Setembro	2015
210	Love Hotel (Trailer)	Setembro	2015
211	Misfits (Trailer)	Setembro	2015
212	No Place for Fools (Trailer)	Setembro	2015
213	Oriented (Trailer)	Setembro	2015
214	Praia do Futuro (Trailer)	Setembro	2015
215	Beira-Mar (Trailer)	Setembro	2015
216	Sexy Money (Trailer)	Setembro	2015
217	Dólares de Arena (Trailer)	Setembro	2015
218	Epilogue (Trailer)	Setembro	2015
219	Gospel of Anasyrma (Trailer)	Setembro	2015

220	Irene (Trailer)	Setembro	2015
221	L'Amour au Temps de la Guerre Civile (Trailer)	Setembro	2015
222	Mariposa (Trailer)	Setembro	2015
223	One Year Lease (Trailer)	Setembro	2015
224	Requiem Pour Mon Père (Trailer)	Setembro	2015
225	The Amina Profile (Trailer)	Setembro	2015
226	The Royal Road (Trailer)	Setembro	2015
227	Fullboy (Trailer)	Setembro	2015
228	Se O Mundo Acabar, Me Dê Um Toque (Trailer)	Setembro	2015
229	Edifício Tatuapé Mahal (Trailer)	Setembro	2015
230	The Fox Exploits The Tiger's Might (Trailer)	Setembro	2015
231	O Bloqueio (Trailer)	Setembro	2015
232	La Grande Safae (Trailer)	Setembro	2015
233	Trémulo (Trailer)	Setembro	2015
234	Chá da Meia-Noite (Trailer)	Setembro	2015
235	Rabo de Peixe (Trailer)	Setembro	2015
236	Queer Lisboa 19 – Obscene (spot)	Setembro	2015
237	Queer Lisboa 19 Programme Trailer	Setembro	2015
238	Queer Lisboa 19 - Opening Night	Setembro	2015
239	Queer Lisboa 19 – Day 3	Setembro	2015
240	Queer Lisboa 19 – Closing Night	Setembro	2015
241	Poison (Trailer)	Julho	2016
242	Absolutely Fabulous: The Movie (Trailer)	Julho	2016
243	Edward II (Trailer)	Julho	2016
244	Jubilee (Trailer)	Julho	2016
245	Looking: The Movie (Trailer)	Julho	2016
246	Barash (Trailer)	Setembro	2016
247	Théo et Hugo dans le même bateau (Trailer)	Setembro	2016
248	Antes o Tempo Não Acabava (Trailer)	Setembro	2016
249	Kater / Tomcat (Trailer)	Setembro	2016
250	Spa Night (Trailer)	Setembro	2016
251	Taekwondo (Trailer)	Setembro	2016
252	Rara (Trailer)	Setembro	2016
253	Bolesno / Sick (Trailer)	Setembro	2016
254	Coming Out (Trailer)	Setembro	2016
255	Det Han Gjorde / What He Did (Trailer)	Setembro	2016
256	Irrawaddy Mon Amour (Trailer)	Setembro	2016
257	Real Boy (Trailer)	Setembro	2016
258	The Sandwich Nazi	Setembro	2016
259	Tchindas (Trailer)	Setembro	2016
260	Goat (Trailer)	Setembro	2016
261	La Belle Saison /Summertime (Trailer)	Setembro	2016
262	Grandma (Trailer)	Setembro	2016
263	Jason and Shirley (Trailer)	Setembro	2016
264	Las Lindas / The Pretty Ones (Trailer)	Setembro	2016
265	Ma (Trailer)	Setembro	2016
266	A Seita / The Cult (Trailer)	Setembro	2016
267	Trilogie de nos vies défaites / Trilogy of our Lives Undone (Trailer)	Setembro	2016
268	Where Horses Go To Die (Trailer)	Setembro	2016
269	Yes, We Fuck! (Trailer)	Setembro	2016
270	Salomé (Trailer)	Setembro	2016
271	Madre / Mother (Trailer)	Setembro	2016
272	Mamma Vet Bäst / Mother Knows Best (Trailer)	Setembro	2016
273	Partners (Trailer)	Setembro	2016
274	Pink Boy (Trailer)	Setembro	2016
275	Alfa (Trailer)	Setembro	2016

276	Club Amazonas (Trailer)	Setembro	2016
277	Como En Arcadia (Trailer)	Setembro	2016
278	Crazy House (Trailer)	Setembro	2016
279	Famous Diamonds (Trailer)	Setembro	2016
280	If I Met a Magician / Im Efgosh Kosem (Trailer)	Setembro	2016
281	Le Gars d'la Shop (Trailer)	Setembro	2016
282	Leg, Arm, Head (Trailer)	Setembro	2016
283	MAN (Trailer)	Setembro	2016
284	Virgindade (Trailer)	Setembro	2016
285	Children, Madonna and Child, Death and Transfiguration (Trailer)	Setembro	2016
286	En la azotea / On the Roof (Trailer)	Setembro	2016
287	Gabber Lover (Trailer)	Setembro	2016
288	Climax (Trailer)	Setembro	2016
289	Meia luz / Half Light (Trailer)	Setembro	2016
290	Morrer no Mar / Dying on the Sea (Trailer)	Setembro	2016
291	La Tana / The Den (Trailer)	Setembro	2016
292	Strip (Trailer)	Setembro	2016
293	La Vanité / Vanity (Trailer)	Setembro	2016
294	Los Héroes del Mal / . Heroes of Evil (Trailer)	Setembro	2016
295	Te Prometo Anarquía / I Promise You Anarchy (Trailer)	Setembro	2016
296	Take Me To The River (Trailer)	Setembro	2016
297	Antonia (Trailer)	Setembro	2016
298	Nunca Vas A Estar Solo / You'll Never Be Alone (Trailer)	Setembro	2016
299	Kiki (Interview)	Setembro	2016
300	Tickled (Trailer)	Setembro	2016
301	A Crackup at the Race Riots (Trailer)	Setembro	2016
302	A Meio / Between (Trailer)	Setembro	2016
303	O Pecado de Quem nos Ama / The Sin of Those who Love Us (Trailer)	Setembro	2016
304	O Conto d'Alex / Alex's Tale (Trailer)	Setembro	2016
305	Waiting for B. (Trailer)	Setembro	2016
306	Queer Lisboa 20 – Welcome (spot)	Setembro	2016
307	Queer Lisboa 20 Programme Trailer	Setembro	2016
308	QUEER LISBOA 20 Debate "Jarman and the Last of England" - Cinemateca Portuguesa	Outubro	2016
309	Inside the Mind of Favela Funk (Trailer)	Novembro	2016
310	Casa Forte (Trailer)	Novembro	2016
311	Queer Porto 2 Programme Trailer	Janeiro	2017
312	Fresh Kill (Trailer)	Julho	2017
313	Fluidø (Trailer)	Julho	2017
314	God's Own Country (Trailer)	Julho	2017
315	Donna Haraway: Story Telling for Earthly Survival (Trailer)	Julho	2017
316	Craigslist Allstars (Trailer)	Julho	2017
317	Mapplethorpe: Look at the Pictures (Trailer)	Julho	2017
318	Dyketactics (Trailer)	Julho	2017
319	Tender Fictions (Trailer)	Julho	2017
320	Silverlake Life: The View from Here (Trailer)	Julho	2017
321	Tarnation (Trailer)	Julho	2017
322	1:54 (Trailer)	Julho	2017
323	Mãe Só Há Uma (Trailer)	Setembro	2017
324	As You Are (Trailer)	Setembro	2017
325	The Beach House (Trailer)	Setembro	2017
326	Beach Rats (Trailer)	Setembro	2017
327	Close-Knit (Trailer)	Setembro	2017
328	Corpo Elétrico (Trailer)	Setembro	2017
329	Los Objetos Amorosos (Trailer)	Setembro	2017
330	Pieles (Trailer)	Setembro	2017

331	Looping (German Trailer)	Setembro	2017
332	Entre os Homens de Bem (Trailer)	Setembro	2017
333	Homogeneous, Empty Time (Trailer)	Setembro	2017
334	My Mother Is Pink (Trailer)	Setembro	2017
335	Small Talk (Trailer)	Setembro	2017
336	Upon The Shadow (Trailer)	Setembro	2017
337	Vivir y Otras Ficciones (Trailer)	Setembro	2017
338	Coelho Mau (Trailer)	Setembro	2017
339	Harding & His Camera (Trailer)	Setembro	2017
340	Heritage (Trailer)	Setembro	2017
341	Os Humores Artificiais (Trailer)	Setembro	2017
342	Min Homosyster (Trailer)	Setembro	2017
343	Möbius (Trailer)	Setembro	2017
344	Phantom (Trailer)	Setembro	2017
345	La Prima Sueca (Trailer)	Setembro	2017
346	Reluctantly Queer (Trailer)	Setembro	2017
347	Silêncios (Trailer)	Setembro	2017
348	Superbia (Trailer)	Setembro	2017
349	Tailor (Trailer)	Setembro	2017
350	Vênus – Filó a Fadinha Lésbica (Trailer)	Setembro	2017
351	A Vez de Matar, A Vez e Morrer (Trailer)	Setembro	2017
352	Apollon (Trailer)	Setembro	2017
353	Final Stage (Trailer)	Setembro	2017
354	It's (Not) Just Another Party (Trailer)	Setembro	2017
355	Loris Sta Bene (Trailer)	Setembro	2017
356	Rute (Trailer)	Setembro	2017
357	La Tapette (Trailer)	Setembro	2017
358	Volcano Island (Trailer)	Setembro	2017
359	Casa Roshell (Trailer)	Setembro	2017
360	Cuentos de Chacales (Trailer)	Setembro	2017
361	A Destruição De Bernardet (Trailer)	Setembro	2017
362	Introducing the Star: the Choir Girls Diaries (Trailer)	Setembro	2017
363	Occidental (Trailer)	Setembro	2017
364	Ulrike's Brain (Trailer)	Setembro	2017
365	Don't Look At Me That Way (Trailer)	Setembro	2017
366	Foreign Body (Trailer)	Setembro	2017
367	Being 17 (Trailer)	Setembro	2017
368	100 Men (Trailer)	Setembro	2017
369	Être Cheval (Trailer)	Setembro	2017
370	Jewel's Catch One (Trailer)	Setembro	2017
371	Transit Havana (Trailer)	Setembro	2017
372	Berlin Drifters (Trailer)	Setembro	2017
373	Enactone (Trailer)	Setembro	2017
374	When We Are Together We Can Be Everywhere (Trailer)	Setembro	2017
375	The Wound (Trailer)	Setembro	2017
376	I Am Truly a Drop of Sun on Earth (Trailer)	Setembro	2017
377	Jesús (Trailer)	Setembro	2017
378	Jours de France (Trailer)	Setembro	2017
379	Juntas (Trailer)	Setembro	2017
380	The Misandrists (Trailer)	Setembro	2017
381	Miss Rosewood (Trailer)	Setembro	2017
382	La Noche (Trailer)	Setembro	2017
383	Baunilha (Trailer)	Setembro	2017
384	Our Skin (Trailer)	Setembro	2017
385	What Happened to Her (Trailer)	Setembro	2017
386	A Gis (Trailer)	Setembro	2017

387	Vitium (Trailer)	Setembro	2017
388	Wonders Wander (Trailer)	Agosto	2017
389	Trailer Queer Lisboa 21	Setembro	2017
390	Queer Lisboa 21 – “Surprise, Surprise” (Official Spot)	Setembro	2017
391	Queer Lisboa 21 Days 1 & 2	Setembro	2017
392	Queer Lisboa 21 Days 3 & 6	Setembro	2017
393	Queer Porto – “Surprise, Surprise” (Official Spot)	Setembro	2017
394	Queer Lisboa 21 Days 7, 8 & 9	Setembro	2017
395	A Moça do Calendário (Trailer)	Setembro	2018
396	Azougue Nazaré (Trailer)	Setembro	2018
397	Bixa Travesty (Trailer)	Junho	2018
398	Blue my Mind (Trailer)	Setembro	2018
399	Disobedience (Trailer)	Junho	2018
400	E Agora? Lembra-me (Trailer)	Junho	2018
401	Inconfissões (Trailer)	Setembro	2018
402	Inferinho (Trailer)	Setembro	2018
403	Kevyn Aucoin: Beauty & the Beast in Me (Trailer)	Junho	2018
404	Letters from Childhood (Trailer)	Setembro	2018
405	Marilyn (Trailer)	Setembro	2018
406	Mujer Nómade (Trailer)	Setembro	2018
407	Room for a Man (Trailer)	Setembro	2018
408	Diamantino (Trailer)	Junho	2018
409	Rouge Amoureuse (Trailer)	Setembro	2018
410	Shadow Animals (Trailer)	Setembro	2018
411	The Silk and the Flame (Trailer)	Setembro	2018
412	Ultra Pulpe (Trailer)	Setembro	2018
413	We Margiela (Trailer)	Junho	2018
414	Martyr (Trailer)	Setembro	2018
415	Les Garçons Sauvages (Trailer)	Setembro	2018
416	Soldiers. Story from Ferentari (Trailer)	Setembro	2018
417	Permanent Green Light (Trailer)	Setembro	2018
418	L’Amour Debout (Trailer)	Junho	2018
419	George Michael: Freedom – Director’s Cut (Trailer)	Junho	2018
420	Kids (Trailer)	Junho	2018
421	Les Nuits Fauves (Trailer)	Junho	2018
422	La Pudeur ou l’impudeur (Trailer)	Junho	2018
423	Terror Nullius (Trailer)	Setembro	2018
424	Los Leones (Trailer)	Setembro	2018
425	Luk’Luk’l (Trailer)	Setembro	2018
426	Mahogany Too (Trailer)	Setembro	2018
427	Reality Fragment (Trailer)	Setembro	2018
428	Je Fais Où Tu Me Dis (Trailer)	Setembro	2018
429	Three Centimetres (Trailer)	Setembro	2018
430	Hello Cinta Pertamaku, Câmbio e Desligo (Trailer)	Setembro	2018
431	Camel Toe (Trailer)	Setembro	2018
432	La Flaca (Trailer)	Setembro	2018
433	Onde o Verão Vai (Episódios da Juventude) (Trailer)	Setembro	2018
434	Entre Deux Sexes (Trailer)	Setembro	2018
435	The Transfiguration (Trailer)	Setembro	2018
436	Ballroom Boys (Trailer)	Setembro	2018
437	Dykes, Camera, Action! (Trailer)	Setembro	2018
438	O Orfão (Trailer)	Setembro	2018
439	Days Off (Trailer)	Setembro	2018
440	Galatée à l’infini (Trailer)	Setembro	2018
441	Call Her Ganda (Clip)	Setembro	2018
442	The Rest I Make Up (Trailer)	Setembro	2018

443	Buddies (Trailer)	Julho	2018
444	Sauvage (Trailer)	Setembro	2018
445	Cartas para um Ladrão de Livros (Trailer)	Setembro	2018
446	Os Motivos de Reinaldo (Trailer)	Setembro	2018
447	Mathias (Trailer)	Setembro	2018
448	A Drowning Man (Trailer)	Setembro	2018
449	L'Animale (Trailer)	Setembro	2018
450	Tinta Bruta (Trailer)	Setembro	2018
451	Zero Patience (Trailer)	Julho	2018
452	It (Teaser)	Setembro	2018
453	Self Destructive Boys (Teaser)	Setembro	2018
454	Burka Songs 2.0 (Teaser)	Setembro	2018
455	Superpina (Trailer)	Setembro	2018
456	Girl (Trailer)	Setembro	2018
457	Breaking the Fame (Trailer)	Setembro	2018
458	Lunàdigas – Ovvero delle donne senza figli (Trailer)	Setembro	2018
459	Punk Voyage (Trailer)	Setembro	2018
460	Trailer Queer Lisboa 22	Setembro	2018
461	Trailer Queer Porto 4	Setembro	2018
462	Queer Lisboa 22 – “Pride Moms” (Official Spot)	Setembro	2018
463	Cerveja Oficial Queer Lisboa 22: MUSA – No Labels	Setembro	2018
464	Queer Porto 4 – “Pride Moms” (Official Spot)	Setembro	2018
465	Queer Porto 4 – Video Reportage	Outubro	2018
466	Mapplethorpe (Teaser)	Outubro	2018
467	Indianara (Trailer)	Julho	2019
468	Water Makes Us Wet: an Ecosexual Adventure (Trailer)	Junho	2019
469	Ecosex, a User’s Manual (Trailer)	Julho	2019
470	Self-Portrait in 23 Rounds: a Chapter in David Wojnarowicz’s Life, 1989-1991 (Teaser)	Julho	2019
471	Trailer Queer Lisboa 23	Setembro	2019
472	Queer Lisboa 23 - “Aunties” (Official Spot)	Setembro	2019
473	Queer Lisboa 5 - “Aunties” (Official Spot)	Outubro	2019
474	Trailer Queer Porto 5	Outubro	2019
475	Trailer Queer Lisboa 24	Setembro	2020
476	Queer Lisboa 24 – “Cowboys” (Official Spot)	Setembro	2020
477	Trailer Queer Porto 6	Setembro	2020

Produção			
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional
1			x
2			x
3			x
4			x
5			x
6			x
7			x
8			x
9			x
10			x
11			x
12			x
13			x
14			x
15			x
16			x
17			x
18			x

19			X
20			X
21			X
22			X
23			X
24			X
25			X
26			X
27			X
28			X
29			X
30			X
31			X
32			X
33			X
34			X
35			X
36			X
37			X
38			X
39			X
40			X
41			X
42			X
43			X
44			X
45			X
46			X
47			X
48			X
49			X
50			X
51			X
52			X
53			X
54			X
55			X
56			X
57			X
58			X
59			X
60			X
61			X
62			X
63			X
64			X
65			X
66			X
67			X
68			X
69			X
70			X
71			X
72			X
73			X
74			X

75			X
76			X
77			X
78			X
79			X
80			X
81			X
82			X
83			X
84			X
85			X
86			X
87			X
88			X
89			X
90			X
91			X
92			X
93			X
94			X
95			X
96			X
97			X
98			X
99			X
100			X
101			X
102			X
103			X
104			X
105			X
106			X
107			X
108			X
109			X
110			X
111			X
112			X
113			X
114			X
115			X
116			X
117			X
118			X
119			X
120			X
121			X
122			X
123			X
124			X
125			X
126			X
127			X
128			X
129			X
130			X

131			X
132			X
133			X
134			X
135			X
136			X
137			X
138			X
139			X
140			X
141			X
142			X
143			X
144			X
145			X
146			X
147			X
148			X
149			X
150			X
151			X
152			X
153			X
154			X
155			X
156			X
157			X
158			X
159			X
160			X
161			X
162			X
163			X
164			X
165			X
166			X
167			X
168			X
169			X
170			X
171			X
172			X
173			X
174			X
175			X
176			X
177			X
178			X
179			X
180			X
181			X
182			X
183			X
184			X
185			X
186			X

187			X
188			X
189			X
190			X
191			X
192			X
193			X
194			X
195			X
196			X
197			X
198			X
199			X
200			X
201			X
202			X
203			X
204			X
205			X
206			X
207			X
208			X
209			X
210			X
211			X
212			X
213			X
214			X
215			X
216			X
217			X
218			X
219			X
220			X
221			X
222			X
223			X
224			X
225			X
226			X
227			X
228			X
229			X
230			X
231			X
232			X
233			X
234			X
235			X
236			X
237			X
238			X
239			X
240			X
241			X
242			X

243			X
244			X
245			X
246			X
247			X
248			X
249			X
250			X
251			X
252			X
253			X
254			X
255			X
256			X
257			X
258			X
259			X
260			X
261			X
262			X
263			X
264			X
265			X
266			X
267			X
268			X
269			X
270			X
271			X
272			X
273			X
274			X
275			X
276			X
277			X
278			X
279			X
280			X
281			X
282			X
283			X
284			X
285			X
286			X
287			X
288			X
289			X
290			X
291			X
292			X
293			X
294			X
295			X
296			X
297			X
298			X

299			X
300			X
301			X
302			X
303			X
304			X
305			X
306			X
307			X
308			X
309			X
310			X
311			X
312			X
313			X
314			X
315			X
316			X
317			X
318			X
319			X
320			X
321			X
322			X
323			X
324			X
325			X
326			X
327			X
328			X
329			X
330			X
331			X
332			X
333			X
334			X
335			X
336			X
337			X
338			X
339			X
340			X
341			X
342			X
343			X
344			X
345			X
346			X
347			X
348			X
349			X
350			X
351			X
352			X
353			X
354			X

355			X
356			X
357			X
358			X
359			X
360			X
361			X
362			X
363			X
364			X
365			X
366			X
367			X
368			X
369			X
370			X
371			X
372			X
373			X
374			X
375			X
376			X
377			X
378			X
379			X
380			X
381			X
382			X
383			X
384			X
385			X
386			X
387			X
388			X
389			X
390			X
391			X
392			X
393			X
394			X
395			X
396			X
397			X
398			X
399			X
400			X
401			X
402			X
403			X
404			X
405			X
406			X
407			X
408			X
409			X
410			X

411			X
412			X
413			X
414			X
415			X
416			X
417			X
418			X
419			X
420			X
421			X
422			X
423			X
424			X
425			X
426			X
427			X
428			X
429			X
430			X
431			X
432			X
433			X
434			X
435			X
436			X
437			X
438			X
439			X
440			X
441			X
442			X
443			X
444			X
445			X
446			X
447			X
448			X
449			X
450			X
451			X
452			X
453			X
454			X
455			X
456			X
457			X
458			X
459			X
460			X
461			X
462			X
463			X
464			X
465			X
466			X

467						X
468						X
469						X
470						X
471						X
472						X
473						X
474						X
475						X
476						X
477						X

Duração						
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m
1	x					
2	x					
3	x					
4	x					
5	x					
6		x				
7		x				
8		x				
9		x				
10		x				
11	x					
12	x					
13	x					
14	x					
15		x				
16		x				
17		x				
18			x			
19	x					
20		x				
21		x				
22		x				
23	x					
24	x					
25	x					
26		x				
27		x				
28		x				
29		x				
30		x				
31		x				
32		x				
33	x					
34		x				
35		x				
36		x				
37		x				
38		x				
39		x				
40	x					
41	x					
42		x				
43	x					

