

Treball de Fi de Grau

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autoria:

**Professorat
tutor:**

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Be yourself, the world will adjust.
Manabi Bandyopadhyay

AGRADECIMIENTOS

Estoy feliz de haber podido llevar mi idea a la realidad, un proyecto del que he aprendido sobre las identidades y también sobre mi misma por eso quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que me han inspirado y ayudado a que NonBinary exista.

En primer lugar, me gustaría agradecer a Patricia Luján, tutora de mi Proyecto de Fin de Grado, por las tardes de consejos, de compartir ideas que al final no eran tan utópicas y por su constante apoyo y orientación. Además, doy gracias por la confianza que ha puesto en mí desde el primer día al último.

Le doy también las gracias a las personas que me han concedido su tiempo para realizar las entrevistas. A Daniela Gómez por darme su visión del género y ayudarme a entender qué significa trascender con tu identidad y a Adrià Padilla por resolver dudas y aportar soluciones para la web.

Gracias a la familia. A mi madre Glòria, por su apoyo incondicional, por prepararme café a las tres de la mañana y por interesarse personalmente en el proyecto para así deconstruirse y aprender junto a mí. A mis amigos del barrio de Gràcia, por contarme sus historias y darme consejos para la web.

Un gracias gigante, a mi amiga Christian, por apoyarme todos estos meses y soportar mis interminables lluvias de dudas.

Y por último, a todas las personas no binarias. A todos los colectivos que aún luchan por visibilizarse y tener igualdad de privilegios y derechos.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 MOTIVOS Y JUSTIFICACIÓN.....	1
1.2 OBJETIVOS	3
1.3 METODOLOGÍA	4
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD DE GÉNERO?.....	6
2.1.1 ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO.....	11
2.2 TIPOLOGÍA DE IDENTIDADES NO BINARIAS Y DEFINICIONES.....	12
2.3 EVOLUCIÓN DEL GÉNERO NO BINARIO EN ESPAÑA.....	18
2.3.1 EVOLUCIÓN POLÍTICA DEL GÉNERO NO BINARIO EN ESPAÑA.....	18
2.3.2 EVOLUCIÓN SOCIOCULTURAL DEL GÉNERO NO BINARIO EN ESPAÑA.....	22
2.4 ESTEREOTIPOS, MITOS Y LENGUAJE.....	24
2.4.1 LOS ESTEREOTIPOS DEL GÉNERO.....	24
2.4.2 MITOS.....	25
2.4.3 LENGUAJE.....	26
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	28
3.1 MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL.....	28
3.1.1 PLATAFORMAS Y CANALES QUE VISIBILIZAN.....	28
3.1.2 TIPOLOGÍA DE VISIBILIZACIÓN DEL CANAL.....	30
3.3 CONCLUSIONES.....	36
4. NONBINARY.ES.....	38
4.1 DESCRIPCIÓN.....	38
4.2 TARGET.....	38
4.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	39
4.4 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO.....	40
4.5 WEB.....	42
4.5.1 LOGO.....	42
4.5.2 DISEÑO Y ESTRUCTURA.....	44
4.5.3 INSTAGRAM.....	54
4.5.4 SEO.....	56
4.6 PLAN DE COMUNICACIÓN.....	58
4.6.1 ENTREVISTAS.....	58
4.6.2 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.....	61
5. CONCLUSIONES.....	82
5.1 EL FUTURO DE NONBINARY.....	86
6. BIBLIOGRAFÍA.....	87
6.1 LEYES	87
6.2 LIBROS Y TED TALKS.....	87
6.3 BLOGS Y WEBS.....	89
7. ANEXOS.....	93
7.1 WEB FRAMES.....	93
7.2 ENTREVISTAS.....	109

1. INTRODUCCIÓN

1.1. MOTIVOS Y JUSTIFICACIÓN

La identidad de género tiene un gran impacto en nuestras vidas ya que todos nacemos con un género asignado por la sociedad, incluso antes de nacer. En la mayoría de los casos ese género será hombre o mujer. En definitiva, el mundo divide la sociedad de forma legal y cultural en solo dos posibilidades de género. Lo que muchos no saben es que existen identidades de género que trascienden ese umbral y que se conocen como “identidades no binarias”.

El género viene impuesto por la sociedad, pero la identidad de género es la manera interna que tiene cada persona de vivir su género, y este puede ser independiente del sexo con el que se nace y de la orientación sexual que se tenga.

En España, y en todo el mundo, cada vez más personas de todos los géneros se manifiestan para que se les reconozca su condición y ocupar un lugar en la sociedad. Son muchas las asociaciones y organismos que visibilizan la diversidad del género para que dichas personas disfruten de reconocimiento oficial y derechos. Varios países de la Unión Europea ya reconocen legalmente la clasificación del tercer género o no-binario. Mientras que en otros lugares, este tipo de clasificaciones y reconocimiento solo está disponible para las personas intersexuales, que son aquellas que nacen con características sexuales que no se ajustan a la clásica definición de los cuerpos masculinos o femeninos.

Tras años de búsqueda de información me di cuenta, por ejemplo, que menos del 70% de la sociedad española sabe qué significa la “intersexualidad”, según la Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica.