44	x					
45	x					
46		x				
47	x					
48		x				
49		x				
50		x				
51		x				
52		x				
53		x				
54		x				
55		x				
56		x				
57		x				
58		x				
59		x				
60		x				
61		x				
62	x					
63	x					
64	x					
65		x				
66	x					
67	x					
68	x					
69	x					
70	x					
71	x					
72	x					
73		x				
74		x				
75		x				
76		x				
77		x				
78			x			
79		x				
80		x				
81		x				
82		x				
83		x				
84		x				
85		x				
86		x				
87		x				
88		x				
89		x				
90	x					
91		x				
92		x				
93		x				
94		x				
95		x				
96		x				
97		x				
98		x				
99		x				

100		x				
101	x					
102	x					
103	x					
104	x					
105	x					
106		x				
107	x					
108		x				
109	x					
110	x					
111		x				
112	x					
113		x				
114		x				
115	x					
116	x					
117		x				
118	x					
119	x					
120	x					
121		x				
122		x				
123	x					
124	x					
125	x					
126		x				
127		x				
128		x				
129		x				
130		x				
131		x				
132		x				
133		x				
134		x				
135		x				
136		x				
137		x				
138		x				
139		x				
140		x				
141		x				
142		x				
143		x				
144		x				
145		x				
146	x					
147		x				
148		x				
149		x				
150	x					
151		x				
152		x				
153		x				
154		x				
155		x				

156		x				
157		x				
158		x				
159		x				
160		x				
161		x				
162		x				
163		x				
164			x			
165		x				
166		x				
167		x				
168		x				
169		x				
170		x				
171		x				
172		x				
173			x			
174	x					
175		x				
176		x				
177	x					
178	x					
179		x				
180	x					
181		x				
182		x				
183	x					
184		x				
185		x				
186		x				
187		x				
188		x				
189		x				
190		x				
191		x				
192		x				
193		x				
194		x				
195		x				
196		x				
197		x				
198		x				
199		x				
200		x				
201		x				
202		x				
203		x				
204	x					
205	x					
206		x				
207		x				
208		x				
209		x				
210		x				
211		x				

212	x					
213		x				
214		x				
215		x				
216		x				
217		x				
218	x					
219	x					
220	x					
221		x				
222		x				
223	x					
224		x				
225		x				
226		x				
227		x				
228		x				
229	x					
230	x					
231	x					
232	x					
233		x				
234		x				
235		x				
236		x				
237			x			
238		x				
239		x				
240		x				
241		x				
242		x				
243		x				
244		x				
245		x				
246		x				
247		x				
248		x				
249		x				
250		x				
251		x				
252		x				
253			x			
254		x				
255		x				
256		x				
257		x				
258		x				
259		x				
260	x					
261		x				
262		x				
263		x				
264		x				
265		x				
266		x				
267		x				

268		x				
269		x				
270		x				
271		x				
272	x					
273	x					
274	x					
275		x				
276		x				
277		x				
278	x					
279	x					
280	x					
281	x					
282	x					
283	x					
284	x					
285	x					
286	x					
287	x					
288		x				
289	x					
290	x					
291	x					
292	x					
293		x				
294		x				
295		x				
296		x				
297		x				
298		x				
299				x		
300		x				
301		x				
302	x					
303		x				
304	x					
305		x				
306		x				
307			x			
308						x
309		x				
310		x				
311		x				
312	x					
313	x					
314		x				
315		x				
316	x					
317		x				
318	x					
319		x				
320		x				
321		x				
322		x				
323		x				

324		x				
325		x				
326		x				
327		x				
328		x				
329		x				
330		x				
331		x				
332		x				
333	x					
334		x				
335		x				
336		x				
337		x				
338		x				
339		x				
340		x				
341	x					
342	x					
343		x				
344	x					
345	x					
346		x				
347	x					
348	x					
349		x				
350	x					
351	x					
352	x					
353		x				
354	x					
355		x				
356	x					
357	x					
358	x					
359		x				
360		x				
361		x				
362		x				
363		x				
364		x				
365		x				
366	x					
367		x				
368		x				
369		x				
370		x				
371		x				
372		x				
373		x				
374		x				
375		x				
376		x				
377		x				
378		x				
379		x				

380		x				
381		x				
382		x				
383	x					
384	x					
385		x				
386		x				
387		x				
388		x				
389			x			
390		x				
391		x				
392		x				
393		x				
394		x				
395		x				
396		x				
397		x				
398		x				
399		x				
400		x				
401	x					
402		x				
403		x				
404	x					
405		x				
406		x				
407	x					
408		x				
409	x					
410		x				
411		x				
412		x				
413		x				
414		x				
415	x					
416		x				
417		x				
418		x				
419		x				
420		x				
421		x				
422		x				
423	x					
424		x				
425		x				
426	x					
427	x					
428	x					
429	x					
430		x				
431	x					
432		x				
433	x					
434		x				
435	x					

436		x				
437	x					
438	x					
439	x					
440		x				
441		x				
442		x				
443		x				
444		x				
445		x				
446	x					
447	x					
448	x					
449		x				
450		x				
451		x				
452	x					
453		x				
454	x					
455		x				
456		x				
457		x				
458		x				
459		x				
460			x			
461		x				
462		x				
463	x					
464		x				
465		x				
466		x				
467		x				
468		x				
469	x					
470		x				
471			x			
472	x					
473	x					
474		x				
475			x			
476		x				
477		x				

Publicidade		
Nº	Sim	Não
1		x
2		x
3		x
4		x
5		x
6		x
7		x
8		x
9		x
10		x
11		x
12		x

13		X
14		X
15		X
16		X
17		X
18		X
19		X
20		X
21		X
22		X
23		X
24		X
25		X
26		X
27		X
28		X
29		X
30		X
31		X
32		X
33		X
34		X
35		X
36		X
37		X
38		X
39		X
40		X
41		X
42		X
43		X
44		X
45		X
46		X
47		X
48		X
49		X
50		X
51		X
52		X
53		X
54		X
55		X
56		X
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		X
63		X
64		X
65		X
66		X
67		X
68		X

69		x
70		x
71		x
72		x
73		x
74		x
75		x
76		x
77		x
78		x
79		x
80		x
81		x
82		x
83		x
84		x
85		x
86		x
87		x
88		x
89		x
90		x
91		x
92		x
93		x
94		x
95		x
96		x
97		x
98		x
99		x
100		x
101		x
102		x
103		x
104		x
105		x
106		x
107		x
108		x
109		x
110		x
111		x
112		x
113		x
114		x
115		x
116		x
117		x
118		x
119		x
120		x
121		x
122		x
123		x
124		x

125		X
126		X
127		X
128		X
129		X
130		X
131		X
132		X
133		X
134		X
135		X
136		X
137		X
138		X
139		X
140		X
141		X
142		X
143		X
144		X
145		X
146		X
147		X
148		X
149		X
150		X
160		X
161		X
162		X
163		X
164		X
165		X
166		X
167		X
169		X
170		X
171		X
172		X
173		X
174		X
175		X
176		X
177		X
178		X
179		X
180		X
181		X
182		X
183		X
184		X
185		X
186		X
187		X
188		X
189		X
190		X

191		x
192		x
193		x
194		x
195		x
196		x
197		x
198		x
199		x
200		x
201		x
202		x
203		x
204		x
205		x
206		x
207		x
208		x
209		x
210		x
211		x
212		x
213		x
214		x
215		x
216		x
217		x
218		x
219		x
220		x
221		x
222		x
223		x
224		x
225		x
226		x
227		x
228		x
229		x
230		x
231		x
232		x
233		x
234		x
235		x
236		x
237		x
238		x
239		x
240		x
241		x
242		x
243		x
244		x
245		x
246		x

247		X
248		X
249		X
250		X
251		X
252		X
253		X
254		X
255		X
256		X
257		X
258		X
259		X
260		X
261		X
262		X
263		X
264		X
265		X
266		X
267		X
268		X
269		X
270		X
271		X
272		X
273		X
274		X
275		X
276		X
277		X
278		X
279		X
280		X
281		X
282		X
283		X
284		X
285		X
286		X
287		X
288		X
289		X
290		X
291		X
292		X
293		X
294		X
295		X
296		X
297		X
298		X
299		X
300		X
301		X
302		X

303		x
304		x
305		x
306		x
307		x
308		x
309		x
310		x
311		x
312		x
313		x
314		x
315		x
316		x
317		x
318		x
319		x
320		x
321		x
322		x
323		x
324		x
325		x
326		x
327		x
328		x
329		x
330		x
331		x
332		x
333		x
334		x
335		x
336		x
337		x
338		x
339		x
340		x
341		x
342		x
343		x
344		x
345		x
346		x
347		x
348		x
349		x
350		x
351		x
352		x
353		x
354		x
355		x
356		x
357		x
358		x

359		X
360		X
361		X
362		X
363		X
364		X
365		X
366		X
367		X
368		X
369		X
370		X
371		X
372		X
373		X
374		X
375		X
376		X
377		X
378		X
379		X
380		X
381		X
382		X
383		X
384		X
385		X
386		X
387		X
388		X
389		X
390		X
391		X
392		X
393		X
394		X
395		X
396		X
397		X
398		X
399		X
400		X
401		X
402		X
403		X
404		X
405		X
406		X
407		X
408		X
409		X
410		X
411		X
412		X
413		X
414		X

415		x
416		x
417		x
418		x
419		x
420		x
421		x
422		x
423		x
424		x
425		x
426		x
427		x
428		x
429		x
430		x
431		x
432		x
433		x
434		x
435		x
436		x
437		x
438		x
439		x
440		x
441		x
442		x
443		x
444		x
445		x
446		x
447		x
448		x
449		x
450		x
451		x
452		x
453		x
454		x
455		x
456		x
457		x
458		x
459		x
460		x
461		x
462		x
463	x	
464		x
465		x
466		x
467		x
468		x
469		x
470		x

471		x
472		x
473		x
474		x
475		x
476		x
477		x

Tipo de Vídeo										
Nº	Campanha	Reportagem	Entrevista	Repostagem	Testemunho	Direto	Série	Programa	Trailer/ Teaser	Outro
1	x									
2	x									
3	x									
4	x									
5									x	
6		x								
7									x	
8									x	
9									x	
10									x	
11									x	
12									x	
13									x	
14									x	
15									x	
16									x	
17	x									
18	x									
19									x	
20		x								
21									x	
22		x								
23									x	
24									x	
25									x	
26									x	
27									x	
28									x	
29									x	
30									x	
31									x	
32									x	
33									x	
34									x	
35									x	
36									x	
37									x	
38									x	
39									x	
40									x	
41									x	
42									x	

43										X	
44										X	
45										X	
46										X	
47										X	
48										X	
49										X	
50		X									
51										X	
52										X	
53										X	
54										X	
55										X	
56										X	
57										X	
58										X	
59										X	
60										X	
61										X	
62										X	
63										X	
64										X	
65										X	
66										X	
67										X	
68										X	
69										X	
70										X	
71										X	
72										X	
73										X	
74										X	
75										X	
76										X	
77										X	
78	X									X	
79	X										
80										X	
81										X	
82										X	
83										X	
84										X	
85										X	
86										X	
87										X	
88										X	
89										X	
90										X	
91										X	
92										X	
93										X	
94										X	
95										X	
96										X	
97										X	
98										X	

99									X	
100									X	
101									X	
102									X	
103									X	
104									X	
105									X	
106									X	
107									X	
108									X	
109									X	
110									X	
111									X	
112									X	
113									X	
114									X	
115									X	
116									X	
117									X	
118									X	
119									X	
120									X	
121									X	
122									X	
123									X	
124									X	
125									X	
126									X	
127									X	
128									X	
129									X	
130									X	
131									X	
132									X	
133									X	
134									X	
135									X	
136									X	
137									X	
138									X	
139									X	
140									X	
141									X	
142									X	
143									X	
144									X	
145									X	
146									X	
147									X	
148									X	
149									X	
150									X	
151									X	
152									X	
153									X	
154									X	

155										x	
156										x	
157										x	
158										x	
159										x	
160										x	
161										x	
162										x	
163										x	
164										x	
165										x	
166										x	
167										x	
168										x	
169										x	
170										x	
171										x	
172										x	
173	x									x	
174	x									x	
175										x	
176										x	
177										x	
178										x	
179	x									x	
180										x	
181										x	
182										x	
183	x									x	
184										x	
185	x									x	
186										x	
187										x	
188										x	
189										x	
190										x	
191										x	
192										x	
193										x	
194										x	
195										x	
196										x	
197										x	
198										x	
199										x	
200										x	
201										x	
202										x	
203										x	
204										x	
205										x	
206										x	
207										x	
208										x	
209										x	
210										x	

211									X	
212									X	
213									X	
214									X	
215									X	
216									X	
217									X	
218									X	
219									X	
220									X	
221									X	
222									X	
223									X	
224									X	
225									X	
226									X	
227									X	
228									X	
229									X	
230									X	
231									X	
232									X	
233									X	
234									X	
235									X	
236	x								X	
237	x								X	
238		x								
239		x								
240		x								
241									X	
242									X	
243									X	
244									X	
245									X	
246									X	
247									X	
248									X	
249									X	
250									X	
251									X	
252									X	
253									X	
254									X	
255									X	
256									X	
257									X	
258									X	
259									X	
260									X	
261									X	
262									X	
263									X	
264									X	
265									X	
266									X	

267										x	
268										x	
269										x	
270										x	
271										x	
272										x	
273										x	
274										x	
275										x	
276										x	
277										x	
278										x	
279										x	
280										x	
281										x	
282										x	
283										x	
284										x	
285										x	
286										x	
287										x	
288										x	
289										x	
290										x	
291										x	
292										x	
293										x	
294										x	
295										x	
296										x	
297										x	
298										x	
299						x					
300										x	
301										x	
302										x	
303										x	
304										x	
305										x	
306	x									x	
307										x	
308						x					
309										x	
310										x	
311	x									x	
312										x	
313										x	
314										x	
315										x	
316										x	
317										x	
318										x	
319										x	
320										x	
321										x	
322										x	

323									X	
324									X	
325									X	
326									X	
327									X	
328									X	
329									X	
330									X	
331									X	
332									X	
333									X	
334									X	
335									X	
336									X	
337									X	
338									X	
339									X	
340									X	
341									X	
342									X	
343									X	
344									X	
345									X	
346									X	
347									X	
348									X	
349									X	
350									X	
351									X	
352									X	
353									X	
354									X	
355									X	
356									X	
357									X	
358									X	
359									X	
360									X	
361									X	
362									X	
363									X	
364									X	
365									X	
366									X	
367									X	
368									X	
369									X	
370									X	
371									X	
372									X	
373									X	
374									X	
375									X	
376									X	
377									X	
378									X	

379										X	
380										X	
381										X	
382										X	
383										X	
384										X	
385										X	
386										X	
387										X	
388										X	
389	X									X	
390	X									X	
391		X									
392		X									
393										X	
394		X									
395										X	
396										X	
397										X	
398										X	
399										X	
400										X	
401										X	
402										X	
403										X	
404										X	
405										X	
406										X	
407										X	
408										X	
409										X	
410										X	
411										X	
412										X	
413										X	
414										X	
415										X	
416										X	
417										X	
418										X	
419										X	
420										X	
421										X	
422										X	
423										X	
424										X	
425										X	
426										X	
427										X	
428										X	
429										X	
430										X	
431										X	
432										X	
433										X	
434										X	

435													X	
436													X	
437													X	
438													X	
439													X	
440													X	
441													X	
442													X	
443													X	
444													X	
445													X	
446													X	
447													X	
448													X	
449													X	
450													X	
451													X	
452													X	
453													X	
454													X	
455													X	
456													X	
457													X	
458													X	
459													X	
460	x												X	
461	x												X	
462	x												X	
463	x													
464	x													
465			x											
466													X	
467													X	
468													X	
469													X	
470													X	
471	x												X	
472	x												X	
473	x												X	
474	x												X	
475	x												X	
476	x												X	
477	x												X	

Temáticas

Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia*	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1	x	x									x			
2	x	x									x			
3	x	x									x			
4	x	x									x			
5	x										x			
6	x	x									x			
7	x										x			
8	x										x			
9	x										x			

425	x										x			
426	x										x			
427	x										x			
428	x										x			
429	x										x			
430	x										x			
431	x										x			
432	x										x			
433	x										x			
434	x										x			
435	x										x			
436	x										x			
437	x										x			
438	x										x			
439	x										x			
440	x										x			
441	x										x			
442	x										x			
443	x										x			
444	x										x			
445	x										x			
446	x										x			
447	x										x			
448	x													
449	x										x			
450	x										x			
451	x										x			
452	x										x			
453	x										x			
454	x										x			
455	x										x			
456	x										x			
457	x										x			
458	x										x			
459	x										x			
460	x	x									x			
461	x	x									x			
462	x	x									x			
463	x										x			
464	x	x									x			
465	x	x									x			
466	x	x									x			
467	x										x			
468	x										x			
469	x										x			
470	x										x			
471	x	x									x			
472	x	x									x			
473	x	x									x			
474	x	x									x			
475	x										x			
476	x	x									x			
477	x										x			

Anexo 4 – Tabela de Taxonomia – Rede Ex Aequo

Informação geral			
Nº	Título	Mês	Ano
1	Como se escreve e pronuncia rede ex aequo?	Fevereiro	2011
2	Projecto Inclusão - Campanha de sensibilização contra o Bullying Homofóbico	Fevereiro	2011
3	FESTA DA PRIMAVERA - Rainy days are over - 26 Março de 2011 (cantar)	Maio	2011
4	FESTA DA PRIMAVERA - Rainy days are over - 26 Março de 2011 (cantar)	Maio	2011
5	Marcha do Orgulho LGBT Lisboa 2011	Junho	2011
6	AMPLOS QueridaJulia1	Julho	2011
7	AMPLOS QueridaJulia2	Julho	2011
8	Dia Internacional da Celebração da Bissexualidade	Setembro	2011
9	Rede ex aequo no Ciclo de Conversas "Sexo...e então?"	Outubro	2011
10	A AMPLOS no Ciclo de Conversas "Sexo...e então?"	Outubro	2011
11	Miguel Vale de Almeida no Ciclo de Conversas "Sexo...e então?"	Outubro	2011
12	Considerações finais - Ciclo de Conversas "Sexo...e então?"	Outubro	2011
13	Colóquio AR Emancipação Jovem	Novembro	2011
14	Audição Parlamentar sobre Políticas de Juventude	Novembro	2011
15	Alexandra Borges - Prémios Média 2011	Dezembro	2011
16	Clã - Prémios Média 2011	Dezembro	2011
17	Conceição Lino - Prémios Média 2011	Dezembro	2011
18	Diogo Infante - Prémios Média 2011	Dezembro	2011
19	Mafalda Gameiro - Prémios Média 2011	Dezembro	2011
20	10 anos de rede ex aequo	Abril	2013
21	Dia Internacional de Celebração da Bissexualidade	Setembro	2013
22	Apresentação dos resultados do Projeto Educação LGBT 2012/2013	Novembro	2013
23	Dia Internacional em Memória das Vítimas do Holocausto	Novembro	2013
24	International Holocaust Remembrance Day	Janeiro	2014
25	ex aequo sintra — grupo de jovens lgbt	Julho	2014
26	#QuebraOSilêncio — Denuncia o bullying homofóbico e transfóbico! (1)	Fevereiro	2015
27	#QuebraOSilêncio — Denuncia o bullying homofóbico e transfóbico! (3)	Fevereiro	2015
28	#QuebraOSilêncio — Denuncia o bullying homofóbico e transfóbico! (2)	Fevereiro	2015
29	A direção de 2017	Janeiro	2017
30	O Francisco lança-te o desafio!	Janeiro	2017
31	Dia Internacional da Mulher	Março	2017
32	IDAHOT - 17 de maio	Maio	2017
33	Não vejas o mundo a preto e branco	Junho	2017
34	Funchal Pride - Viver na Diversidade	Outubro	2017
35	Não Importa em que Equipa Jogas - Campanha de Desporto LGBTI	Novembro	2017
36	Pensar Positivo - Entrevista a Paolo Gorgoni	Dezembro	2017
37	Vamos falar de temas LGBT nas escolas portuguesas!	Janeiro	2018
38	Escolas inclusivas: Projeto educação LGBTI - Episódio 1 - Psicóloga Eduarda Ferreira	Março	2019
39	Escolas inclusivas: Projeto educação LGBTI - Episódio 2 - Marta Leal	Março	2019
40	Escolas inclusivas: Projeto educação LGBTI - Episódio 3 - Rui Sousa	Abril	2019
41	Escolas inclusivas: Projeto educação LGBTI - Episódio 4 - Patrícia Caixinha	Abril	2019
42	Escolas inclusivas: Projeto educação LGBTI - Episódio 5 - Hermínia Prata (AMPLOS)	Junho	2020
43	Escolas inclusivas: Projeto educação LGBTI - Episódio 6 - Susana Guerra (FPCCS)	Junho	2020
44	Abraços Contra a Discriminação - Dia Internacional Contra a Homo-Bi-Trans-Interfobia - parte 1	Junho	2020
45	Abraços Contra a Discriminação - Dia Internacional Contra a Homo-Bi-Trans-Interfobia - parte 2	Junho	2020
46	Abraços Contra a Discriminação - Dia Internacional Contra a Homo-Bi-Trans-Interfobia - parte 3	Junho	2020

47	A Minha Primeira Marcha			Julho	2020	
48	Por escolas mais inclusivas			Outubro	2020	
Produção						
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional			
1			x			
2		x				
3	x					
4	x					
5	x					
6		x				
7		x				
8		x				
9	x					
10	x					
11	x					
12	x					
13	x					
14	x					
15		x				
16			x			
17		x				
18		x				
19		x				
20		x				
21		x				
22	x					
23			x			
24			x			
25			x			
26			x			
27			x			
28			x			
29		x				
30			x			
31		x				
32		x				
33		x				
34		x				
35			x			
36			x			
37			x			
38			x			
39			x			
40			x			
41			x			
42			x			
43			x			
44		x				
45		x				
46		x				
47			x			
48			x			
Duração						
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m
1	x					
2			x			

3		x				
4		x				
5		x				
6				x		
7				x		
8		x				
9			x			
10				x		
11				x		
12					x	
13		x				
14		x				
15		x				
16		x				
17		x				
18		x				
19		x				
20				x		
21		x				
22				x		
23		x				
24		x				
25			x			
26	x					
27	x					
28	x					
29		x				
30		x				
31		x				
32			x			
33		x				
34		x				
35		x				
36			x			
37		x				
38	x					
39	x					
40	x					
41	x					
42	x					
43	x					
44	x					
45	x					
46	x					
47			x			
48		x				

Publicidade		
Nº	Sim	Não
1		x
2		x
3		x
4		x
5		x
6		x
7		x
8		x

10		x														
11		x														
12		x														
13		x														
14		x														
15		x														
16						x										
17						x										
18						x										
19						x										
20	x															
21	x															
22		x														
23	x															
24	x															
25	x															
26	x															
27	x															
28	x															
29																x
30	x															
31	x															
32	x															
33	x															
34		x														
35	x															
36						x										
37	x															
38	x															
39	x															
40	x															
41	x															
42	x															
43	x															
44	x															
45	x															
46	x															
47	x															x
48	x															

Temáticas														
Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia*	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1	x				x									
2	x		x		x	x								
3	x	x												
4	x	x												
5	x	x			x									
6	x		x		x									
7	x		x		x									
8	x				x									
9	x	x			x									
10	x	x			x									
11	x	x			x									
12	x	x			x									
13	x	x		x	x									
14	x			x	x									

15	x	x			x									
16	x	x			x									
17	x	x			x									
18	x	x			x									
19	x	x			x									
20	x				x									
21	x				x									
22	x				x							x		
23					x									
24					x									
25	x				x									
26	x		x		x	x								
27	x		x		x	x								
28	x		x		x	x								
29	x				x									
30	x				x							x		
31	x				x									
32	x		x		x									
33	x				x									
34	x	x			x									
35	x		x		x									
36	x				x	x								
37	x				x							x		
38	x				x							x		
39	x				x							x		
40	x				x							x		
41	x				x							x		
42	x				x							x		
43	x				x							x		
44	x		x		x									
45	x		x		x									
46	x		x		x									
47	x				x									
48	x				x							x		

Anexo 5 – Tabela de Taxonomia – Dezanove

Informação geral			
Nº	Título	Mês	Ano
1	Marcha Orgulho LGBT Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
2	Plastic Pony no Arraial Pride Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
3	Arraial Pride Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
4	Arraial Pride Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
5	Arraial Pride Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
6	Uma noiva do Arraial Pride 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
7	Arraial Pride Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
8	Arraial Pride Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Junho	2010
9	Arraial Pride 2010 - Paulo Côrte-Real (dezanove.pt)	Junho	2010
10	Arraial Lisboa 2010 (dezanove.pt)	Julho	2010
11	AMPLOS na 5ª MOP (dezanove.pt)	Julho	2010
12	Bastidores do Bar Pride - Porto (dezanove.pt)	Julho	2010
13	Bastidores do Bar Pride - Porto (dezanove.pt)	Julho	2010
14	Bastidores do Bar Pride - Porto (dezanove.pt)	Julho	2010
15	Marcha Orgulho LGBT Porto 2010 (dezanove.pt)	Julho	2010
16	Scissor Sisters em Lisboa (dezanove.pt)	Outubro	2010
17	ModaLisboa 2010 - Desfile Nuno Gama (dezanove.pt)	Outubro	2010
18	Lady Gaga em Lisboa (dezanove.pt)	Dezembro	2010
19	Nuno Gama na Moda Lisboa 2011 (dezanove.pt)	Março	2011
20	Geração à Rasca - 12 de Março - (dezanove.pt)	Março	2011
21	Geração à Rasca - 12 de Março - (dezanove.pt)	Março	2011
22	Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
23	Sexo seguro no Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
24	Dark Horses no Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
25	Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
26	Ruben Martins no Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
27	Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
28	Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
29	Arraial Pride 2011 (dezanove.pt)	Junho	2011
30	Marcha do Orgulho LGBT do Porto 2011 (dezanove.pt)	Julho	2011
31	Finalmente 2012 (dezanove.pt)	Março	2012
32	Finalmente 2012 (dezanove.pt)	Março	2012
33	Finalmente 2012 (dezanove.pt)	Março	2012
34	Marcha do Orgulho LGBT Lisboa 2012	Junho	2012
35	Marcha do Orgulho LGBT do Porto (dezanove.pt)	Julho	2012
36	CheckpointLX: campanha de angariação de fundos	Setembro	2012
37	Jean Louzac em Lisboa - Restaurante Comida de Santo	Maior	2013
38	Gay Pride Tel Aviv 2013	Junho	2013
39	Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2013	Junho	2013
40	Foster Riviera para os leitores www.dezanove.pt	Setembro	2013
41	Debate: Lisboa e as pessoas LGBT	Setembro	2013
42	O Lourenço é o melhor filho do mundo - Casa dos Segredos -	Outubro	2013
43	Emmy Curl nos Prémios Média da rede ex aequo "Maio maduro Maio"	Dezembro	2013
44	Teaser entrevista a Foster Riviera, o mais famoso actor português de pornografia gay	Dezembro	2013
45	Coro CoLeGaS "does your mother know" Prémios Arco-Íris	Janeiro	2014
46	Lourenço Ódin Cunha - Prémios Arco-Íris	Janeiro	2014
47	Lena d'Água à capela "Estou Além" de Variações	Janeiro	2014
48	Manuel Luís Goucha recebe Prémio Arco-Íris	Janeiro	2014
49	Deputados pelo Sim à Co-Adopção recebem Prémio Arco-Íris	Janeiro	2014
50	Casal homossexual co-adopta menina em Sol de Inverno SIC	Fevereiro	2014

51	Lourenço Ódin Cunha explica transexualidade na Casa dos Segredos	Fevereiro	2014
52	Gay Pride Tel Aviv 2014 - www.dezanove.pt	Junho	2014
53	Marcha Pelos Direitos LGBT - Braga 2014	Junho	2014
54	Dana International - Tel Aviv Gay Pride 2014	Junho	2014
55	Marcha do Orgulho LGBT Lisboa 2014	Junho	2014
56	15ª Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa - 2014	Junho	2014
57	AMPLOS na 15ª Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa	Junho	2014
58	Marcha do Orgulho LGBT do Porto 2014	Julho	2014
59	Arraial Pride Lisboa 2014 - organização ILGA PORTUGAL	Julho	2014
60	Alice Hoagland with Dark Horses Rugby - Bingham Cup Sidney 2014	Setembro	2014
61	Daniela Mercury no Só Visto da RTP	Outubro	2014
62	Novela O Beijo do Escorpião nos Prémios Média da rede ex aequo	Dezembro	2014
63	Pedro Carvalho Beijo do Escorpião nos Prémios Média	Dezembro	2014
64	Duarte Gomes O Beijo do Escorpião nos Prémios Média	Dezembro	2014
65	Ze Manel Darko nos Prémios Média da rede ex aequo Olhos no Chão Teatro São Luiz Lisboa	Dezembro	2014
66	Prémios Arco Íris 2014 Rita Ribeiro Gisberta	Janeiro	2015
67	David Fonseca interpreta Rocket Man de Elton John	Janeiro	2015
68	Beijo gay na novela Jikulumessu (dezanove.pt)	Janeiro	2015
69	Arisa Party - Gay Tel Aviv Israel	Março	2015
70	O quarto escuro de José Castelo Branco em Secret Story TVI Luta Pelo Poder	Março	2015
71	As bichas más e ressabiadas são piores do que as cobras diz José Castelo Branco	Março	2015
72	Gay Pride Bus London 2015	Abril	2015
73	Idan Matalon da Moovz manda mensagem para fãs do Brasil e Portugal	Abril	2015
74	Conchita meets her Eurovision fan Terry Vision	Maior	2015
75	Eurovisão 2015 - Países Bálticos	Maior	2015
76	Eurovisão entra no Livro do Guinness	Maior	2015
77	Best of Eurovision 2015 by dezanove.pt	Maior	2015
78	Tel Aviv Pride 2015 rainbow flag	Junho	2015
79	MUCH underwear - sexy Portugal gay teaser Arraial Pride 2015	Junho	2015
80	MUCH no Arraial Pride 2015 - sexy Portuguese underwear	Junho	2015
81	London Pride 2015	Julho	2015
82	Lorenzo e Pedro agradecem ao dezanove no Curto Circuito All Stars SIC Radical	Julho	2015
83	Conchita Wurst em Lisboa - Gossip Club	Agosto	2015
84	Rise Like a Phoenix - final - Conchita Wurst em Lisboa	Agosto	2015
85	Conchita Wurst em Lisboa - Rise like a Phoenix	Agosto	2015
86	Conchita Wurst em Lisboa	Agosto	2015
87	Entrevista a Conchita Wurst em Portugal	Agosto	2015
88	Amir France Eurovision 2016	Junho	2016
89	Hovi Star Israel Eurovision 2016	Junho	2016
90	Zöe Austria Eurovision 2016	Abril	2016
91	Sergey Lazarev Rússia Eurovision 2016	Abril	2016
92	Freddie Hungary Eurovision 2016	Abril	2016
93	Israel Calling Tel Aviv song	Abril	2016
94	Svika Pick (פיק צביקה) sings Diva during Eurovision Party Israel Calling	Abril	2016
95	Entrevista de Harry Louis ao dezanove.pt	Abril	2016
96	O The Bear-Naked Chef e o dezanove almoçaram em Lisboa	Abril	2016
97	Lorenzo e Pedro #1Voice trailer	Maior	2016
98	Bernardo Amaral - um testemunho contra o bullying homofóbico	Maior	2016
99	Sergey Lazarev fala sobre gays e a homossexualidade na Rússia	Maior	2016
100	Suzy "Quero Ser Tua" Euroclub Estocolmo 2016 - Eurovisão	Maior	2016
101	Suzy leva o Euroclub ao rubro com "Quero Ser Tua" EUROVISÃO 2016	Maior	2016
102	Conquistador by Suzy no Euroclub - Eurovisão 2016	Maior	2016
103	Suzy interpreta "Hero" de Charlotte Perelli	Maior	2016

104	Ensaio de Hovi Star - Israel - 2ª semi-final da Eurovisão 2016	Maio	2016
105	Ensaio Bulgária "If Love Was a Crime" Eurovisão 2016	Maio	2016
106	Dois anos depois o efeito Suzy continua!	Maio	2016
107	Loreen canta Euphoria na Tele2 Arena - Eurovisão 2016	Maio	2016
108	Ucrânia vencedora da Eurovisão 2016	Maio	2016
109	LGBT rights in Ukraine - Jamala Eurovision 2016	Maio	2016
110	#debate19 no Dia Nacional Contra a Homofobia e Transfobia	Maio	2016
111	#debate19 no Dia Nacional Contra a Homofobia e Transfobia na Arroios TV de 17/05/2016	Maio	2016
112	#debate19 no Dia Nacional Contra a Homofobia e Transfobia na Arroios TV de 18/05/2016	Maio	2016
113	#debate19 no Dia Nacional Contra a Homofobia e Transfobia	Maio	2016
114	Tel Aviv Pride 2016	Junho	2016
115	Pride Varsóvia 2016	Junho	2016
116	Homenagem em Londres para com as vítimas do massacre de Orlando	Junho	2016
117	Vigília de Lisboa pelas vítimas do Massacre de Orlando	Junho	2016
118	Zé Manel apela à participação na 17.ª Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa	Junho	2016
119	Marcha do Orgulho LGBT 2016 - Lisboa	Junho	2016
120	Discursos Marcha do Orgulho LGBT 2016	Julho	2016
121	Catarina Marcelino na 17.ª Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa	Junho	2016
122	London Pride 2016 * Marcha do Orgulho LGBT de Londres 2016	Junho	2016
123	Ricardo Quaresma - Hungria vs Portugal Euro2016	Julho	2016
124	Beijo entre Mulheres por Portugal Campeão da Europa EURO2016	Julho	2016
125	Donald Trump promete proteger a comunidade LGBTQ	Julho	2016
126	Symone De Lá Dragma The Voice Portugal	Setembro	2016
127	Psicóloga Maria José Vilaça diz que homossexualidade é "doença"	Novembro	2016
128	Psicóloga Madalena Fontoura sobre a homossexualidade	Novembro	2016
129	Prémios dezanove 2016 promo	Dezembro	2016
130	Vencedores Prémios dezanove 2016	Janeiro	2017
131	Barack Obama no dezanove.pt	Janeiro	2017
132	Ricardo e Henrique Gays em Amor Maior SIC	Janeiro	2017
133	Ricardo homossexual em "Amor Maior"	Janeiro	2017
134	Caso Maestro gay de Castanheira de Pera no Telejornal	Março	2017
135	Manifestação pela defesa das pessoas LGBTI na Tchetchénia	Abril	2017
136	Nuno Galopim comenta a canção portuguesa no Festival da Eurovisão 2017	Maio	2017
137	Entrevista William Wiwiblogs	Maio	2017
138	Amar Pelos Dois não tem género É Amor dezanove pt	Maio	2017
139	Chegada de Salvador Sobral ao aeroporto de Lisboa Eurovisão 2017	Maio	2017
140	1ª Marcha Pela Felicidade, Setúbal, 19 Maio 2017	Maio	2017
141	Purple Rain de Prince - Jenny Larrue no 41º aniversário do Finalmente Club	Maio	2017
142	Deborah Krystall homenageia David Bowie no 41º aniversário do Finalmente Club	Maio	2017
143	Homenagem a George Michael no 41º aniversário do Finalmente Club	Maio	2017
144	AMPLOS na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
145	Ilga Portugal na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
146	Porto Íris na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
147	rede ex aequo na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
148	Braga Fora do Armário na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
149	Rede Activistas Feministas na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
150	INÉDITO: bandeira do arco-íris içada na Praça do Município de Vila Real (Trás-os-Montes)	Maio	2017
151	Bandeira do arco-íris içada em Vila Real (Trás-os-Montes)	Maio	2017

152	Vila Real, oh que linda és! Tens o Bandeirão a teus pés!	Maio	2017
153	Discurso activista LGBT na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real	Maio	2017
154	PAN na primeira Marcha do Orgulho LGBTI de Vila Real	Maio	2017
155	Marcha do Orgulho LGBT do Porto marcou presença em Vila Real	Maio	2017
156	Bloco de Esquerda na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real de Trás-os-Montes	Maio	2017
157	Amnistia Internacionais na 1ª Marcha do Orgulho LGBT de Vila Real	Maio	2017
158	Tomás e Catarina em Ouro Verde	Junho	2017
159	Protesto #ESCOLASEMHOMOFOBIA em Lisboa	Junho	2017
160	Inauguração memorial às vítimas de homofobia, bifobia, lesbofobia e transfobia em Lisboa	Junho	2017
161	Catarina Marcelino, Secretária de Estado da Igualdade, na Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2017	Junho	2017
162	Estiveste na Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2017? Encontra-te aqui:	Junho	2017
163	Marcha do Orgulho LGBT de Lisboa 2017	Junho	2017
164	Catarina Marcelino e Fernando Medina no Arraial Lisboa Pride 2017	Junho	2017
165	Campanha #istonaochoca	Julho	2017
166	Marcha do Orgulho LGBTI do Funchal 2017	Outubro	2017
167	Pelas ruas do Funchal #orgulho2017	Outubro	2017
168	Marcha do Orgulho LGBTI FUNCHAL 2017	Outubro	2017
169	Funchal Pride 2017	Outubro	2017
170	Lisbon will host Eurovision Song Contest 2018	Novembro	2017
171	Freedom de George Michael na noite do II Troféu Internacional de Artes Cénicas #Finalmente#Club	Novembro	2017
172	Big Mamma - vencedora da Gala Abraço 2017	Dezembro	2017
173	Sanmyra Summer em homenagem às pessoas trans na Gala da Abraço 2017	Dezembro	2017
174	"Cisnógrafo" de Luiz Antunes na Gala Abraço	Dezembro	2017
175	dezanove ao vivo	Dezembro	2017
176	Big Mama na 25ª Gala Abraço	Dezembro	2017
177	Aluna e aluno da Escola Secundária de Vagos recebem Prémio Arco-íris da Ilga Portugal	Janeiro	2018
178	Cristina Ferreira ganha Prémio Arco-Íris da Ilga Portugal	Janeiro	2018
179	Fado Bicha nos Prémios Arco-Íris (excerto)	Janeiro	2018
180	Catarina Marcelino recebe Prémio Arco-íris	Janeiro	2018
181	Luísa Sobral e Salvador Sobral - Apresentação do Festival RTP da Canção 2018	Janeiro	2018
182	Miss Moço no ZDB, Lisboa	Janeiro	2018
183	Lila Fadista do Fado Bicha no ZDB	Janeiro	2018
184	Crónica do Macho Discreto - Fado Bicha	Janeiro	2018
185	Miss Moço no ZDB	Janeiro	2018
186	Miss Moço na Galeria Zé dos Bois	Janeiro	2018
187	Fernando Medina sobre Eurovisão e a diversidade em Lisboa	Janeiro	2018
188	Drag Show Finalmente Club, Lisboa Portugal	Janeiro	2018
189	Diogo Cat no Finalmente Club	Janeiro	2018
190	Kiki Milano no Lugar às Novas	Janeiro	2018
191	Paula Lovely no Lugar às Novas do Finalmente Club	Janeiro	2018
192	Destynee no Lugar às Novas	Janeiro	2018
193	Daphne Claire no Finalmente Club	Janeiro	2018
194	Hallelujah por Ashley Fox no Lugar às Novas do Finalmente Club	Janeiro	2018
195	Esta Lisboa que eu Amo - Finalmente Club	Fevereiro	2018
196	Diogo Cat no Finalmente Club	Fevereiro	2018
197	Stefani Duvet no Finalmente Club, Lisboa	Fevereiro	2018
198	Samantha Rox no Finalmente Club, Lisboa	Fevereiro	2018
199	Nyma Charles no Finalmente Club	Fevereiro	2018
200	Deborah Krystall no Finalmente Club	Fevereiro	2018
201	Medley Artistas Residentes do Finalmente Club	Fevereiro	2018

202	Deborah Krystall a dançar Sevilhanas no Finalmente Club	Fevereiro	2018
203	Ramona Stuart no Lugar às Novas do Finalmente Club em Lisboa	Fevereiro	2018
204	Lila Fadista - Fado Bicha	Fevereiro	2018
205	De costas voltadas - Fado Bicha	Fevereiro	2018
206	Meu Amor Marinheiro - Fado Bicha	Fevereiro	2018
207	Rapaz da camisola verde - Fado Bicha	Fevereiro	2018
208	"A mulher do fim do mundo" de Elza Soares - Fado Bicha	Fevereiro	2018
209	Crónica do Macho Discreto English Version - Fado Bicha	Fevereiro	2018
210	"O Jardim" vence Festival RTP da Canção 2018	Março	2018
211	Tributo a Simone de Oliveira no Festival da Canção 2018	Março	2018
212	Tributo às Doce no Festival da Canção 2018	Março	2018
213	Tributo às Doce	Março	2018
214	Catarina Miranda no Festival RTP da Canção 2018	Março	2018
215	Marielle Franco homenageada pela atriz Maria João Luís	Março	2018
216	Vigília por Marielle Franco em Lisboa	Março	2018
217	Marielle Franco: Vigília de Lisboa	Março	2018
218	Cláudia Pascoal e Isaura - um mês antes da Eurovisão 2018	Abril	2018
219	Cláudia Pascoal e Isaura - um mês antes da Eurovisão 2018 – 2ª parte	Abril	2018
220	André Couto sobre Linha 24 que liga o Bairro Alto a Campolide passando pelo Príncipe Real	Abril	2018
221	Mikolas Josef - interview to Portuguese press	Maió	2018
222	Mikolas Josef - interview to Portuguese press (2nd part)	Maió	2018
223	Suzy "Quero ser tua" - ao rubro no Euroclub	Maió	2018
224	Marcha do Orgulho LGBT+ do Porto 2018	Julho	2018
225	Protestos na Marcha do Orgulho LGBT+ do Porto 2018	Julho	2018
226	Reportagem Senhor Traveca TVI	Julho	2018
227	Nany Petrova no Invictus, Porto	Julho	2018
228	Show de Nany Petrova - Invictus, Porto	Julho	2018
229	Roberta Kinsky no Invictus	Julho	2018
230	Protesto de grupo anarquista contra presença da Variações na 13ª Marcha do Orgulho LGBT do Porto	Julho	2018
231	Krista Siegfried - Entrevista para dezanove.pt	Agosto	2018
232	Ira Losco - Entrevista para o site dezanove.pt	Agosto	2018
233	Miss Drag Lisboa - 3 finalistas	Setembro	2018
234	Sylvia Koonz no Miss Drag Lisboa 2018	Setembro	2018
235	CHER NO-BILLZ no Miss Drag Lisboa 2018	Setembro	2018
236	Lexa Black no Miss Drag Lisboa 2018	Setembro	2018
237	Miss Drag Lisboa 2018	Setembro	2018
238	Entrevista a Mónica Benício, mulher de Marielle Franco	Setembro	2018
239	1ª Marcha do Orgulho LGBTI de Viseu 2018	Outubro	2018
240	Esta a ser assim a Marcha do Orgulho LGBTI de Viseu 2018	Outubro	2018
241	Marcha de Viseu 2018	Outubro	2018
242	Colorir as Ruas de Viseu 	Outubro	2018
243	Manifestação contra a Justiça Machista	Outubro	2018
244	Fado Bicha - Contra o ódio, pela democracia no Brasil	Outubro	2018
245	TAIMI app gay	Novembro	2018
246	Gala Abraço 2018	Dezembro	2018
247	Gala Abraço 2018 (2)	Dezembro	2018
248	Gala Abraço 2018 (3) Fadistas Marina Mota, Maria da Fé e Lenita Gentil	Dezembro	2018
249	Gala Abraço 2018 (4)	Dezembro	2018
250	Gala Abraço 2018 (5)	Dezembro	2018
251	Gala Abraço 2018 (6)	Dezembro	2018
252	Gala Abraço 2018 (7)	Dezembro	2018
253	Gala Abraço 2018 (8)	Dezembro	2018
254	Gala Abraço 2018 (9)	Dezembro	2018
255	Gala Abraço 2018 (10)	Dezembro	2018

256	Gala Abraço 2018 (11)	Dezembro	2018
257	Gala Abraço 2018 (12)	Dezembro	2018
258	Paula Lovely - Gala Abraço 2018	Dezembro	2018
259	Max The Hybrid	Janeiro	2019
260	Max the Hybrid at the London Fashion Queer Show	Janeiro	2019
261	Max The Hybrid at Club Alert	Janeiro	2019
262	Isabel Moreira nos Prémios-Íris	Janeiro	2019
263	Teresa Leal Coelho, deputada do PSD nos Prémios Arco-íris 🌈	Janeiro	2019
264	Célio Dias nos Prémios Arco-íris 🌈	Janeiro	2019
265	Até que o porno nos separe: Jorge Pelicano e Eulália Almeida nos Prémios Arco-íris 🌈	Janeiro	2019
266	Carlos Sanches Ruivo Presidente Variações Candidatura Portugal Europride 2022	Janeiro	2019
267	Diogo Vieira da Silva - Candidatura de Portugal Europride 2022	Janeiro	2019
268	Fado Bicha - "Conta Errada"	Janeiro	2019
269	Fado Bicha (Queer Fado) about the themselves	Janeiro	2019
270	Fado Bicha - "Namorico do André"	Janeiro	2019
271	Fado Bicha about Valentim de Barros	Janeiro	2019
272	Fado Bicha "Valentim"	Janeiro	2019
273	Fado Bicha "Alice"	Janeiro	2019
274	Fado Bicha "Crónica do Macho Discreto" with translation into English	Janeiro	2019
275	Madeira destino gay friendly. Pedro Calado Vice-Presidente Regional	Janeiro	2019
276	Simone de Oliveira no Troféu Artes Cénicas do Finalmente Club	Abril	2019
277	Concerto Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
278	Concerto Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
279	Concerto Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
280	Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
281	Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
282	Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
283	Pablló Vittar divando em Lisboa	Abril	2019
284	Sala cheia no concerto de Pablló Vittar	Abril	2019
285	Pablló Vittar 💜	Abril	2019
286	Pablló Vittar em Lisboa 💜	Abril	2019
287	Ovação final concerto Pablló Vittar em Lisboa	Abril	2019
288	Jenny Larrue no Finalmente Club	Maio	2019
289	Conan Osiris from Portugal live @ Wiwijam - Eurovision 2019	Maio	2019
290	Entrevista a Vasco Sintra, um eurofã em Telavive	Maio	2019
291	Entrevista a Pedro Santos - Eurovisão 2019	Maio	2019
292	Entrevista a Leon Kichler da El Al - Eurovision 2019	Maio	2019
293	Rosa Monteiro, Secretária de Estado da Igualdade, na 2ª Marcha LGBTI+ do Algarve	Junho	2019
294	Carlos Costa features Eleni Foureira na Marcha LGBTI+ do Algarve 🇵🇹	Junho	2019
295	1ª Marcha do Orgulho LGBTI de Aveiro	Junho	2019
296	"A nossa luta é todo o dia!" Marcha do Orgulho LGBTI de Aveiro, 2019	Junho	2019
297	Deixa passar, sou LGBT e o mundo eu vou mudar!	Junho	2019
298	#CasadoCais está de regresso à RTP	Junho	2019
299	Johnny Hooker no Arraial Lisboa Pride 2019	Junho	2019
300	O filme da 20ª Marcha do Orgulho LGBTI de Lisboa	Junho	2019
301	Queer Liberation March and Rally de Nova Iorque 2019	Junho	2019
302	Queer Liberation March New York 2019	Junho	2019
303	Fado Bicha no Festival Proudly Portugal	Julho	2019
304	Blaya no Festival Proudly Portugal	Julho	2019
305	Blaya Proudly Portugal	Julho	2019
306	Marcha do Orgulho dos Fado Bicha em Madrid	Julho	2019
307	Francisco a discursar na Marcha do Orgulho LGBTI+ do Porto 2019	Julho	2019

308	Francisco, que grande lição de igualdade!	Julho	2019
309	Elza Soares em Portugal	Julho	2019
310	Elza Soares em Portugal: Ovação "Me deixe cantar até ao fim!"	Julho	2019
311	Mário - a história de um bailarino no Estado Novo	Agosto	2019
312	Mário clip Ballet	Agosto	2019
313	Mário Bailarino	Agosto	2019
314	NA PELE DELA	Setembro	2019
315	Babaya Samambaia, Miss Drag Lisboa 2019	Setembro	2019
316	Babaya Samambaia em avestruz Miss Drag Lisboa 2019	Setembro	2019
317	"Dois", a nova websérie LGBTI+	Outubro	2019
318	Lisboa Burlesque Fest	Outubro	2019
319	Fado Bicha em Viseu	Outubro	2019
320	Ney Matogrosso interpreta Barco Negro, de Amália Rodrigues	Outubro	2019
321	Ney Matogrosso no Finalmente Club - Troféu Internacional de Artes Cénicas	Outubro	2019
322	Transexualidade (1) - Programa Alexandra Borges TVI	Outubro	2019
323	Transexualidade (2) - Programa Alexandra Borges TVI	Outubro	2019
324	Transexualidade (3) - Programa Alexandra Borges TVI	Outubro	2019
325	Transexualidade Reportagem Alexandra Borges TVI	Outubro	2019
326	Maria Bruxxxa	Novembro	2019
327	Maria Bruxxxa	Novembro	2019
328	Mr. Burlesque no Lisboa Burlesque Fest	Novembro	2019
329	Filipe Sambado - Entrevista dezanove.pt	Janeiro	2020
330	Damas da Noite no Teatro Municipal da Guarda	Janeiro	2020
331	"Damas da Noite, uma farsa de Elmano Sancho" no Teatro Dona Maria II, em Lisboa	Janeiro	2020
332	Monólogos da Vagina	Fevereiro	2020
333	Roberta Kinsky - Bar Invictus Porto	Março	2020
334	Roberta Kinsky no Invictus Café Club, Porto	Março	2020
335	Alana Lynn, show de transformismo no Bar Invictus, Porto	Março	2020
336	Nany Petrova - Ah, Wilson Vai... Bar Invictus Porto	Março	2020
337	Elisa e Marta Carvalho vencedoras Festival RTP da Canção 2020	Março	2020
338	Nany Petrova canta Amália Rodrigues no Invictus Café Bar, no Porto	Março	2020
339	Trumps Club Lisboa Esperamos por ti aqui em breve #staysafe	Abril	2020
340	DJ Pietro e DJ Filha da Mães: sexy times at home	Abril	2020
341	Behind the scenes - Got Talent with The Royal House of Trumps	Abril	2020
342	DJ Filha da Mãe no Got Talent Portugal	Abril	2020
343	Acção de sensibilização Bares e Discotecas querem saber quando vão reabrir as portas	Mai	2020
344	Restaurante Quermesse em Lisboa	Mai	2020
345	Bruno Duarte e José Lopes na Colt Studios (teaser)	Junho	2020
346	Peça "Damas da Noite" chega a Setúbal	Julho	2020
347	"Mário", a história de um bailarino no Estado Novo	Julho	2020
348	Peça de teatro "Mário"	Julho	2020
349	A peça "Mário" está de regresso!	Julho	2020
350	Damas da Noite, uma farsa de Elmano Sancho" está a chegar a Setúbal	Agosto	2020
351	DJ Mariana Carvalho - MCDJ	Setembro	2020
352	Peça "Damas da Noite" no Teatro Nacional Dona Maria II, em Lisboa	Setembro	2020
353	Drag Brunch in Lisbon: you cannot miss this experience!	Setembro	2020
354	Miss Africa Performance at Drag Taste, Lisbon, Portugal	Setembro	2020
355	Agatha Top - Drag Brunch - Lisboa	Setembro	2020
356	Babaya Samambaia @ Drag Brunch	Setembro	2020
357	Trio drag @ Lisbon Drag Taste Brunch	Setembro	2020
358	Keyla Brasil performance @ DRAG Taste	Setembro	2020
359	Esta Lisboa que eu Amo, Déborah Krystall no Finalmente Club	Setembro	2020
360	Finalmente Club - versão cabaret	Setembro	2020
361	Diogo Katz no Finalmente Club, Lisboa	Setembro	2020

362	Jenny Larrue	Setembro	2020
363	Lisbon Under Stars - Ruínas do Convento do Carmo	Setembro	2020
364	Drag Taste Brunch	Setembro	2020
365	3ª Marcha pelos Direitos LGBTI de Viseu	Setembro	2020
366	Há 15 anos Viseu foi a capital da homofobia em Portugal 🍌 🍌 🍌	Setembro	2020
367	Restaurante Quermesse II	Setembro	2020
368	Gala Bolsa de Ouro 2020	Setembro	2020
369	Cherry Flavor - 1ª edição da Gala Bolsa de Ouro 2020	Setembro	2020
370	Bea Bella - 1ª edição da Gala Bolsa de Ouro 2020	Setembro	2020
371	As 9 finalistas da 1ª edição da Gala Bolsa de Ouro 2020	Setembro	2020
372	Marcha pelos Direitos LGBTI de Viseu 2020	Setembro	2020
373	15 Anos Viseu: Ainda marchamos	Setembro	2020
374	Porto Gay Circuit, o teu guia LGBTI friendly para o Norte	Setembro	2020
375	3ª Marcha de Viseu pelos Direitos LGBTI+	Outubro	2020

Produção			
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional
1		x	
2		x	
3		x	
4		x	
5		x	
6		x	
7		x	
8		x	
9		x	
10		x	
11		x	
12		x	
13		x	
14		x	
15		x	
16		x	
17		x	
18			x
19		x	
20		x	
21		x	
22		x	
23		x	
24		x	
25		x	
26		x	
27		x	
28			x
29		x	
30		x	
31		x	
32		x	
33		x	
34		x	
35		x	
36			x
37		x	
38		x	
39		x	
40		x	

41	x		
42	x		
43		x	
44		x	
45		x	
46		x	
47		x	
48		x	
49		x	
50	x		
51	x		
52			x
53		x	
54		x	
55		x	
56		x	
57		x	
58		x	
59	x		
60		x	
61	x		
62		x	
63		x	
64		x	
65		x	
66		x	
67		x	
68	x		
69		x	
70	x		
71		x	
72			x
73			x
74			x
75		x	
76		x	
77		x	
78			x
79		x	
80		x	
81			x
82	x		
83		x	
84		x	
85		x	
86		x	
87			x
88		x	
89		x	
90		x	
91		x	
92		x	
93		x	
94		x	
95		x	
96			x

97			X
98			X
99		X	
100		X	
101		X	
102		X	
103		X	
104		X	
105		X	
106		X	
107		X	
108		X	
109			X
110			X
111			X
112			X
113		X	
114		X	
115		X	
116	X		
117	X		
118		X	
119			X
120		X	
121		X	
122		X	
123	X		
124	X		
125	X		
126	X		
127		X	
128			X
129		X	
130		X	
131		X	
132	X		
133	X		
134	X		
135			X
136		X	
137		X	
138			X
139	X		
140	X		
141		X	
142		X	
143		X	
144	X		
145	X		
146	X		
147	X		
148	X		
149	X		
150	X		
151	X		
152	X		

153			x
154	x		
155	x		
156	x		
157	x		
158	x		
159	x		
160	x		
161	x		
162		x	
163		x	
164		x	
165			x
166		x	
167		x	
168		x	
169		x	
170		x	
171		x	
172	x		
173		x	
174		x	
175		x	
176	x		
177		x	
178		x	
179		x	
180		x	
181		x	
182	x		
183		x	
184		x	
185	x		
186	x		
187		x	
188		x	
189		x	
190		x	
191		x	
192		x	
193		x	
194		x	
195		x	
196		x	
197		x	
198		x	
199		x	
200		x	
201		x	
202		x	
203		x	
204		x	
205		x	
206		x	
207		x	
208		x	

209		x	
210	x		
211	x		
212	x		
213	x		
214		x	
215	x		
216		x	
217		x	
218		x	
219		x	
220		x	
221		x	
222		x	
223	x		
224		x	
225		x	
226			x
227	x		
228		x	
229		x	
230		x	
231		x	
232		x	
233		x	
234		x	
235		x	
236		x	
237		x	
238			x
239	x		
240	x		
241	x		
242	x		
243		x	
244		x	
245			x
246	x		
247	x		
248	x		
249	x		
250	x		
251	x		
252	x		
253	x		
254	x		
255	x		
256	x		
257	x		
258		x	
259	x		
260	x		
261	x		
262		x	
263		x	
264		x	

265		x	
266		x	
267		x	
268		x	
269		x	
270		x	
271		x	
272		x	
273		x	
274		x	
275		x	
276	x		
277	x		
278	x		
279	x		
280	x		
281	x		
282	x		
283	x		
284	x		
285	x		
286	x		
287	x		
288	x		
289		x	
290		x	
291		x	
292		x	
293		x	
294	x		
295		x	
296		x	
297		x	
298			x
299	x		
300		x	
301	x		
302	x		
303		x	
304		x	
305		x	
306		x	
307	x		
308	x		
309			x
310	x		
311			x
312			x
313			x
314			x
315	x		
316	x		
317			x
318			x
319	x		
320		x	

321		x	
322			x
323			x
324			x
325			x
326	x		
327	x		
328		x	
329			x
330	x		
331	x		
332			x
333	x		
334	x		
335	x		
336	x		
337		x	
338	x		
339			x
340			x
341			x
342			x
343		x	
344			x
345			x
346			x
347			x
348			x
349			x
350	x		
351			x
352	x		
353	x		
354	x		
355	x		
356	x		
357	x		
358	x		
359	x		
360	x		
361	x		
362	x		
363	x		
364			x
365			x
366			x
367			x
368	x		
369	x		
370	x		
371	x		
372			x
373			x
374	x		
375			x
Duração			

Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m
1		x				
2		x				
3		x				
4		x				
5		x				
6	x					
7	x					
8		x				
9		x				
10		x				
11	x					
12		x				
13		x				
14		x				
15		x				
16		x				
17		x				
18		x				
19		x				
20		x				
21		x				
22		x				
23	x					
24	x					
25	x					
26	x					
27	x					
28	x					
29		x				
30		x				
31		x				
32		x				
33		x				
34		x				
35		x				
36	x					
37		x				
38		x				
39			x			
40		x				
41				x		
42		x				
43	x					
44	x					
45	x					
46		x				
47		x				
48			x			
49		x				
50		x				
51		x				
52		x				
53		x				
54		x				
55		x				

56		x				
57	x					
58		x				
59		x				
60	x					
61		x				
62		x				
63		x				
64	x					
65		x				
66		x				
67		x				
68	x					
69		x				
70	x					
71	x					
72	x					
73	x					
74		x				
75	x					
76		x				
77		x				
78	x					
79	x					
80	x					
81		x				
82	x					
83		x				
84	x					
85		x				
86		x				
87			x			
88		x				
89		x				
90		x				
91		x				
92		x				
93		x				
94		x				
95	x					
96	x					
97	x					
98		x				
99		x				
100		x				
101		x				
102		x				
103		x				
104		x				
105	x					
106	x					
107		x				
108		x				
109	x					
110		x				
111		x				

112		x				
113						x
114		x				
115		x				
116	x					
117	x					
118	x					
119		x				
120					x	
121		x				
122		x				
123	x					
124	x					
125		x				
126			x			
127			x			
128			x			
129	x					
130		x				
131	x					
132	x					
133		x				
134		x				
135	x					
136		x				
137		x				
138		x				
139		x				
140	x					
141		x				
142		x				
143		x				
144			x			
145		x				
146	x					
147			x			
148		x				
149		x				
150	x					
151	x					
152	x					
153		x				
154	x					
155		x				
156	x					
157	x					
158		x				
159	x					
160		x				
161		x				
162		x				
163		x				
164			x			
165	x					
166	x					
167	x					

168	x					
169	x					
170		x				
171		x				
172		x				
173		x				
174	x					
175	x					
176	x					
177		x				
178			x			
179	x					
180			x			
181			x			
182		x				
183			x			
184		x				
185	x					
186		x				
187		x				
188		x				
189		x				
190		x				
191		x				
192		x				
193		x				
194		x				
195		x				
196		x				
197			x			
198		x				
199		x				
200		x				
201		x				
202		x				
203		x				
204		x				
205		x				
206		x				
207		x				
208		x				
209		x				
210		x				
211			x			
212		x				
213		x				
214		x				
215		x				
216		x				
217	x					
218			x			
219		x				
220		x				
221			x			
222	x					
223		x				

224	x					
225	x					
226	x					
227		x				
228		x				
229		x				
230		x				
231		x				
232		x				
233		x				
234		x				
235		x				
236		x				
237		x				
238			x			
239	x					
240	x					
241	x					
242	x					
243	x					
244			x			
245		x				
246		x				
247		x				
248		x				
249		x				
250	x					
251	x					
252		x				
253			x			
254		x				
255		x				
256	x					
257		x				
258			x			
259	x					
260	x					
261	x					
262		x				
263		x				
264	x					
265			x			
266			x			
267		x				
268		x				
269		x				
270		x				
271			x			
272		x				
273			x			
274			x			
275		x				
276	x					
277	x					
278		x				
279	x					

280	x					
281	x					
282	x					
283	x					
284	x					
285	x					
286	x					
287	x					
288		x				
289		x				
290		x				
291		x				
292		x				
293			x			
294	x					
295	x					
296	x					
297	x					
298	x					
299	x					
300				x		
301		x				
302	x					
303	x					
304		x				
305	x					
306	x					
307			x			
308			x			
309	x					
310	x					
311	x					
312	x					
313	x					
314		x				
315	x					
316	x					
317		x				
318	x					
319	x					
320	x					
321		x				
322	x					
323	x					
324	x					
325		x				
326		x				
327		x				
328		x				
329			x			
330		x				
331		x				
332	x					
333		x				
334		x				
335		x				

336		x				
337	x					
338		x				
339		x				
340	x					
341		x				
342	x					
343		x				
344		x				
345	x					
346		x				
347	x					
348	x					
349	x					
350	x					
351	x					
352		x				
353		x				
354		x				
355		x				
356	x					
357		x				
358		x				
359		x				
360		x				
361		x				
362		x				
363		x				
364	x					
365		x				
366		x				
367		x				
368			x			
369		x				
370		x				
371		x				
372		x				
373		x				
374	x					
375		x				

Publicidade		
Nº	Sim	Não
1		x
2		x
3		x
4		x
5		x
6		x
7		x
8		x
9		x
10		x
11		x
12		x
13		x
14		x

15		x
16		x
17		x
18		x
19		x
20		x
21		x
22		x
23		x
24		x
25		x
26		x
27		x
28		x
29		x
30		x
31		x
32		x
33		x
34		x
35		x
36	x	
37		x
38		x
39		x
40		x
41		x
42		x
43		x
44		x
45		x
46		x
47		x
48		x
49		x
50		x
51		x
52		x
53		x
54		x
55		x
56		x
57		x
58		x
59		x
60		x
61		x
62		x
63		x
64		x
65		x
66		x
67		x
68		x
69		x
70		x

71		X
72		X
73		X
74		X
75		X
76		X
77		X
78		X
79	X	
80	X	
81		X
82		X
83		X
84		X
85		X
86		X
87		X
88		X
89		X
90		X
91		X
92		X
93		X
94		X
95		X
96		X
97		X
98		X
99		X
100		X
101		X
102		X
103		X
104		X
105		X
106		X
107		X
108		X
109		X
110		X
111		X
112		X
113		X
114		X
115		X
116		X
117		X
118		X
119		X
120		X
121		X
122		X
123		X
124		X
125		X
126		X

127		x
128		x
129		x
130		x
131		x
132		x
133		x
134		x
135		x
136		x
137		x
138		x
139		x
140		x
141		x
142		x
143		x
144		x
145		x
146		x
147		x
148		x
149		x
150		x
160		x
161		x
162		x
163		x
164		x
165		x
166		x
167		x
169		x
170		x
171		x
172		x
173		x
174		x
175		x
176		x
177		x
178		x
179		x
180		x
181		x
182		x
183		x
184		x
185		x
186		x
187		x
188		x
189		x
190		x
191		x
192		x

193		x
194		x
195		x
196		x
197		x
198		x
199		x
200		x
201		x
202		x
203		x
204		x
205		x
206		x
207		x
208		x
209		x
210		x
211		x
212		x
213		x
214		x
215		x
216		x
217		x
218		x
219		x
220		x
221		x
222		x
223		x
224		x
225		x
226		x
227		x
228		x
229		x
230		x
231		x
232		x
233		x
234		x
235		x
236		x
237		x
238		x
239		x
240		x
241		x
242		x
243		x
244		x
245	x	
246		x
247		x
248		x

249		x
250		x
251		x
252		x
253		x
254		x
255		x
256		x
257		x
258		x
259		x
260		x
261		x
262		x
263		x
264		x
265		x
266		x
267		x
268		x
269		x
270		x
271		x
272		x
273		x
274		x
275		x
276		x
277		x
278		x
279		x
280		x
281		x
282		x
283		x
284		x
285		x
286		x
287		x
288		x
289		x
290		x
291		x
292		x
293		x
294		x
295		x
296		x
297		x
298		x
299		x
300		x
301		x
302		x
303		x
304		x

305		x
306		x
307		x
308		x
309		x
310		x
311	x	
312	x	
313	x	
314		x
315		x
316		x
317		x
318	x	
319		x
320		x
321		x
322		x
323		x
324		x
325		x
326		x
327		x
328		x
329		x
330	x	
331	x	
332	x	
333		x
334		x
335		x
336		x
337		x
338		x
339	x	
340	x	
341		x
342		x
343		x
344	x	
345		x
346	x	
347	x	
348		x
349		x
350	x	
351	x	
352		x
353		x
354		x
355		x
356		x
357		x
358		x
359		x
360		x

35		x								
36	x									
37		x								
38		x								
39		x								
40			x							
41		x								
42				x						
43		x								
44								x		
45		x								
46		x								
47		x								
48		x								
49		x								
50				x						
51				x						
52		x								
53		x								
54		x								
55		x								
56		x								
57		x								
58		x								
59		x								
60			x							
61			x	x						
62		x								
63		x								
64		x								
65		x								
66		x								
67		x								
68				x						
69		x								
70				x						
71				x						
72		x								
73										x
74		x								
75		x								
76		x								
77		x								
78		x								
79	x									
80	x									
81		x								
82				x						
83		x								
84		x								
85		x								
86		x								
87			x							
88		x								
89		x								
90		x								

91		x								
92		x								
93		x								
94		x								
95									x	
96										x
97									x	
98						x				
99		x								
100		x								
101		x								
102		x								
103		x								
104		x								
105		x								
106		x								
107		x								
108		x								
109			x							
110		x								
111		x			x					
112		x			x					
113		x								
114		x								
115		x								
116		x								
117		x								
118	x									
119		x								
120		x								
121		x								
122		x								
123					x					
124					x					
125					x					
126					x					
127			x		x					
128			x		x					
129	x									
130		x								
131		x								
132					x					
133					x					
134					x					
135		x								
136			x							
137			x							
138			x							
139		x								
140		x								
141		x								
142		x								
143		x								
144		x								
145		x								
146		x								

147		x								
148		x								
149		x								
150		x								
151		x								
152		x								
153		x								
154		x								
155		x								
156		x								
157		x								
158				x						
159		x								
160		x								
161		x								
162		x								
163		x								
164		x								
165	x									
166		x								
167		x								
168		x								
169		x								
170		x								
171		x								
172		x								
173		x								
174		x								
175	x									
176		x								
177		x								
178		x								
179		x								
180		x								
181		x								
182		x								
183		x								
184		x								
185		x								
186		x								
187				x						
188		x								
189		x								
190		x								
191		x								
192		x								
193		x								
194		x								
195		x								
196		x								
197		x								
198		x								
199		x								
200		x								
201		x								
202		x								

203		x								
204		x								
205		x								
206		x								
207		x								
208		x								
209		x								
210		x								
211		x								
212		x								
213		x								
214		x								
215		x								
216		x								
217		x								
218			x							
219			x							
220			x							
221			x							
222			x							
223		x								
224		x								
225		x								
226		x		x						
227		x								
228		x								
229		x								
230		x								
231			x							
232			x							
233		x								
234		x								
235		x								
236		x								
237		x								
238			x							
239		x								
240		x								
241		x								
242		x								
243		x								
244		x								
245	x									
246		x								
247		x								
248		x								
249		x								
250		x								
251		x								
252		x								
253		x								
254		x								
255		x								
256		x								
257		x								
258		x								

259		x								
260		x								
261		x								
262		x								
263		x								
264		x								
265		x								
266		x								
267		x								
268		x								
269		x								
270		x								
271		x								
272		x								
273		x								
274		x								
275		x								
276		x								
277		x								
278		x								
279		x								
280		x								
281		x								
282		x								
283		x								
284		x								
285		x								
286		x								
287		x								
288		x								
289		x								
290			x							
291			x							
292			x							
293		x								
294		x								
295		x								
296		x								
297		x								
298									x	
299		x								
300		x								
301		x								
302		x								
303		x								
304		x								
305		x								
306		x								
307		x								
308		x								
309										x
310		x								
311	x									
312	x									
313	x									
314	x									

315		x								
316		x								
317									x	
318	x									
319		x								
320		x								
321		x								
322		x			x					
323		x			x					
324		x			x					
325		x			x					
326		x								
327		x								
328		x								
329				x						
330	x									
331	x									
332									x	
333		x								
334		x								
335		x								
336		x								
337		x								
338		x								
339	x									
340									x	
341		x								
342					x					
343		x								
344	x									
345									x	
346	x									
347	x									
348									x	
349									x	
350	x									
351	x									
352		x								
353	x									
354		x								
355		x								
356		x								
357		x								
358		x								
359		x								
360		x								
361		x								
362		x								
363		x								
364	x									
365	x									
366	x									
367	x									
368		x								
369		x								
370		x								

371		x												
372	x													
373	x													
374	x													
375		x												
Temáticas														
Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia*	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1	x	x			x									
2	x	x												
3	x	x												
4	x	x												
5	x	x												
6	x	x												
7	x	x												
8	x	x												
9	x	x												
10	x	x												
11	x	x												
12	x													
13	x													
14	x													
15	x	x												
16		x												
17		x						x						
18		x												
19		x						x						
20	x	x												
21	x	x												
22	x	x												
23	x	x												
24	x	x												
25	x	x												
26	x	x												
27	x	x												
28	x													
29	x	x												
30	x	x												
31		x												
32	x	x												
33	x	x												
34	x	x												
35	x	x												
36	x													
37		x												
38	x	x												
39	x	x												
40	x													
41	x			x										
42	x													
43	x	x												
44	x													
45	x	x												
46	x	x												
47	x	x												
48	x	x												
49	x	x												
50	x													
51	x													
52	x	x												
53	x	x			x									
54	x	x												
55	x				x									
56	x	x			x									

57	x	x			x									
58	x	x			x									
59	x	x			x									
60	x													
61	x													
62	x	x												
63	x	x												
64	x	x												
65	x	x												
66	x	x												
67	x	x												
68	x													
69	x	x												
70	x													
71	x													
72	x													
73														x
74	x	x												
75		x												
76		x												
77		x												
78	x													
79	x	x							x					
80	x	x							x					
81	x	x			x									
82	x													
83	x	x												
84	x	x												
85	x	x												
86	x	x												
87	x													
88		x												
89		x												
90		x												
91		x												
92		x												
93		x												
94		x												
95	x													
96	x													
97	x													
98	x							x						
99	x	x												
100		x												
101		x												
102		x												
103		x												
104		x												
105		x												
106		x												
107		x												
108		x												
109	x	x												
110	x		x	x										
111	x	x	x	x										
112	x	x	x	x										
113	x	x	x	x										
114	x	x												
115	x	x												
116								x						
117								x						
118	x	x												
119	x	x												
120	x	x						x						
121	x	x						x						
122	x	x												
123														x
124	x													
125	x				x									

126	x																		
127	x		x				x												
128	x		x				x												
129	x																		
130	x	x																	
131	x			x															
132	x																		
133	x																		
134	x																		
135	x	x					x												
136		x																	
137	x	x																	
138	x	x																	
139																			x
140	x	x					x												
141	x	x																	
142	x	x																	
143	x	x																	
144	x	x					x												
145	x	x					x												
146	x	x					x												
147	x	x					x												
148	x	x					x												
149	x	x					x												
150	x	x																	
151	x	x																	
152	x	x																	
153	x	x					x												
154	x	x		x															
155	x	x					x												
156	x	x		x															
157	x	x					x												
158	x																		
159	x	x					x												
160	x	x	x																
161	x	x		x															
162	x	x																	
163	x	x					x												
164	x	x		x															
165	x																		
166	x	x					x												
167	x	x					x												
168	x	x					x												
169	x	x					x												
170	x	x																	
171	x	x																	
172	x	x																	
173	x	x																	
174	x	x																	
175	x	x																	
176	x	x																	
177	x	x																	
178	x	x																	
179	x	x																	
180	x	x																	
181		x																	
182	x	x																	
183	x	x																	
184	x	x																	
185	x	x																	
186	x	x																	
187	x	x		x															
188	x	x																	
189	x	x																	
190	x	x																	
191	x	x																	
192	x	x																	
193	x	x																	
194	x	x																	

195	x	x																	
196	x	x																	
197	x	x																	
198	x	x																	
199	x	x																	
200	x	x																	
201	x	x																	
202	x	x																	
203	x	x																	
204	x	x																	
205	x	x																	
206	x	x																	
207	x	x																	
208	x	x																	
209	x	x																	
210		x																	
211		x																	
212		x																	
213		x																	
214		x																	
215		x			x														
216		x			x														
217		x			x														
218																			x
219																			x
220	x				x														
221		x																	
222		x																	
223		x																	
224	x	x																	
225	x	x																	
226	x																		
227	x	x																	
228	x	x																	
229	x	x																	
230	x	x																	
231		x																	
232		x																	
233	x	x																	
234	x	x																	
235	x	x																	
236	x	x																	
237	x	x																	
238	x				x														
239	x	x							x										
240	x	x							x										
241	x	x							x										
242	x	x							x										
243		x			x														
244	x	x			x														
245	x																		
246	x	x																	
247	x	x																	
248	x	x																	
249	x	x																	
250	x	x																	
251	x	x																	
252	x	x																	
253	x	x																	
254	x	x																	
255	x	x																	
256	x	x																	
257	x	x																	
258	x	x																	
259	x	x																	
260	x	x																	
261	x	x																	
262	x	x			x														
263	x	x			x														

264	x	x			x									
265	x	x												
266	x	x												
267	x	x												
268	x	x												
269	x	x												
270	x	x												
271	x	x												
272	x	x												
273	x	x												
274	x	x												
275	x				x									
276		x												
277	x	x												
278	x	x												
279	x	x												
280	x	x												
281	x	x												
282	x	x												
283	x	x												
284	x	x												
285	x	x												
286	x	x												
287	x	x												
288	x	x												
289		x												
290	x	x												
291		x												
292	x	x												
293	x	x			x									
294	x	x												
295	x	x								x				
296	x	x								x				
297	x	x								x				
298	x													
299	x	x												
300	x	x								x				
301	x	x								x				
302	x	x								x				
303	x	x												
304	x	x												
305	x	x												
306	x	x												
307	x	x								x				
308	x	x								x				
309														x
310		x												
311	x	x												
312	x	x												
313	x	x												
314	x									x				
315	x	x												
316	x	x												
317	x													
318		x												
319	x	x												
320	x	x												
321	x	x												
322	x													
323	x													
324	x													
325	x													
326	x	x												
327	x	x												
328		x												
329	x													
330		x												
331		x												
332		x												

333	x	x												
334	x	x												
335	x	x												
336	x	x												
337		x												
338	x	x												
339	x													
340	x	x												
341	x													
342	x													
343					x									
344													x	
345	x													
346	x	x												
347	x	x												
348	x	x												
349	x	x												
350		x												
351	x													
352	x	x												
353	x	x												
354	x	x												
355	x	x												
356	x	x												
357	x	x												
358	x	x												
359	x	x												
360	x	x												
361	x	x												
362	x	x												
363		x												
364	x	x												
365	x				x									
366	x				x									
367													x	
368	x	x												
369	x	x												
370	x	x												
371	x	x												
372	x				x									
373	x				x									
374	x													
375	x	x			x									

Anexo 6 – Tabela de Taxonomia – It Gets Better Portugal

Informação geral			
Nº	Título	Mês	Ano
1	Diogo Vieira da Silva Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
2	Fábio Mesquita Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
3	José Castelo Branco Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
4	Carina Fernandes Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
5	Bruno Silva Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
6	Manuel Damas Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
7	Maria da Luz e Jorge Gil Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
8	António Leal e Silva Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
9	Mileva Liw Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
10	Luís Miguel Cerqueira Tudo Vai Melhorar	Novembro	2012
11	Presidente Barack Obama Tudo Vai Melhorar (It Gets Better)	Dezembro	2012
12	Vasco e Paula Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2012
13	Carolina Torres & Maria Botelho Moniz Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2012
14	Nelson e Sérgio (Anjos) Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2012
15	José Cruz Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2012
16	Roberto Eduardo Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2012
17	Júlio Magalhães Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2012
18	João Torres Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2013
19	Miguel Novo Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2013
20	Nicky Sparks Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2013
21	Helena Teixeira Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2013
22	Tiago Alves Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2013
23	Edel Soares Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2013
24	Richard Zimler Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2013
25	Aurora Duarte Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2013
26	Tudo Vai Melhorar uma mensagem de esperança contra o bullying	Fevereiro	2013
27	Hugo Soares Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2013
28	Pedro Leal Tudo Vai Melhorar	Março	2013
29	David Pinto Tudo Vai Melhorar	Março	2013
30	Google Chrome Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
31	Ke\$ha Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
32	Manuel Pizarro Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
33	Diogo Lemos Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
34	Wanda Stuart Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
35	Vania Tavares Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
36	Francisco Vilhena Tudo Vai Melhorar	Abril	2013
37	David Cameron Tudo Vai Melhorar (It Gets Better)	Maio	2013
38	Lea Michele Tudo Vai Melhorar (It Gets Better)	Maio	2013
39	Catarina Castanheira Tudo Vai Melhorar	Maio	2013
40	Diogo e Nicolas Tudo Vai Melhorar	Maio	2013
41	Mensagem da ONU contra a homofobia Tudo Vai Melhorar	Maio	2013
42	Pedro Dias Tudo Vai Melhorar	Junho	2013
43	Dicas de Internet Tudo Vai Melhorar	Junho	2013
44	Joel Burns Tudo Vai Melhorar (It Gets Better)	Junho	2013
45	Ângelo Rodrigues Tudo Vai Melhorar	Junho	2013
46	Apresentadora da CBS, vítima de bullying, responde ao vivo a telespectador que a chamou de gorda	Agosto	2013
47	António Castro Tudo Vai Melhorar	Agosto	2013
48	Sandro Machado Tudo Vai Melhorar	Agosto	2013
49	Diogo Vieira da Silva Tudo Vai Melhorar	Agosto	2013
50	Vasco Rosa Tudo Vai Melhorar	Agosto	2013

51	João Mota Tudo Vai Melhorar	Agosto	2013
52	Zé Manuel Tudo Vai Melhorar	Setembro	2013
53	Pedro Barroso Tudo Vai Melhorar	Setembro	2013
54	Rogério Samora Tudo Vai Melhorar	Setembro	2013
55	Fanny Rodrigues Tudo Vai Melhorar	Outubro	2013
56	Nuno Eiró Tudo Vai Melhorar	Outubro	2013
57	Luis Vieira Tudo Vai Melhorar	Outubro	2013
58	Jorge Gabriel Tudo Vai Melhorar	Novembro	2013
59	Joana Teles Tudo Vai Melhorar	Novembro	2013
60	Ricardo de Sá Tudo Vai Melhorar	Novembro	2013
61	José Pinto Tudo Vai Melhorar	Novembro	2013
62	Mensagem de Aniversário do It Gets Better Project	Novembro	2013
63	Maria d'Alte Fonte Tudo Vai Melhorar	Novembro	2013
64	Turma da formação de formadores da Forseguro de Vila Real Tudo Vai Melhorar	Novembro	2013
65	Sara Monteiro Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2013
66	Nuno Gama Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2013
67	Diogo Coelho (Free Hugs – Abraços Grátis) Tudo Vai Melhorar	Dezembro	2013
68	Sophie Pires Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2014
69	Rita Ribeiro Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2014
70	Ana Paula Almeida Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2014
71	Katia Aveiro Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2014
72	José Miguel Marques Mendes Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2014
73	Sara Pelle Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2014
74	Hangout Para a Rússia com Amor	Fevereiro	2014
75	Lourenço Ódin Cunha Tudo Vai Melhorar	Abril	2014
76	História dos Direitos LGBT na ONU Tudo Vai Melhorar	Abril	2014
77	Conchita Wurst Tudo Vai Melhorar	Junho	2014
78	João Pacheco e Cláudio Romão Tudo Vai Melhorar	Julho	2014
79	Cláudio Romão Tudo Vai Melhorar	Julho	2014
80	Daniela Queirós Tudo Vai Melhorar	Julho	2014
81	VisiunarteAteliês Tudo Vai Melhorar	Julho	2014
82	Flávio Furtado Tudo Vai Melhorar	Outubro	2014
83	Rute Correia Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2015
84	Entrevista do Público à Conchita Tudo Vai Melhorar	Agosto	2015
85	#Faces: ONU pela diversidade LGBT Tudo Vai Melhorar	Setembro	2015
86	Entrevista Observador Tudo Vai Melhorar	Outubro	2015
87	Tudo Vai Melhorar Boas Festas	Dezembro	2015
88	Cada vídeo muda uma vida Tudo Vai Melhorar	Fevereiro	2016
89	Já Melhorou com Edie Låpore Tudo Vai Melhorar	Julho	2016
90	Já Melhorou com Alexandre Quintanilha Tudo Vai Melhorar	Julho	2016
91	Já Melhorou com Andreo Gustavo Tudo Vai Melhorar	Julho	2016
92	Já Melhorou com David Martins Tudo Vai Melhorar	Julho	2016
93	Já Melhorou com Carlos Sanches Ruivo Tudo Vai Melhorar	Julho	2016
94	Entrevista Grande Tarde (SIC) Já Melhorou	Agosto	2016
95	Já Melhorou com Kiki Pais de Sousa Tudo Vai Melhorar	Agosto	2016
96	Já Melhorou com Mariana Carvalho Tudo Vai Melhorar	Agosto	2016
97	Já Melhorou com Lourenço Ódin Cunha Tudo Vai Melhorar	Agosto	2016
98	Centro Comunitário Abraço Tudo Vai Melhorar	Novembro	2016
99	Tudo Vai Melhorar Entrevista – Queridas Manhãs (SIC)	Dezembro	2016
100	Tudo Vai Melhorar – Porto Canal	Janeiro	2017
101	Marcha das Mulheres Tudo Vai Melhorar	Janeiro	2017
102	Homofobia com Amor se Paga - Tudo Vai Melhorar	Abril	2017
103	João Paulo Rebelo – Secretário de Estado da Juventude e do Desporto Tudo Vai Melhorar	Maio	2017
104	Abraços contra Homofobia e Transfobia – 17 de Maio 2017 (RTP)	Maio	2017

105	Cecil Baldwin – Centro Comunitário Abraço Tudo Vai Melhorar	Junho	2017
106	Lisandro Castro Tudo Vai Melhorar	Setembro	2017
107	Ângela Tudo Vai Melhorar	Setembro	2017
108	Sara Anjos Tudo Vai Melhorar	Setembro	2017
109	Juan Salomão Tudo Vai Melhorar	Outubro	2017
110	It Gets Better Portugal 5 Anos	Novembro	2017
111	Mensagem de Parabéns – It Gets Better Russia	Dezembro	2017
112	Manuel da Cruz It Gets Better Portugal	Dezembro	2017
113	Lara Lopes It Gets Better Portugal	Janeiro	2018
114	Teresa Ferreira It Gets Better Portugal	Janeiro	2018
115	Boas Festas It Gets Better Portugal	Dezembro	2017
116	Rosa Costa It Gets Better Portugal	Março	2018
117	“Vamos Falar?” – Teaser 2 Guilherme e Manuela	Mai	2018
118	Vamos Falar? – Teaser 3 André e Liseta	Mai	2018
119	Vamos Falar? – Teaser 4 Sara e Ângela	Junho	2018
120	Vamos Falar? – Teaser 5 Fernanda e Pedro	Junho	2018
121	Vamos Falar? – Teaser 6 Ângela e Maria do Carmo	Junho	2018
122	Vamos Falar? Episódio 2 – Sara, Ângela e Inês	Junho	2018
123	Vamos Falar? Episódio 6 – André e Lisete (ÚLTIMO Episódio!)	Julho	2018
124	Vamos Falar? Episódio 3 – Guilherme e Manuela	Junho	2018
125	Vamos Falar? Episódio 4 – Ângela e Maria do Carmo	Julho	2018
126	Vamos Falar? Episódio 5 – Pedro e Fernanda	Julho	2018
127	João de Oliveira Mister Gay Portugal	Setembro	2018
128	João Geraldes It Gets Better Portugal	Agosto	2018
129	Federação Académica do Porto It Gets Better Portugal	Setembro	2018
130	Anthony Bleu It Gets Better Portugal (Parte 1)	Outubro	2018
131	Anthony Bleu It Gets Better Portugal (Parte 2)	Outubro	2018
132	Rui Oliveira It Gets Better Portugal	Dezembro	2018
133	Marlon – Os Azeitonas It Gets Better Portugal	Julho	2019
134	It Gets Better Portugal – Junta-te ao Movimento!	Julho	2019
135	Renata Silveira It Gets Better Portugal	Julho	2019
136	Dora Matos It Gets Better Portugal	Agosto	2019
137	He for She It Gets Better Portugal	Outubro	2019
138	Campanha #DireitosLGBTIsaoDireitosHumanos	Mai	2020
139	17 de Maio 2020 – IPDJ #SerJovemEmCasa	Mai	2020
140	Come to the rainbow school - Teaser	Agosto	2020
141	Come to the rainbow school - Apresentação	Novembro	2020

Produção			
Nº	Amadora	Semiprofissional	Profissional
1			x
2			x
3		x	
4		x	
5		x	
6		x	
7		x	
8			x
9		x	
10			x
11			x
12		x	
13		x	
14		x	
15		x	
16		x	
17		x	

18		x	
19			x
20		x	
21		x	
22		x	
23		x	
24		x	
25		x	
26			x
27		x	
28		x	
29		x	
30			x
31	x		
32		x	
33			x
34		x	
35		x	
36		x	
37			x
38	x		
39			x
40			x
41			x
42			x
43			x
44		x	
45		x	
46			x
47		x	
48		x	
49		x	
50		x	
51	x		
52		x	
53		x	
54		x	
55		x	
56		x	
57	x		
58		x	
59		x	
60		x	
61			x
62			x
63		x	
64	x		
65	x		
66		x	
67		x	
68		x	
69		x	
70		x	
71		x	
72		x	
73		x	

74		x	
75			x
76			x
77			x
78		x	
79		x	
80		x	
81		x	
82		x	
83		x	
84			x
85			x
86			x
87			x
89			x
89			x
90			x
91			x
92			x
93			x
94			x
95			x
96			x
97			x
98		x	
99			x
100			x
101		x	
102			x
103		x	
104			x
105			x
106		x	
107		x	
108		x	
109		x	
110			x
111			x
112			x
113			x
114			x
115			x
116		x	
117			x
118			x
119			x
120			x
121			x
122			x
123			x
124			x
125			x
126			x
127	x		
128		x	
129			x

130			x	
131			x	
132			x	
133			x	
134				x
135			x	
136			x	
137			x	
138				x
139				x
140				x
141				x

Duração						
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m
1				x		
2		x				
3		x				
4		x				
5		x				
6			x			
7			x			
8		x				
9		x				
10		x				
11		x				
12		x				
13	x					
14		x				
15			x			
16	x					
17		x				
18		x				
19		x				
20	x					
21	x					
22		x				
23		x				
24			x			
25			x			
26		x				
27		x				
28			x			
29			x			
30		x				
31		x				
32	x					
33	x					
34		x				
35		x				
36		x				
37		x				
38	x					
39		x				
40		x				
41		x				
42		x				

43		x				
44				x		
45	x					
46		x				
47		x				
48	x					
49	x					
50		x				
51		x				
52		x				
53		x				
54	x					
55	x					
56	x					
57	x					
58	x					
59	x					
60		x				
61		x				
62	x					
63		x				
64	x					
65		x				
66	x					
67	x					
68		x				
69		x				
70		x				
71		x				
72		x				
73		x				
74					x	
75	x					
76	x					
77	x					
78		x				
79	x					
80		x				
81	x					
82	x					
83			x			
84		x				
85		x				
86		x				
87	x					
88		x				
89			x			
90				x		
91			x			
92			x			
93			x			
94				x		
95			x			
96			x			
97				x		
98		x				

99				x		
100			x			
101		x				
102		x				
103		x				
104			x			
105		x				
106			x			
107		x				
108		x				
109		x				
110		x				
111		x				
112	x					
113	x					
114		x				
115	x					
116		x				
117	x					
118	x					
119	x					
120	x					
121		x				
122				x		
123				x		
124				x		
125				x		
126				x		
127	x					
128		x				
129	x					
130		x				
131		x				
132		x				
133	x					
134		x				
135	x					
136	x					
137	x					
138		x				
139	x					
140		x				
141				x		

Publicidade

Nº	Sim	Não
1		x
2		x
3		x
4		x
5		x
6		x
7		x
8		x
9		x
10		x
11		x

12		X
13		X
14		X
15		X
16		X
17		X
18		X
19		X
20		X
21		X
22		X
23		X
24		X
25		X
26		X
27		X
28		X
29		X
30		X
31		X
32		X
33		X
34		X
35		X
36		X
37		X
38		X
39		X
40		X
41		X
42		X
43		X
44		X
45		X
46		X
47		X
48		X
49		X
50		X
51		X
52		X
53		X
54		X
55		X
56		X
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		X
63		X
64		X
65		X
66		X
67		X

68		x
69		x
70		x
71		x
72		x
73		x
74		x
75		x
76		x
77		x
78		x
79		x
80		x
81		x
82		x
83		x
84		x
85		x
86		x
87		x
88		x
89		x
90		x
91		x
92		x
93		x
94		x
95		x
96		x
97		x
98		x
99		x
100		x
101		x
102		x
103		x
104		x
105		x
106		x
107		x
108		x
109		x
110		x
111		x
112		x
113		x
114		x
115		x
116		x
117		x
118		x
119		x
120		x
121		x
122		x
123		x

32	x									
33	x									
34	x				x					
35	x									
36	x				x					
37	x									
38	x									
39	x									
40	x				x					
41	x									
42	x				x					
43		x		x						
44										x
45	x				x					
46				x						
47	x				x					
48	x				x					
49	x									
50	x				x					
51	x				x					
52	x				x					
53	x									
54	x									
55	x				x					
56	x				x					
57	x									
58	x									
59	x									
60	x				x					
61	x				x					
62	x									
63	x									
64	x									
65	x				x					
66	x				x					
67	x				x					
68	x				x					
69	x									
70	x									
71	x									
72	x									
73	x									
74							x			
75	x				x					
76	x									
77	x				x					
78	x									
79	x									
80	x				x					
81	x									
82	x									
83	x				x					
84			x	x						
85	x									
86			x	x						
87	x									

88	x									
89					x					
90					x					
91					x					
92					x					
93					x					
94			x	x						
95					x					
96					x					
97					x					
98	x									
99			x	x						
100			x	x						
101		x								
102	x									
103	x									
104				x		x				
105	x				x					
106	x				x					
107	x				x					
108	x				x					
109	x				x					
110	x									
111	x									
112	x									
113	x									
114	x				x					
115	x									
116	x									
117									x	
118									x	
119									x	
120									x	
121									x	
122			x				x			
123			x				x			
124			x				x			
125			x				x			
126			x				x			
127	x									
128	x				x					
129	x									
130	x				x					
131	x				x					
132	x				x					
133	x									
134	x									
135	x				x					
136	x									
137	x									
138	x									
139	x									
140	x									
141	x									
Temáticas										

Nº	LGBTI+	Evento	Homofobia*	Política	Ativismo	Bullying	Saúde	Moda	Adoção	Casamento	Cinema	Educação	Gravidez	Outro
1	x		x		x	x								
2	x		x		x	x								
3	x		x		x	x								
4	x		x		x	x								
5	x		x		x	x								
6	x		x		x	x								
7	x		x		x	x								
8	x		x		x	x								
9	x		x		x	x								
10	x		x		x	x								
11	x		x		x	x								
12					x	x								
13	x		x		x	x								
14	x		x		x	x								
15	x		x		x	x								
16	x		x		x	x								
17	x		x		x	x								
18	x		x	x	x	x								
19	x		x		x	x								
20	x		x		x	x								
21	x		x		x	x								
22	x		x		x	x								
23	x		x		x	x								
24	x		x		x	x								
25	x				x									
26	x		x		x	x								
27	x		x	x	x	x								
28	x		x		x									
29	x		x		x	x								
30	x		x		x	x								
31	x		x		x	x								
32	x		x	x	x	x								
33	x		x		x	x								
34	x		x		x	x								
35	x		x		x	x								
36	x		x		x	x								
37	x		x	x	x	x								
38	x		x		x	x								
39	x		x		x	x								
40	x		x		x	x								
41	x		x		x	x								
42	x		x		x	x								
43	x		x		x	x								
44	x		x	x	x	x								
45	x		x		x	x								
46						x								
47					x	x								
48					x	x								
49	x		x		x	x								
50	x		x		x	x								
51	x		x		x	x								
52	x		x		x	x								
53					x	x								
54	x		x		x	x								
55	x		x		x	x								
56	x		x		x	x								
57	x		x		x	x								
58					x	x								
59					x	x								
60					x	x								
61	x		x		x	x	x							
62	x		x		x	x								
63	x		x		x	x								

64					x														
65					x	x													
66					x	x													
67	x		x		x														
68					x	x													
69	x				x	x													
70					x	x													
71					x	x													
72	x		x		x	x													
73	x		x		x	x													
74	x		x		x														
75	x		x		x	x													
76	x		x		x														
77	x		x		x														
78	x		x			x													
79	x		x		x	x													
80	x		x		x	x													
81	x		x		x	x													
82	x		x		x	x													
83	x		x		x	x													
84	x																		
85	x				x														
86	x		x		x	x													
87					x														
88	x				x														
89	x		x			x													
90	x																		
91	x					x													
92	x																		
93	x																		
94	x				x														
95	x					x													
96	x					x													
97	x																		
98	x				x		x												
99	x		x		x	x													
100	x		x		x														
101	x				x														
102	x		x		x														
103	x		x	x	x														
104	x		x		x														
105	x				x		x												
106	x		x		x	x													
107	x		x		x	x													
108	x		x		x	x													
109	x		x		x	x													
110	x				x														
111	x				x														
112	x		x		x														
113	x		x		x														
114	x		x		x														
115					x														
116	x		x		x	x													
117	x																		
118	x																		
119	x																		
120	x																		
121	x																		
122	x																		
123	x																		
124	x																		
125	x																		
126	x																		
127	x		x		x														
128	x				x														
129	x				x														
130	x		x		x	x													
131	x		x		x	x													
132	x		x		x														

133	x				x									
134	x				x									
135	x				x									
136	x				x									
137	x				x									
138	x		x		x	x								
139	x		x		x									
140	x				x							x		
141	x				x							x		

Anexo 7 – Tabela de Taxonomia – Pois.pt

Informação geral						
Nº	Título				Mês	Ano
1	Exposição "Dirty Little Drawings" de Colin Ginks				Outubro	2018
2	Interview with European Association of Pride Organizers (EPOA)				Janeiro	2019
3	Beach Bucket Challenge				Junho	2019
4	Entrevista a Gloria Groove				Julho	2019
5	Entrevista a Cristian Rodríguez - QueerLisboa'19				Setembro	2019
6	Entrevista a Inês de Sousa Real - candidata nº2 pelo PAN às legislativas				Outubro	2019
7	Entrevista a Silvetty Montilla				Outubro	2019
8	Apresentação do Festival da Canção 2020				Janeiro	2020
9	Gala de atribuição dos Prémios Arco-Iris (ILGA Portugal)				Janeiro	2020
10	Casa do Cais (Temporada 2) - Festa de Antestreia				Janeiro	2020
11	Filme "El Pacto" - entrevista a Ana Cavazzana e Daniel Freitas				Fevereiro	2020
12	Moda Lisboa Março 2020				Março	2020
13	Team Building Pois.pt na aula do Ricardo Love Cook				Março	2020
Produção						
Nº	Amadora	Semiprofissional		Profissional		
1						x
2						x
3						x
4						x
5						x
6						x
7						x
8						x
9						x
10						x
11						x
12						x
13						x
Duração						
Nº	- 1m	1m – 5m	5m – 10m	10m – 30m	30m – 60m	+ 60m
1			x			
2			x			
3	x					
4			x			
5				x		
6				x		
7			x			
8			x			
9			x			
10			x			
11				x		
12				x		
13			x			
Publicidade						
Nº	Sim			Não		
1				x		
2				x		
3				x		
4				x		
5				x		
6				x		

Anexo 8 - Guião de entrevista

1. Quando surgiu a ideia de criar esta plataforma?
2. Quais foram os objetivos na altura da criação da plataforma?
3. A nível de conteúdo audiovisual existe uma estratégia?
4. Aceitam publicidade ou outro tipo de patrocínios ou apoios ao vosso projeto ou a conteúdos mais específicos?
5. Mantém, além destas, outras parcerias?
6. Qual tipo de conteúdo audiovisual ao qual dão mais ênfase?
7. O conteúdo é pensado para um único ou para vários canais?
8. Como dirigem o conteúdo ao nicho LGBTQ+?
9. Usam publicidade ou recorrem a *influencers*?
10. Pretendem alcançar outros públicos?
11. Quais são os objetivos da plataforma a curto ou médio prazo (próximos anos)?

Anexo 9 – Entrevista a João Paulo – PortugalGay.pt

João Paulo - proprietário, diretor, RP e editor do PortugalGay.pt

M: Antes de fazer as perguntas, gostava de apresentar a minha dissertação, que é sobre o vídeo online direcionado para nichos de público, neste caso o público LGBTI+. O meu orientador é o Professor José Cavaleiro Rodrigues, e penso que a entrevista deverá ter pelo menos uma meia hora, penso que não deverá ultrapassar mais do que isso. Antes de mais eu gostaria de saber se não há problema em gravar pelo menos o áudio para depois ser mais fácil para mim.

P: Estás à vontade.

M: Quando surgiu a ideia de criar a plataforma Portugal Gay.pt? Qual foi o contexto, quem esteve envolvido?

P: Nasce em 1996, a net tinha acabado de entrar, ela chegou a Portugal, se não estou em erro, em 95. Hoje é vista como uma ferramenta de trabalho, de estudo, de organização e na altura era vista pelos portugueses como um bicho de sete cabeças, algo a evitar, porque era estranho, porque era novo e também porque não estava acessível a toda a gente. A maioria das pessoas não tinha computador em casa e a maioria não tinha sequer internet. E a internet não é sequer o que é hoje, que pegas num telemóvel e tens internet e consegues aceder ao mundo. Na altura tinhas de ter internet em casa, tinhas um modem que parecia que estavas a fritar batatas, era uma coisa que fazia muito ruído, era muito lento e não havia quase nada. E o Portugal Gay quando apareceu, eu conheci o meu marido em 1995 e depois com o processo de namoro, fomos nos conhecendo e uma das coisas que ele falou comigo, ele é formado em engenharia eletrotécnica e computadores, foi que toda a sua identificação como pessoa homossexual veio de fora, veio de sites dos Estados Unidos e também de Inglaterra, ou seja, toda a realidade que ele conhecia, do que é ser homossexual, era uma realidade que não era a nossa. E no meio das nossas conversas, chegámos à conclusão que fazia sentido termos uma base de informação, uma vez que estava a chegar a internet e é a área do trabalho dele, enquanto estudante de mestrado na altura, que fazia sentido criar uma página. Em 1996, era um fundo negro com muito pouca informação, o lettering em branco. E o que nós fizemos na altura foi pegar nos conteúdos que havia nos outros sites, maioritariamente nos ingleses e nos americanos, traduzi-los e adaptá-los

à nossa realidade, nomeadamente, como dizer a um amigo que sou gay, como falar com os pais. E na altura, havia muitos bares gays, quando era mais penoso ser LGBTI+ em Portugal era quando havia mais bares com públicos e atitudes diferentes, coisa que atualmente aqui no Porto não existe e então também criámos um roteiro gay, para as pessoas saberem onde é que podiam ir, quais eram os horários, que tipos de ambientes. Criámos esse espaço e fomos aumentando divisões ao espaço, através das mensagens que íamos recebendo de jovens que estavam longe, que se calhar eram os únicos a ter acesso à internet na terra deles e que por sinal eram LGBTI+ e que por sinal quiseram saber mais e foram fazer perguntas e nos obrigaram a fazer pesquisas maiores, a procurar inclusive colegas nossos que eram LGBTI+ mas teriam outra formação, alguns deles já tinham inclusive alguma atividade enquanto ativistas pelos direitos humanos e fomos aumentando as divisões do nosso site conforme essas solicitações.

M: Vocês começaram como um agregador de ideias que já existiam noutros países e trouxeram-nas para o nosso país, mas à medida que isso foi acontecendo, também foram despertando para outras realidades que já existiam no nosso país?

P: Exatamente e que nós não tínhamos noção. Ou seja, nós fazíamos o que a maioria do cidadão faz, muito senso comum da minha experiência e acho que o resto do mundo é assim, e não é. Nós fomos aumentando o site pelos inputs que nos iam dando, mais em forma de questão, de pedido de auxílio, mais do que faz falta meter aqui isto. Nós vimos que se temos 5 perguntas sobre as doenças sexualmente transmissíveis, se calhar temos de fazer uma secção que fala só sobre as doenças sexualmente transmissíveis.

M: Ou seja, ir respondendo aquilo que ia aparecendo...

P: Exatamente, posso dizer que na altura, a informação mainstream não falava das questões LGBTI+, nós fomos durante 3 ou 4 anos o segundo site mas acessado na internet em Portugal, depois da Bolsa de Valores, devido a isso, começámos a ser referência em vários tipos de trabalhos.

M: Sentes que os objetivos que tinham no momento da criação da plataforma mudaram ou foram acrescentando objetivos aos que já tinham?

P: Os objetivos do Portugal Gay enquanto página de internet mantêm-se, o informar e apoiar. O que fez enquanto plataforma foi transformar o seu editor, que sou eu, num ativista, porque não era ativista. Começas a ter uma constatação da realidade das pessoas que estão à tua volta e que não as conheces e começas a ter histórias de vida e às vezes de morte, começas a sentir que tinhas de fazer alguma coisa. Já que tenho uma estrutura familiar, já que tenho um companheiro, já que tenho a hipótese de, então vou deixar de ser um privilegiado que vive a sua vidinha num cantinho e vou tornar esse privilégio numa arma, dando voz a quem não a tem. O Portugal Gay evoluiu enquanto conteúdo, mas manteve sempre o objetivo que era apoiar e informar.

M: Passando para a parte do conteúdo, dirias que existe uma estratégia da vossa parte, seja política, económica ou mesmo estética ou nem por isso?

P: Nem por isso, para mim estratégia é algo pensado, é algo que tem um determinado objetivo, eu quero chegar ali, quero ser o maior, ganhar mais dinheiro ou ter isto ou ter aquilo. Para nós é ter o sorriso das pessoas e está tudo feito. Quando o objetivo é ver os outros felizes, não tens uma estratégia, vais te adaptando e é o que temos feito este tempo todo.

M: Ainda nesta questão, fiz uma breve análise ao vosso canal e reparei que a maior parte dos vossos vídeos são curtos, entre 1 a 5 minutos ou então entre 5 a 10 minutos e que a maior parte deles são semiprofissionais ou profissionais. É uma das vossas características para ser mais fácil de as pessoas verem o canal?

P: Nunca tivemos essa pretensão. Temos o cuidado de ficar bonito, legível. Por acaso tenho feito uns vídeos em direto para o YouTube, comecei a fazer porque é mais rápido e está logo lá, porque antigamente gravava no telemóvel e depois passava para o Facebook e falo de várias coisas. A minha primeira filmagem para o PG, numa questão de direitos humanos tinha haver com a despenalização do aborto, com o João Teixeira Lopes e com a Maria José Magalhães, psicóloga e docente na Escola de Psicologia do Porto e o João Teixeira Lopes é, curiosamente, meu professor agora na Faculdade de Letras do Porto, onde estou a fazer Sociologia. Foram as primeiras pessoas que entrevistei a andar com uma handcam com cassete e a perguntar qual era a pertinência da passeata que eles fizeram entre dois pontos da cidade do Porto, para alertar as pessoas. Correu muitíssimo bem porque consegui ter alguma estabilidade com a câmara. A ideia

de ter vídeos curtos é mesmo para cativar, as pessoas não estão dispostas a ver muitas coisas. Tens um grupo de pessoas que gosta de ver documentários de uma hora, duas, mas outros querem conteúdos rápidos, objetivos. Muitos dos vídeos tem haver precisamente com as marchas e preferimos ter vários vídeos da mesma marcha em vários ângulos do que ter um vídeo que nunca mais acaba, porque é cansativo para quem está em casa a ver. Uma coisa é termos os diretos que permitem às pessoas comentarem e mandarem opiniões, outra coisa é estares a criar um documentário que não é documentário nenhum.

M: Ainda por cima, o processo de upload era demorado na altura, a net era muito lenta...

P: Sim, ainda por cima, na questão da handcam, tinhas de passar da cassete para o computador, bem como o processo de edição.

M: A nível da consistência de publicação, reparei que em 2017 pararam de publicar no canal. O que aconteceu?

P: Em 2017, estava a fazer rádio, um programa “Também Somos Gente”. Aproveitei um convite de uma rádio local e a ideia era dar a conhecer a história de vida das pessoas. Obviamente que aproveitei o núcleo todo ativista que conhecia para divulgar o que estavam a fazer e ao mesmo tempo falarem dos seus percursos e das suas histórias de vida. Esse declínio que viste em relação ao canal de YouTube também se verificou no próprio site, porque se começou a ter uma evolução da imprensa e do audiovisual mainstream, em que a questão LGBTI+ começou a ser falada. É muito fácil encontrares notícias sobre as questões LGBTI+ muito mais bem construídas e muito mais positivas do que aquilo que era no início. Durante muito tempo o jornalismo denegria as pessoas LGBTI+, mas atualmente tens jornalistas mais bem formados, tens inclusive jornalistas LGBTI+, tens pivots LGBTI+. Acho que o nosso trabalho em criar uma boa imagem da comunidade LGBTI+ foi feito e chegou a um determinado ponto que seria mais colorir, do que dar informação porque ela começou a ser vulgarizada, no bom sentido.

M: É preferível fazer algo diferente do que algo que se tornou vulgar?

P: Sim, neste momento estou a recolher informações, para fazer um filme de pelo menos uma hora, com entrevistas a pessoas seniores, para nos contarem como era ser LGBTI+ antes do 25 de Abril.

M: A ausência é na perspetiva de fazer um trabalho diferente?

P: Sim, é mais nesse sentido. Tenho algumas entrevistas já feitas, nomeadamente com pessoas que já faleceram e que quero montar e preparar. Vem da sequência de uma conferência onde eu fui falar em 2005 na Conferência Afro-Luso-Brasileira, que a Não te privas organizou em Coimbra, sobre as dificuldades de viver atualmente a terceira idade enquanto LGBTI+ nas instituições do Estado, onde ainda hoje, a homofobia condiciona a tua vida.

M: Referiste que não fazem o projeto para obter retorno financeiro, mas por vontade própria...

P: Mas já deu dinheiro, houve uma altura que eu pagava o dinheiro da casa com a publicidade do Portugal Gay, mas não era o objetivo. Já que há um lucro, ainda melhor, porque há deslocações e viagens que precisam de ser pagas.

M: Era essa a questão que queria colocar, vocês aceitam publicidade ou outro tipo de patrocínios, apoios ou parcerias ao vosso projeto, no sentido de fazerem conteúdos mais específicos?

P: Durante muito tempo sim, as pessoas contactavam o Portugal Gay para fazer publicidade e pagavam por ela e tinham os tais banners de publicidade. Hoje não, essa procura caiu de forma vertiginosa, porque as empresas tem os seus próprios sites e o Facebook veio revolucionar toda a questão de marketing que se possa fazer a nível cibernético. O que nós temos é o adsense da Google, onde eles ocupam os teus banners e nós ganhamos por clique.

M: Isso também se aplicava ao vosso canal de YouTube?

P: O canal de YouTube não, sempre foi um parente pobre, servia de suporte ao Portugal Gay, mas não era um espaço onde nós fazíamos publicidade, nem queríamos, porque podia de certa forma, condicionar a nossa liberdade de expressão.

M: Achas que terem apoio vos ajudaria a ter mais conteúdo ou a melhorar o conteúdo que já produzem?

P: Se nós vendêssemos toda a capacidade publicitária que tínhamos na altura, ganhava mais que o Presidente da República. Se isso tivesse acontecido, eu posso dizer que o Portugal Gay, não seria uma página, seria uma empresa com funcionários e a produzir conteúdo regular, quer audiovisual, quer escrito. Estamos registados como órgão de informação na ERC e seríamos exatamente isso, um órgão de informação. Como isso, não aconteceu, eu não tenho dinheiro para pagar ordenados.

M: Achas que no futuro, isso seria um objetivo? Ter alguém a tempo inteiro a produzir conteúdo?

P: Para mim é um objetivo de longa data, aliás, é neste momento o meu único objetivo.

M: Qual é o tipo de conteúdo ao qual dão mais ênfase?

P: No nosso canal de YouTube o nosso foco foi sempre mostrar os eventos públicos, aproveitar o acontecimento para entrevistar pessoas nas Marchas, nos eventos. Voltamos à questão de vídeos curtos, mostrar o evento enquanto massa que se move na cidade, mostrar o que está a acontecer e porque está a acontecer.

M: Quando estive a fazer a análise ao vosso canal, verifiquei que as 3 temáticas mais abordadas foram eventos, LGBTI+ e ativismo. Concordas?

P: Nós temos uma ligação com a Rádio Nova Era, durante a altura que estive mais ativo no ativismo, para mim era muito importante estar num evento como o Nova Era Beach Party ou nos mais importantes, porque são eventos que atraem milhares de pessoas e era superinteressante porque um gay a filmar e os miúdos a olharem para a nossa câmara e dizerem adeus, não tinham a mínima ideia de que éramos um canal gay, mas nunca recebemos qualquer tipo de rejeição, quando viram os nossos vídeos. Houve um DJ famoso que usou um dos nossos

vídeos sem tirar a identificação do Portugal Gay numa promoção dele num outro sítio qualquer. É para a comunidade um momento de dizer que nós fizemos parte deste evento.

M: Uma das razões pelas quais a temática Evento está em primeiro lugar e a LGBTI+ em segundo, é mostrar que fazemos todos parte da mesma comunidade?

P: Sim, e essa nossa ideia de ir aos eventos era mesmo mostrar a normalidade e que a minha orientação sexual ou a minha identidade de género nada tem a ver com o facto de eu ser futebolista, DJ, pedreiro, arquiteto, etc. Eu sou aquilo que eu quiser.

M: Já me tinhas falado que o canal de YouTube era secundário ao vosso site, mas o conteúdo é interligado?

P: Sim, é interligado entre os dois, os vídeos surgem aliados a alguma notícia no site, ou seja, os vídeos não existem por si só, existem porque fazem parte de uma notícia.

M: Em relação às redes sociais, também fazem interligação?

P: Sim, entre o Facebook e o site. Entre o canal de YouTube e o Facebook ainda não, porque o canal está mais calmo como tu viste.

M: Como dirigem o conteúdo ao público LGBTI+? Utilizam publicidade, recorrem a pessoas conhecidas?

P: Nós não temos um esquema de marketing montado, muitas das vezes o que nós fazemos é usar os hashtags. O nosso trabalho enquanto criar visibilidade e identidade está feito, não fazemos muito a divulgação.

M: Tinhas-me dito que alguns conteúdos não alcançam só o público LGBTI+. Que outros públicos pretendem atingir?

P: O chamado mainstream, tentar divulgar a imagem das pessoas LGBTI+ nos diferentes espaços possíveis, para que nos vejam como pessoas que fazem parte do todo.

M: Também me falaste de já terem aparecido em trabalhos de outras pessoas, consideras por exemplo, a repostagem de conteúdos de outras plataformas na vossa plataforma, também importante?

P: Sim, desde que se identifiquem as fontes, é sempre bom para divulgação do Portugal Gay.

M: Quais são os objetivos da plataforma a curto ou médio prazo? Já me falaste do projeto da terceira idade.

P: Além desse projeto das entrevistas a pessoas LGBTI+ na terceira idade, um dos objetivos é mostrar diversidade nas profissões das mulheres e das pessoas LGBTI+, desmistificar ideias de que somos todos cabeleireiros, bailarinos, que somos tudo menos mecânicos, trolhas, pescadores, camionistas. É essa parte que quero mostrar, que estamos em todas as áreas da sociedade.

M: Muito obrigado pela disponibilidade!!

P: Ora essa!! Qualquer coisa podes sempre mandar mensagem!!

Anexo 10 – Entrevista a Mia – Rede Ex Aequo

Mia – Equipa de comunicação da Rede Ex Aequo em 2020

M: Boa tarde. Obrigada pela disponibilidade.

R: Boa tarde. Ora essa.

M: Antes de fazer as perguntas, gostava de apresentar a minha dissertação, que é sobre o vídeo online direcionado para nichos de público, neste caso o público LGBTI+. O meu orientador é o Professor José Cavaleiro Rodrigues, e penso que a entrevista deverá ter pelo menos uma meia hora, penso que não deverá ultrapassar mais do que isso. Antes de mais eu gostaria de saber se não há problema em gravar pelo menos o áudio para depois ser mais fácil para mim.

R: Não, não, há vontade.

M: Ok, obrigada. Podemos começar. Quando é que surgiu a ideia de criar a vossa plataforma e consequentemente o vosso canal de YouTube?

R: Ora, é um bocadinho difícil de responder a esta pergunta porque a Rede Ex Aequo é uma associação de jovens e todos os anos mudamos de direção, ou seja, as pessoas que estão na frente, embora muitas pessoas se mantenham durante alguns anos, não somos sempre os mesmos e às vezes ir ali atrás ver quem é que fez o quê, numa associação com 18 anos não é assim a coisa mais fácil. Portanto, já foi criada há alguns anos e daquilo que eu sei, foi criado no início com o objetivo de partilhar alguns vídeos que íamos fazendo e também termos ali um conjunto de recursos para podermos partilhar de forma mais fácil, não só com os jovens que apoiamos, mas também com pedidos que vamos recebendo de psicólogos, pessoas que trabalham na área da educação, etc. Portanto, é um sítio onde colocamos recursos que temos em vídeo para ser mais fácil viajarem de um lado para o outro.

M: Qual era a ideia quando criaram a plataforma? Era criar essa rede de pessoas?

R: Seria chegar a um público diferente, a quem está no YouTube e a mais jovens, através das pesquisas. O YouTube está ligado depois à Google, aparece em termos de SOS e essas coisas todas. Era uma forma de chegar a mais pessoas por aqueles tópicos.

M: Vocês no YouTube utilizam interlocutores, parceiros ou pessoas mais influentes para passar as vossas mensagens ou apenas pessoas ligadas ao projeto?

R: Também se usam às vezes. É muito raro, uma percentagem de menos de 10%, termos às vezes pessoas que nós sabemos que tem uma audiência maior para fazerem alguns convites para algumas atividades através do YouTube, mas na sua grande maioria são mais pessoas ligadas à associação, quer direção, quer voluntários no geral.

M: Falaste-me nos objetivos que tinham quando criaram a rede. Houve alguma alteração a esses objetivos, houve algum momento em que mudaram de objetivos?

R: No início o canal era mais utilizado para divulgar aquilo que estávamos a fazer ou convidar pessoas para participar em determinados eventos que íamos ter ou em determinadas campanhas. Hoje em dia, e pro futuro, o nosso objetivo é investir em conteúdo mais informativo, ou seja, não tanto em convidar as pessoas ou informá-las sobre o que estamos a fazer, mas transmitir algum conhecimento em relação às temáticas LGBTI+.

M: A nível de conteúdo há uma estratégia, seja a nível político, económico ou mesmo a nível estético? Vocês tem uma estratégia definida ou vai surgindo?

R: Como pessoa que gere a equipa de comunicação este ano, sei que tentámos seguir de facto, uma linha visual que estivesse de acordo com o que é o kit visual da marca da associação. Posso dizer que para o ano não sou eu que vou gerir a equipa de comunicação, portanto mudaram-me de departamento, na verdade eu pedi, porque trabalho com marketing digital. Em 2021, a pessoa que estiver a gerir a equipa de comunicação vai tomar as decisões dela. Mas tentamos obviamente manter uma linha dentro daquilo que é a identidade da marca. Sem grandes preocupações, tendo em conta que a maioria das pessoas que produzem o nosso conteúdo são voluntários, também não podemos exigir assim uma coisa rígida, mas tentamos o nosso melhor.

M: Eu estive a fazer uma breve análise ao vosso canal e reparei que a maior parte dos vídeos são curtos com menos de um minuto e entre um minuto e 5 minutos e que a maior parte deles são feitos de forma profissional. Isso faz parte da vossa estratégia, ou seja, terem vídeos curtos para ser mais fácil de produzir/ver ou simplesmente acontece?

R: Sim, não é uma estratégia, nós não pensamos “vamos fazer vídeos curtos”. Acabam por ser vídeos que criamos com vários fins e tem aquele tempo porque nós sabemos também que a atenção das pessoas online não é assim uma coisa muito extensa, sobretudo a atenção dos jovens. Então, acabam por ser esses vídeos mais curtos. Não é de propósito, não temos como filosofia só fazer vídeos curtos, mas acontece.

M: Reparei que houve alguns anos em que não publicaram vídeos ou então só publicaram uma vez por ano ou num mês específico. Isso tem a ver com mudanças de direção ou por estarem a preparar outro tipo de conteúdo para publicar?

R: Eu acho que teve mais a ver com a mudança da direção, com a mudança das pessoas responsáveis, mas eu acho que até à pouco tempo, não havia no geral, uma grande preocupação com estas questões do online. Não só não havia tempo, como também depende das capacidades e dos interesses das pessoas envolvidas nos projetos na altura. Portanto, muito provavelmente, foi mais uma questão disso. Não haver esta sensibilidade para a necessidade do YouTube, e de facto, nota-se se fores ver os tipos de conteúdo nesses anos são qualquer coisa interessante que fizemos naquela altura e então houve um vídeo que foi criado para o Facebook e que foi parar ao canal de YouTube também já agora, porque também temos um. Portanto acredito que por falta de interesse, estratégia de haver ali uma alimentação do canal.

M: Há canais que tem AdSense, eu não sei se o vosso tem...

R: Não.

M: Então vocês aceitam publicidade ou outro tipo de patrocínios ou apoios aos vossos projetos ou a determinados conteúdos específicos que vocês façam?

R: Até ao dia de hoje, não houve nenhuma proposta que nos fizesse sentido, ou seja, não é uma coisa, em termos de vídeos à qual nos opomos completamente, contudo teriam de ser casos em que a marca estaria alinhada com aquilo que são os nossos propósitos. Dou um exemplo prático, fomos contactados por uma sex shop, só que ao termos as reuniões com as pessoas que trabalham e que estão a gerir essa marca, não havia sensibilidade para questões LGBTI+, não há interesse por ter uma linguagem inclusiva. Nós dizemos às pessoas que não se utiliza um certo termo, hoje em dia se usa um termo diferente, não há esta sensibilidade para mudar. Nós não vamos fazer uma parceria com uma marca para que as pessoas que nos conhecem e que vão através de nós para a marca, serem tratadas de uma forma pouco sensível. Temos também uma preocupação com situações de pink washing. Portanto, queremos perceber efetivamente se uma marca não utiliza as questões LGBTI+ como uma estratégia de marketing, mas depois no dia a dia têm comportamentos condizentes. Portanto, ainda não tivemos uma proposta que valesse a pena.

M: Acham que se tivessem alguma parceria ou alguma publicidade, que isso iria ajudar a desenvolver os vossos projetos? Seria uma mais valia?

R: Em que sentido?

M: Por exemplo, se precisassem de efetuar algum vídeo, por exemplo, há canais que fazem séries originais. Se vocês tivessem algum tipo de publicidade seria útil? Mesmo apoios do Estado?

R: Ou seja, se nós tivéssemos alguma parceria que nos desse fundos, se nós teríamos interesse em fazer esse tipo de coisas?

M: Não, no sentido que, se recebessem esses fundos, se eles vos ajudariam a desenvolver algum tipo de projeto vosso.

R: Mas relacionado com o canal de YouTube ou no geral?

M: No geral e no YouTube também.

R: Nós vivemos de fundos, nós fazemos candidaturas a projetos, recebemos dinheiro e desenvolvemos os projetos e na sua grande maioria são fundos que vem de organizações governamentais como o CNJ. Neste momento temos um fundo que vem do Portugal 2020 e é assim que vamos conseguindo, porque ter uma associação destas implica muitos custos, muita gente a andar de um lado para outro. É óbvio que se houvesse algum projeto que fosse mais dedicado à construção deste material informativo que depois fosse colocado no canal de YouTube, nós teríamos se calhar mais pessoas e recursos alocados a este âmbito em particular.

M: Tendo em conta o conteúdo que tem no YouTube, qual é o tipo de conteúdo a que dão mais ênfase? Há algum tipo de conteúdo que publicaram que prevaleça mais, que produzam mais ou que estejam a produzir mais agora do que no passado?

R: Nós até ao momento, aquilo que acabamos por fazer mais são conteúdos mais relacionados com as nossas atividades, portanto, testemunhos de pessoas que beneficiaram de alguns projetos que nós desenvolvemos ou até resultados de projetos que estivemos a fazer e tentamos partilhar algumas coisas mais informativas. O objetivo para o futuro é de facto começar a investir mais em questões de vídeos educativos.

M: Reparei que produzem bastantes campanhas e que as temáticas mais abordadas são LGBTI+, mas também ativismo, eventos e homofobia. Concordas com isto?

R: Sim e faz sentido. Os nossos maiores projetos em termos de existirem o ano inteiro são os núcleos LGBTI+, os centros de apoio de pares que temos nas diferentes cidades e o projeto de educação, onde vamos às escolas combater o bullying homofóbico como associação de jovens, pois muitos dos jovens estão em contexto escolar ou em universidades.

M: Referiste que os vídeos do Facebook acabam por ir parar ao canal de YouTube. Há outro tipo de interligação que façam com algum site ou outras redes sociais?

R: Eles são criados já com o objetivo de irem para todo o lado, portanto aquilo que nós usamos é essencialmente o Facebook e o Instagram, não temos assim grande presença em outras redes sociais. Os vídeos mais compridos normalmente vão parar ao site. Portanto, acho que nenhum

destes vídeos foi feito exclusivamente para publicar no YouTube, mas sim para difundir nas redes sociais. O YouTube acaba por ser uma rede social, portanto, nestas redes sociais todas.

M: Sendo vocês uma rede LGBTI+, como é que dirigirem o conteúdo ao público LGBTI+, recorrem a publicidade, tem estratégia de divulgação?

R: Nunca fizemos, que eu saiba, nos últimos 5 anos e acredito que antes disso também não se fizesse, publicidade dentro do YouTube. Fazemos alguns anúncios no Facebook e no Instagram, para alguns eventos em específico, quando temos as nossas escolas Ex Aequo, que é quando vamos fazer formações para chamar quem não nos conhece e também quando fazemos o acampamento de verão, ou seja com o objetivo de atrair pessoas que não estão dentro daquilo que são as pessoas que nos seguem. Não é muito frequente e devemos fazer estes anúncios duas ou três vezes por ano no máximo, não é uma coisa onde gastemos muito dinheiro. O público da Rede Ex Aequo é completamente fascinante, porque as pessoas atraem-se a elas próprias, tem um nível de interação, de engagement extraordinário. Ligamos a câmara dois segundos para fazer um teste no Instagram e já estão vinte pessoas a ver, tendo em conta os seguidores que não são assim tantos e por isso há muitos jovens que vem a partir daí. Tentamos criar conteúdo que é do interesse deste público, e não no YouTube mas nas outras redes sociais, acabamos por ter interações com pessoas com mais influência. Este ano fizemos um pride online, fizemos dois na verdade, um para Portugal inteiro e o Funchal Pride, portanto fizemos estes dois, mas sobretudo o que nós fizemos para Portugal inteiro, tínhamos artistas LGBTI+ ou LGBTI+ friendly que vieram participar e obviamente esse tipo de coisas acaba também por atrair.

M: Além do público LGBT e como tentam combater a homofobia, fazendo várias campanhas, tentam chegar a outro tipo de público?

R: Acabamos por chegar a outro tipo de público, mas não online, portanto aquilo que nós publicamos é muito para as pessoas que nós servimos, que são estes jovens LGBTI+, conteúdo que é do interesse deles. Não temos por hábito publicar conteúdo que sirva para pais ou professores. Acabamos por interagir com essas pessoas no dia a dia de uma forma mais presencial, online é mais direcionada aos nossos jovens.

M: Já fizeram no vosso canal algum tipo de repostagem de entrevistas que vos foram feitas por algum canal de televisão, por exemplo? Se sim, consideram importante?

R: Sim, acaba por ser uma forma de quem chega ao nosso canal ver também que existe esta participação, é mais uma questão de estabelecer uma autoridade. É uma associação que é convidada para ir à televisão, que faz não sei o quê, portanto sim, quando fazemos é mais com esse objetivo.

M: Quais são os objetivos da vossa plataforma no futuro, a curto e a médio prazo? Os objetivos vão-se manter ou vai haver algum tipo de mudança?

R: Estamos a criar o plano de atividades para o próximo ano (2021), portanto ele já existe, aquilo que nós vamos apostar, sobretudo quando falamos aqui em questões de redes sociais e YouTube é na criação de conteúdo educativo. Sabemos hoje em dia que as pessoas LGB já estão mais ou menos encaminhadas, já há muita informação, já há uma representação nos media, que embora muitas das vezes não seja excelente, vai existindo. Já aparece o casal gay na novela, por exemplo. O nosso objetivo agora é dar assim a conhecer material para aquelas pessoas que ainda não tem esta presença tão bem estabelecida ou tão positiva nos media como é o caso das pessoas transsexuais. Vemos agora com o caso do Elliot Page, que só de ler os títulos... Eu ontem disse: vamos mandar um comunicado à comunicação social, fazemos prints dessas notícias todas e mandamos-lhes um email com o título “Não sabe o que está errado nestas notícias? Nós sabemos!”. Não é assim que falamos sobre as pessoas. Há uma desinformação do público em geral para o que é uma pessoa transsexual, como é que nós nos devemos dirigir a uma pessoa transsexual. Mesmo dentro da comunidade as pessoas transsexuais não sabem quais é que são os direitos que tem, onde é que podem ir, como é que são os processos, por onde é que começam.

M: Mesmo a nível de saúde ainda é um processo muito longo a ser feito.

R: Sim, todos os dias recebemos uma mensagem de alguém a dizer: eu sou transsexual, queria começar terapia hormonal, quero mudar o nome no cartão de cidadão, o quê que eu faço? Não há este conhecimento, é uma informação supercomplicada, há coisas que nem eu sei responder, portanto, tenho que andar a perguntar e às vezes são pessoas transsexuais que passaram pelo processo, que sabem onde é que são as coisas e que falam por experiência, mas ninguém lhes

ensinou. A nossa preocupação é dar este tipo de conhecimentos, não só para o público em geral mas também dar recursos às pessoas transsexuais para elas saberem o que existe, quais é que são os direitos delas, etc.

M: Eu não tenho mais nenhuma pergunta, não sei se tens mais alguma coisa a acrescentar ou alguma coisa que queiras dizer...

R: Não, obrigada e boa sorte. Diverte-te e bom trabalho.

M: Muito obrigado.

Anexo 11 – Entrevista a Tiago Castro – It Gets Better Portugal

Tiago Castro – Presidente do It Gets Better Portugal

M: Boa tarde. Obrigada pela disponibilidade.

I: Boa tarde.

M: Antes de fazer as perguntas, gostava de apresentar a minha dissertação, que é sobre o vídeo online direcionado para nichos de público, neste caso o público LGBTI+. O meu orientador é o Professor José Cavaleiro Rodrigues, e penso que a entrevista deverá ter pelo menos uma meia hora, penso que não deverá ultrapassar mais do que isso. Antes de mais eu gostaria de saber se não há problema em gravar pelo menos o áudio para depois ser mais fácil para mim.

I: Eu estou totalmente disponível, esteja à vontade.

M: Quando é que surgiu a ideia de criarem esta plataforma?

I: O It Gets Better Portugal é o afiliado português do projeto internacional com o mesmo nome, It Gets Better Project. Começando pelo projeto internacional, nasceu em 2010 nos Estados Unidos, quando um casal (colocar nomes), gravaram um vídeo dirigido a jovens LGBTI+. Porquê que decidiram gravar este vídeo? Porque existia na altura e infelizmente continua a ser uma realidade, muitos episódios de bullying nas escolas, com base nas questões de orientação sexual e de identidade de género. O que este casal fez neste vídeo foi falar diretamente para estes jovens, dizendo-lhes que não estão sozinhos, que existem pessoas que estão ali para apoiar, que de facto aquilo que sentem, existem muitas outras pessoas que passam pelo mesmo e mostrar-lhes que tem o mesmo nível de potencialidade de serem felizes e se realizarem como pessoas. Ao gravarem este vídeo, lançaram um movimento, convidando qualquer pessoa, seja anónima ou figura pública a gravar o seu testemunho e a colocá-lo na internet. O que é pedido é um simples vídeo no qual transmitimos uma mensagem positiva, de esperança a jovens LGBTI+ e houve figuras que se juntam a este movimento, por exemplo o anterior presidente dos Estados Unidos, Barak Obama, a apresentadora Ellen, a cantora Lady Gaga, entre outras personalidades. O poder da internet permite chegar facilmente a qualquer pessoa e atinge este

público alvo, que são jovens e através de histórias contadas. E porque é que isto é importante? Nós sabemos que na adolescência, a construção da personalidade, da identidade é feita com base muitas vezes em modelos. Para respondermos à pergunta “Quem somos?”, muitas vezes respondemos com base naquilo que existe à nossa volta e na comparação do eu com outras pessoas, neste processo de descoberta. Sabemos que as pessoas LGBTI+ precisam de modelos que permitam perceber que aquilo que sentem, que existem outras pessoas que o sentem e que com quem podem partilhar e identificar-se.

M: Neste caso, consideram esse o vosso principal objetivo?

I: Sim, esse é o principal objetivo, transmitir uma mensagem positiva, mostrar aos jovens LGBTI+ que tem o mesmo potencial de desenvolvimento, de felicidade como qualquer outra pessoa. Embora tenhamos uma comunicação pela positiva, não ignoramos e não fazemos de conta que a discriminação e o preconceito existe. Ele está lá e nós queremos combatê-lo. No entanto, acreditamos que também é necessário que exista uma forma diferente de abordar este tema. Felizmente hoje temos mais histórias positivas que são contadas na primeira pessoa, mas se fizermos uma pesquisa no Google sobre as questões LGBTI+, da sexualidade, de identidade de género, o que vamos encontrar em termos de conteúdo partilhado, em termos de notícias por exemplo, são histórias de violência, de discriminação e de preconceito. Alguém que utiliza a internet para perceber um bocadinho o que está a sentir, o que é, e só encontra este tipo de conteúdo, vai ficar a sentir-se perdido.

M: Acaba de certa maneira, a tirar aquela imagem de que não é válido, tira a validade à própria pessoa.

I: Sim, sabemos que no que diz respeito a questões de discriminação em relação às pessoas LGBTI+, falamos muito nos 3 I's de discriminação, que são o Insulto, a Invisibilidade e o Isolamento. O primeiro, Insulto, ouvimos palavras que continuam a ser associadas às pessoas LGBTI+, continuamos a ouvir e a ler, seja bicha ou maricas, fufa... E as pessoas LGBTI+ que crescem também neste tipo de contextos, há uma altura em que fica mais consciente que percebe efetivamente quem é. Para algumas pessoas que não tem este tipo de referências, a ideia que vai estar na mente é que é um insulto, é aquilo que ouve todos os dias. As pessoas LGBTI+ tem uma maior probabilidade de desenvolver quadros de depressão, de ansiedade, de intenção

suicida, mas não por serem LGBTI+, mas sim pela discriminação existente, por falta de referências, por falta de sentimentos de esperança.

M: Uma falta de uma certa segurança neste caso.

I: Sim, é neste sentido que o projeto também existe, de colmatar esta questão, de espalhar conteúdo positivo que chega a toda a gente através da internet.

M: Passando mais para o conteúdo que tem no vosso canal de YouTube, existe a nível do conteúdo uma estratégia, seja a nível político, económico ou mesmo a nível estético que utilizem? Reparei que no vosso canal a maior parte dos vossos vídeos são curtos que tem no máximo 1 minuto ou vão de 1 a 5 minutos e que a maior parte deles são profissionais ou semiprofissionais, ou seja, queria saber se faz parte da vossa estratégia.

I: O projeto já passou aqui por várias fases, estamos sempre a nos reinventar e é um projeto que é feito por pessoas voluntárias. Não existe nenhum tipo de remuneração a todas as pessoas que trabalham no projeto, acreditamos nele, gostamos dele e de facto estamos sempre abertos a pessoas que queiram trabalhar connosco e abraçar o projeto. Mas qualquer pessoa pode efetivamente gravar o seu testemunho, toda a gente tem facilmente um telemóvel, consegue gravar uma mensagem em vídeo rapidamente e colocá-lo na internet e todas as mensagens são válidas, mesmo sendo aquelas que são gravadas profissionalmente ou não. Não existe assim um guião que damos às pessoas, a ideia é transmitir uma mensagem positiva e qualquer pessoa pode fazê-lo, podendo gravar e falar ou não sobre um testemunho pessoal, como enfrentou os desafios que lhe foram colocados ou mesmo não sendo LGBTI+, poder deixar também uma mensagem de apoio porque é importante. Isto é uma questão de direitos humanos e dizem respeito a todas as pessoas, sejam LGBTI+ ou não, e portanto, qualquer pessoa pode deixar este testemunho. Claro que na altura em que vivemos, em que o tempo é precioso e pensando na forma como funcionam as redes sociais, temos muitas outras formas de partilhar também estes conteúdos, seja no Facebook, seja no Instagram, seja em todas as outras plataformas e há aqui uma adaptação nesse sentido, se calhar um vídeo de 20 minutos não vai funcionar facilmente publicado no Instagram.

M: Ou seja, há medida que o tempo foi passando, foram adaptando a duração dos vídeos?

I: Também. Há aqui um conteúdo que nós mudamos, o projeto começou de facto por estes vídeos que eram recolhidos, seja pelas pessoas que trabalhavam nele, pelas pessoas que enviavam diretamente para o projeto, qualquer pessoa pode fazê-lo através do nosso site, mas houve uma altura que nós começamos também a ser produtores de conteúdo. Temos duas web séries e está a ser preparada uma terceira que eu gostava que acontecesse no próximo ano (2021) e infelizmente com esta questão do covid, teve de ficar em stand-by. Mas foram duas web-séries, a primeira foi a “Já Melhorou”, contou com oito personalidades públicas portuguesas que quiseram dar o seu testemunho. Incluiu por exemplo, o deputado português Alexandre Quintanilha, o Lourenço Ódin Cunha, figura conhecida na internet. É um testemunho na primeira pessoa, em que as pessoas contaram a sua história e mostraram que tudo foi melhorando, não ignorando os desafios que fazem parte da trajetória de vida, as formas como foram lidando com eles. É um conteúdo profissional, também para chegarmos a outro público. Lançámos também uma segunda web série que foi a “Vamos Falar”, com famílias LGBTI+. Nesta série, o nosso público alvo para além de continuarem a ser jovens LGBTI+, foi também as famílias destes mesmos jovens, no sentido em que esta web série que foi com seis famílias portuguesas que dão o seu testemunho, de como foi vivido todo o processo de descoberta das questões de identidade, de coming out, etc. Isto permite não só a jovens que vejam este conteúdo e que estejam a viver essa etapa perceberem como tudo aconteceu com aquelas pessoas e que houve ali também alguns desafios, que nem tudo foi simples ou até correu muito bem mas que não tem de ser tão mau como imaginamos, que existem recursos, formas e estratégias de lidar melhor com o que acontece. Em todas as famílias vamos encontrar pessoas LGBTI+, alguém que diga que não conhece ninguém, se calhar é porque não deu abertura suficiente para que estas pessoas se sintam à vontade de falar e portanto é dirigido a qualquer família. Tentamos encontrar testemunhos diferentes e diversificados. Estamos sempre à procura e gostava que a próxima temporada que temos já alinhavada, conte maior diversidade, precisamente para espelhar todas as pessoas de diferentes faixas etárias, de diferentes realidades, etc.

M: Dirias que no início do projeto, a vossa consistência de publicação no canal de YouTube, dependia mais dos testemunhos e agora não só tem os testemunhos como tem conteúdo original produzido por vocês?

I: Exatamente, porque esse conteúdo é importante para tentarmos ter esta abordagem de criarmos nós conteúdo. Felizmente em Portugal nós tivemos um grande avanço na partilha de mensagens positivas. Ainda há muito a fazer e quando falamos das questões LGBTI+, percebemos que mesmo dentro da comunidade existem pessoas que continuam a ser mais invisíveis que outras, mas temos avançado em parte nesse sentido. Quando ligamos uma televisão ou lemos um jornal já não é tão difícil, de em algum momento, encontrarmos uma figura que fale abertamente sobre questões de identidade, seja de orientação sexual, identidade de género, começa a ser mais comum as pessoas falarem numa forma mais aberta sobre o tema. Nesse sentido, acredito que a criação deste conteúdo mais profissional possa também fazer a diferença, no sentido de não ser apenas mais um testemunho que foi dado mas no sentido que estes conteúdos são trabalhados. As web séries, tanto uma como a outra são episódios de cerca de 10 minutos, obviamente que estes 10 minutos, para estarem ali foi feito um trabalho de pesquisa da forma como a história pode ser apresentada.

M: 10 minutos que é tido como o padrão de vídeo no YouTube...

I: Nesta última, gravámos com cada família pelo menos umas 3 horas, em várias montagens e paragens e depois é escolhido o melhor conteúdo que representa a história e que pode chegar então nesse tempo que é o que nós consideramos o tempo certo para que as pessoas fiquem connosco e que gostem de ver.

M: E para que retenham a mensagem que querem transmitir.

I: Sim, embora procurar histórias diversificadas e que não tem de ser cor de rosa porque todos passamos por desafios ao longo da nossa vida, de uma forma ou outra fazem parte. A mensagem que queremos transmitir é que é possível ultrapassarmos, é possível dar a volta e há histórias que tem maior desafios do que outras, mas todas elas são válidas. Uma coisa que acontece muito com o projeto e até no início, tínhamos mais testemunhos pessoais recolhidos, agora com a questão do tempo tem havido menos disponibilidade nossa para convidar toda a gente e tem sido investido noutra sentido.

M: E também com a pandemia não deve facilitar muito...

I: Sim, mas no início, há vários vídeos e testemunhos que nos chegam de vários comentários e percebemos que em relação aos vários testemunhos que recolhemos, pode existir um testemunho que a mim não me diga nada, mas a ti diga-te muito, porque eles são todos diferentes e eu não devo dizer “pronto, a mim não me disse assim muito, foi mais uma que eu ouvi”, mas para aquela pessoa em específico, que está naquela localidade, que naquele momento ouviu, fez toda a diferença e isso percebemos daquele feedback, que foi aquela história que tocou aquela pessoa e fez a diferença.

M: Referiste anteriormente que como é um projeto que se baseia muito a nível do voluntariado, que não tem retorno financeiro. Aceitam publicidade ou outro tipo de patrocínios ou apoios para poderem desenvolver o vosso projeto ou a nível de conteúdos específicos? Como conseguem gerir esse fator?

I: O projeto é voluntário, a associação está registada como ONG, uma associação juvenil. Temos várias pessoas associadas com uma cota anual, que é um valor simbólico, mas que ajuda a concretizar alguns destes projetos. Apelamos sempre a qualquer pessoa que queira ajudar e abraçar o projeto que a realizar um donativo ao mesmo. Para além disto, tentamos outras vias de financiamento, por exemplo, estas duas web séries que falei, a “Já Melhorou” e a “Vamos Falar” são ambas financiadas por diferentes entidades. A “Já Melhorou” foi financiada pelo projeto internacional, o It Gets Better Project, através de uma candidatura que fizemos, já o “Vamos Falar”, para além do It Gets Better Project, foi co-financiado pelo IPBJ, numa outra candidatura que fizemos. Mais recentemente, acabamos de lançar há pouco tempo um manual dirigido a professores inclusivos para as escolas no âmbito destas questões de educação sexual e educação para a cidadania, que foi um conteúdo que criamos, que nos pediam em termos de materiais de apoio e que foi financiado pela CIG, pela Comissão de Cidadania e Igualdade de Género do Governo Português e portanto são outras linhas, que tentamos para concretizar estes projetos.

M: Consideram que os vossos projetos mais profissionais são muito condicionados pelos apoios de outras instituições?

I: Sim, claramente. Este financiamento é sempre muito aquém do valor real que muitas vezes é praticado. O “Vamos Falar” já tivemos um pouco mais, mas mesmo esse ficou muito aquém.

Se vires o “Já Melhorou” e dizer-te que o valor do financiamento foram 1200 euros, não dá para pagar a nenhuma produtora que grave e que faça aquele tipo de conteúdo. Nos seguintes já conseguimos um valor mais simpático, mesmo assim aquém do valor que é praticado em termos de mercado, se nós formos contratar de uma forma independente a uma empresa. Depende também da generosidade das pessoas em aceitar este valor, de quererem abraçar o projeto e a causa, através de um valor mais baixo concretizar o projeto. Pensar neste tipo de conteúdos mais profissionais, na gravação e na edição de imagem, precisam de grandes orçamentos e sabemos que não é fácil consegui-los. Portanto é da generosidade de todas as pessoas que decidem trabalhar connosco, que temos conseguido.

M: Achas que no nosso país, no panorama de conteúdo LGBTI+, há a necessidade de haver mais financiamento público?

I: Sim, é importante, pensando que a maioria das associações e projetos trabalham neste âmbito numa questão voluntária, portanto, para grandes projetos, eles não se fazem sem haver qualquer investimento. Por exemplo, este último projeto do e-book que foi financiado pela CIG, foi uma candidatura que ficou aberta a qualquer ONG que trabalhe neste âmbito das questões LGBTI+. Para além da nossa associação, foram várias que obtiveram financiamento de até 8000 euros. Claro que estes financiamentos têm regras específicas, não é só pedir dinheiro, tem de ser devidamente justificado e devidamente acautelado. Foi dirigido a organizações não governamentais e existem projetos que não estão definidos como tal, portanto não cabem neste tipo de financiamento, por isso podem acontecer aqui outras barreiras, porque nem todas as pessoas conseguem facilmente constituir uma associação e formar um projeto deste tipo.

M: E mostrar de certa forma a responsabilidade necessária para conseguir efetuar de facto aquilo a que se candidatam...

I: Sim, acho que é importante adotarmos um discurso construtivo e não de estarmos constantemente a dizer ninguém faz nada, ninguém apoia, porque precisamos de estabelecer estas pontes, de mostrar que temos capacidade, potencial de realizar determinados projetos que podem ser uma mais valia, que possam ser úteis e tentar concretizá-los.

M: Ou seja, mas mostrar que já é feito e que ainda pode ser feito mais.

I: Pode ser feito muito mais. Enquanto associação, recebemos pedidos, por exemplo de estágios ou possibilidade de trabalhar no projeto e não temos forma nenhuma, neste momento, porque não temos receita para isso. Não temos forma de contratar ninguém. Eu não recebo nada pelo projeto. No máximo existem, com os valores que temos em caixa, valores que permitem executar os projetos e muitas vezes cobrir algumas despesas de representação por exemplo. São muito poucas as pessoas que conseguem fazer disto profissão e lá fora isso é uma realidade que é diferente. Tenho contacto com os vários afiliados do It Gets Better em vários países, pessoas cujo trabalho é aquele projeto e o Estado financia aquele projeto. Em Portugal, o Estado não financiaria ou pelo menos para já não existe nenhuma linha que permita este trabalho que ser financiado. Se calhar se criasse outras valências dentro do projeto já era mais fácil obter esse financiamento, mas depois era desvirtuar o projeto. Tenho colegas de outros projetos internacionais que vivem daquilo que fazem e nós não o conseguimos fazer, por isso não temos muitas vezes os mesmos recursos ou capacidade de desenvolver atividades e projetos de forma constante. A existência de um financiamento que permita que as pessoas façam disto a sua vida e que permita que elas invistam de uma forma mais ativa nos vários projetos seria ótimo.

M: O vosso canal de YouTube tem AdSense?

I: Sim, é monetizado, mas não permite grandes remunerações.

M: Não tem um retorno que vos permita investir mais no projeto?

I: Poderá tirar-nos algum valor, mas será sempre um valor muito simbólico. Qualquer valor mínimo que a gente retire do YouTube dá pra pagar, uma produção, se precisarmos de fazer um roll up. Facilmente vai aquele valor inteiro que podemos amealhar num ano.

M: O projeto noutros países já consegue utilizar esse valor de outra maneira?

I: Noutros países e dependendo dos governos, há outras linhas que permitem e outros valores e outras realidades. Os recursos não são ilimitados e o governo tem de direccionar esses apoios para determinadas linhas. Estamos a celebrar o dia internacional da luta contra a violência contra as mulheres e existe financiamento no âmbito das questões da violência doméstica para pessoas

LGBTI+. Tem existido investimento público que permite a profissionalização nesta área. Não permite por exemplo, o desenvolvimento, ou pelo menos para já, um projeto como o It Gets Better fazê-lo a tempo inteiro. Eu percebo que não seja possível fazer tudo e investir em tudo ao mesmo tempo. Contudo, tenho visto uma abertura neste sentido, ao longo dos últimos anos com o avanço legislativo e percebermos a importância da existência de vários projetos e o impacto que todos eles possam ter.

M: Esse é um dos objetivos que tem enquanto plataforma? É conseguir ter alguém a tempo inteiro investido no projeto?

I: Sim, gostávamos que isso se concretizasse. Embora, até ao momento, todas as pessoas que foram participando, estou certo de que retiraram e guardam bons momentos e tiraram outras aprendizagens e emoções positivas que conseguiram vivenciar enquanto trabalhavam neles. Nem tudo é uma questão monetária, ajuda porque sabemos que as pessoas precisam de ganhar dinheiro mas este projeto também tem essa componente de que quando trabalhamos no âmbito dos direitos humanos, sabemos que faz a diferença, mesmo que nos consumam algum tempo extra, pra além daquilo que cada um faz na sua atividade profissional.

M: Falámos um pouco das temáticas, tanto no vosso projeto como no vosso canal, eu estive a fazer uma breve análise e encontrei as quatro temáticas que mais abordam, sendo elas: LGBTI+, Ativismo, Bullying e Homofobia. Consideras que são as temáticas que mais abordam?

I: Sim, o público alvo principal é de facto jovens, são a eles que o projeto internacional nasceu, embora qualquer pessoa possa assistir e nisso também temos outros conteúdos. Qualquer família, qualquer pessoa, de qualquer idade pode ver o conteúdo, pode e deve partilhar. Mas há aqui uma comunicação específica para esse grupo e em termos estatísticos, jovens adolescentes entre os 13 e os 18 anos e mais um bocadinho até aos 25, são essas as principais faixas, a adolescência e o início da idade adulta, que são as principais pessoas que consomem este tipo de conteúdos que nós partilhamos. Em termos das temáticas, de facto, por ser dirigido às questões dos jovens, há aqui um foco nas questões do bullying em contexto escolar, que sabemos que é uma temática que necessita de intervenção. Tivemos um estudo, dos poucos que existem em Portugal, este foi efetivamente o primeiro grande estudo a esse nível. Temos muitos estudos sobre bullying nas escolas, mas temos muitos poucos do bullying nas questões de

orientação sexual e da identidade de género. Houve um desenvolvido pela ILGA e outras associações, que estudou esta realidade e nos mostrou números e realidades muito assustadoras. O principal tema, o bullying nas questões de orientação sexual e por isso as questões de homofobia. Não podemos esquecer que existem, não só as questões LGB, mas as pessoas transsexuais e intersexo e aqui a transfobia também, muito presente. Na série “Já Melhorou” nos 8 episódios, 4 são sobre pessoas LGB, sobre questões de orientação sexual e os outros 4 sobre questões de identidade de género, pessoas transsexuais e no “Vamos Falar”, nos 6 episódios a mesma coisa. Temos avançado muito bem na visibilidade e não é assim tão raro vermos figuras homossexuais a falarem na televisão, personalidades que são apresentadores de programas que falam abertamente sobre isto, que deixam o seu testemunho, mas depois temos ainda uma enorme invisibilidade, por exemplo no que diz respeito às pessoas transsexuais e nesse sentido tentamos combater essa invisibilidade mostrando esse mesmo conteúdo, na mesma quantidade e na mesma proporção.

M: Eu reparei que o vosso conteúdo se divide maioritariamente entre campanhas e testemunhos, concordas?

I: Sim, é um projeto muito direcionado ao digital. Não queremos e não é o nosso papel fazer o mesmo que outras associações, porque já existem projetos que fazem um trabalho excelente em outras respostas. Então a nossa, tem a ver com o poder da transmissão de conteúdos positivos, do empoderamento de jovens LGBTI+ e desta conexão, que fazemos entre as pessoas que nos contactam e os vários projetos. Por exemplo, recebemos muitos emails, muitas mensagens nas redes sociais, que chegam de alguém a pedir ajuda, porque está numa situação de grande vulnerabilidade, seja psicológica, seja social. Há associações e projetos que prestam apoio psicológico, que conseguem intervir num apoio mais social, seja de habitação, seja o que fôr. O que fazemos é direcionar estas pessoas para estes projetos.

M: As pessoas entram em contacto convosco devido ao lado mais pessoal do testemunho?

I: Sim, um jovem ao identificar-se com aquela história, se calhar vai sentir-se à vontade mais facilmente de enviar uma mensagem pelas redes sociais, um email e nesse sentido, muitas vezes conseguimos dar uma resposta. Se houver alguma questão que consideremos que é necessária

uma resposta mais especializada, conseguimos fazer essa ponte, que é um dos objetivos do projeto. É o empoderamento e ligação que fazemos entre as pessoas LGBTI+.

M: O conteúdo que produzem para o YouTube é interligado com as redes sociais e com o site ou fazem conteúdo separado para cada um deles?

I: Isto das redes sociais está sempre a evoluir, havia o YouTube e o Facebook naquela altura, no início, na fundação do projeto. O grande foco, no início era o YouTube, no Facebook a questão dos vídeos nem funcionava assim tanto e depois houve ali uma adaptação e uma mudança. Houve uma altura em que se partilhássemos um vídeo do YouTube no Facebook, um link direto do YouTube, tinha alcance. Hoje sabemos que não tem alcance nenhum e que se não partilhar o vídeo diretamente não vou ter alcance nenhum a menos que pague promoção, portanto teve de haver adaptação dos conteúdos. Poderá haver conteúdo específico em algumas publicações, que funcionem melhor no Instagram, que tem uma dimensão específica.

M: Ou seja, não a nível do conteúdo, mas a nível da parte técnica?

I: Sim, a forma como podemos partilhar. Sabemos que não vale a pena partilhar um episódio no Instagram com muitos minutos, porque para as pessoas vai ser mais difícil, não é tão prático para assistirem. Então, se calhar no YouTube faria mais sentido. Com a última web série “Vamos Falar”, nós partilhamos o teaser no Instagram, de 50 segundos a convidar as pessoas a verem os vídeos finais.

M: Usam as redes sociais como forma de promoção e divulgação do que vocês fazem no canal?

I: No Facebook partilhamos o conteúdo diretamente. É sempre uma adaptação conforme o avanço, o funcionamento das redes e o impacto que cada uma delas vem ter. Tentamos adaptar-nos um bocadinho a essa realidade.

M: Reparei que chegaram a fazer diretos no YouTube, faz parte da vossa estratégia?

I: Não fizemos muitos. Foram ferramentas que foram surgindo nos últimos tempos e permitem-nos diferentes estratégias. Não costumamos fazer muito, no sentido de fazermos uma

transmissão em que aquilo que está a passar está a acontecer em tempo real. A última que fizemos foi de uma apresentação que foi transmitida em direto, mas é um conteúdo que já estava carregado e isto é importante neste tipo de conteúdos, porque queremos que tenha a maior qualidade possível e por isso apostamos dessa forma. Fizemos recentemente um direto no Instagram, uma conversa com uma YouTuber, porque tem um alcance maior. Foi um conteúdo específico que não permite a integração noutras redes sociais. Os diretos também nesta altura de pandemia tornaram-se frequentes, porque conseguimos chegar a todas as pessoas e não temos regularidade específica para o utilizar. É uma ferramenta que sempre que acharmos que vai ter impacto e que terá sentido, recorremos a ele.

M: Recorrem a publicidade?

I: Recorremos em alguns conteúdos específicos para chegar a mais pessoas, porque queremos ter impacto. Falando neste projeto mais recente, o e-book para professores inclusivos foi um conteúdo que optamos por pagar por promoção, porque queremos criar impacto. Sendo um projeto de internet, queremos que seja partilhado. De maneira orgânica podíamos lá chegar, mas desta forma, tivemos partilhas por outros websites e jornais. O jornal Público quis fazer uma notícia a partir do lançamento, outros portais de notícias também nos contactaram por verem a publicação. Claro que tem custos e os recursos não são ilimitados. Tem de ser bem gerido e doseado com cuidado mas sempre que o conteúdo se justifica, para ter impacto colocamos na promoção paga.

M: Reparei que já colocaram no vosso canal excertos de entrevistas que tiveram em canais de televisão, consideras esse importante no sentido de mostrar às pessoas que o projeto está a ter visibilidade e que as pessoas deviam apoiá-lo?

I: Sim, embora tenhamos sede no Porto, é um projeto que existe online. Embora exista a sede não temos propriamente um horário de atendimento. Conversar sobre o projeto, o que estamos a realizar de momento e que objetivos temos é importante partilharmos. Ajuda a aumentar o impacto do projeto e dá credibilidade ao projeto.

M: A minha última pergunta é: quais são os objetivos da plataforma a curto e médio prazo?

I: O objetivo do projeto é manter a partilha de testemunhos positivos, através do storytelling, mas mesmo aqui ainda há muito que para fazer. Algo que estamos a trabalhar a nível internacional com os vários afiliados e daí a necessidade de termos uma pessoa a trabalhar a tempo inteiro para tornar este projeto mais ativo, é que os testemunhos tivessem uma visão mais interseccional, ou seja, abordar diferentes realidades, que não só o homem gay cis branco, de classe social alta. Não temos testemunhos de pessoas com algum tipo de debilidade física. Quando estamos com uma pessoa, ela pertence a múltiplas categorias e múltiplas identidades e muitas delas, umas podem ser de privilégio, outras podem ser de opressão. Temos uma pessoa que tem uma nacionalidade que não é portuguesa, que é brasileira, que é mulher, que tem uma deficiência física e não aparece nestes testemunhos. Gostávamos de chegar à representação de toda a gente.

M: Ou seja, desmistificar aquela ideia de que é só um tipo de pessoa que sofre discriminação e que existe um espectro mais alargado.

I: Exatamente, nesta lógica de interseção das várias categorias de pertença, de não ignorarmos nenhuma delas e dar visibilidade a todas, porque senão estamos apenas a representar um nicho pequeno quando ele é muito alargado. Existem pessoas LGBTI+ de todas as idades, de todas as etnias, de todas as religiões, de todos os géneros, de todas as nacionalidades. É essa representação que gostaríamos de incluir no futuro. Nem sempre é fácil fazer, parte muito da disponibilidade de cada um poder gravar o seu testemunho e saber que o seu testemunho será partilhado e nem todas as pessoas sentem-se confortáveis para isso.

M: E é uma coisa que fica para sempre?

I: Sim, obviamente que se em algum momento a pessoa não se sentir confortável pode pedir para retirar e respeitamos essa decisão.

M: Muito obrigado pela entrevista.

I: Ora essa, espero que corra tudo bem.