En octubre de 2019 asistí a una manifestación a favor de la igualdad del colectivo LGTBIQ+, y fue allí donde empecé a interesarme por la identidad de género. ¿Cómo podía ser que no se reconociera todavía el derecho a tener otra identidad? Además, no comprendía la diferencia entre ser gay o ser transgénero, la primera relacionada con el sexo y la segunda

con el género. Un año más tarde, tuve la maravillosa suerte de conocer a mi mejor amigo, Christian, cuya identidad es género fluido. Elle fue quien me enseñó las diferencias entre orientación sexual e identificación de género, por qué había que romper con el binarismo y el gran impacto social que este tenía.

En 2020 participé en el programa de Erasmus en la Universidad de Polonia de Lodz para estudiar la igualdad de género en el ámbito social y legal y entender por qué deben visibilizarse todas las identidades. Debemos darles un reconocimiento social y legal para lograr igualdad en privilegios y derechos. Pero, ¿cómo podía ayudar a este colectivo? ¿Cómo podía crear algo que visibilizara a les *genderfluid*? ¿A les no binaries? ¿A personas *queer*? Y así, más de 40 identidades de género hasta la fecha. Era consciente que no era tarea fácil, pero tenía muy claro cuál era el objetivo de mi trabajo: dar voz al colectivo, aunque fuera a pequeña escala.

Lo primero que se me ocurrió fue realizar un trabajo de reseña para ayudar a las universidades a tener un resumen de las diversas identidades existentes. Pero enseguida me di cuenta de que con una reseña no llegaría a tanta audiencia como con un proyecto. Fue entonces cuando acudí a mi tutora de prácticas para tener su punto de vista.

Mi profesora Patricia Lujan me inspiró a ir más allá: crear una plataforma online. Mis estudios de Publicidad y RRPP me habían proporcionado los conocimientos suficientes para conseguirlo y así es como se me ocurrió la idea de crear una plataforma digital divulgativa para visibilizar la diversidad género. Una plataforma que puede servir de herramienta para las personas que deseen aprender más sobre las personas no binarias. Todo con la finalidad de llegar a un mundo más diverso e inclusivo a través de la difusión de contenido de interés.

A mi amigo Christian le pareció muy interesante y lo consideró un recurso muy útil para introducir a la gente que no conoce el tema y dar información sobre las tipologías de género. Además, nos dimos cuenta de que en España no había plataformas que hablaran de las personas no binarias con una finalidad informativa o divulgativa. Es por todo esto, que NonBinary es un recurso imprescindible para todas aquellas personas que, como yo hace

dos años, deseen profundizar en el tema mientras se entretienen y aprenden, pero, sobre todo, para tratar de poner fin a la ignorancia sobre la diversidad del género. Fue así como decidí dedicar mi trabajo a la creación y difusión de una plataforma digital para visibilizar a les no binaries.

1.2. OBJETIVOS

Con este proyecto se pretende dar a conocer y visibilizar la diversidad de género para conseguir una sociedad más diversa e inclusiva. El primer objetivo será la creación de una plataforma de divulgación que, de forma sencilla, clara y atractiva, defina cada tipología de género y muestre datos relevantes sobre el tema, con el fin de darles visibilidad. Para ello, emplearemos libros de autores reconocidos, marcas que utilizan lenguaje e imagen inclusive e *influencers* y organizaciones que creen contenido divulgativo.

El segundo objetivo será encontrar una definición para diferenciar la terminología del género como la orientación sexual o la expresión de género. Conociendo la dificultad que conlleva a veces entender todo el vocabulario relacionado con las identidades de género, se creará un glosario sintetizado y ordenado de todos los conceptos imprescindibles para la web.

Aprovechando que las redes sociales están trabajando en la visibilización y normalización de la diversidad de género, exploraremos los múltiples recursos que ofrecen para facilitar un acceso informativo rápido e interesante. A más difusión, más personas impactadas, es por ello que la estrategia de difusión es crucial en la elaboración del trabajo.

La creación de esta plataforma busca visibilizar, informar e interactuar para que los usuarios descubran el no binarismo de género. NonBinary permitirá a sus espectadores entender conceptos que les permitirán, en sociedad, saber cómo actuar correctamente sin la posibilidad de ofender con estereotipos erróneos. De esta manera, a largo plazo, se generará un reconocimiento sociocultural e incluso político hacia todas las personas sea cual sea su identidad de género.

Los objetivos se podrían resumir en:

1. Determinar la situación a nivel estatal de las personas no binarias y conocer su nivel de reconocimiento social y político.
2. Crear una plataforma divulgativa que visibilice la diversidad de género y genere contenido obtenido a través de investigación previa.
3. Proyecto de comunicación: que la web sea conocida y se visibilicen las personas no binaries.
4. El objetivo final: lograr un mundo más inclusivo.

1.3. METODOLOGÍA

En primer lugar, se plantea un marco teórico que requerirá de un amplio estudio sobre la diversidad del género para así entender a fondo qué es el género, cuántos tipos existen y cuáles están reconocidos en el territorio español e internacional. En segundo lugar, se utilizarán un conjunto de recursos para la creación de la web y, posteriormente, se realizará su estrategia de difusión comunicativa óptima. Y todo ello procurando mantener un orden para que la comprensión de todos los elementos sea lo más intuitiva posible.

Recurriremos a la bibliografía de autores significativos que han tratado y/o tratan actualmente el tema, como Julia Scheele, Susan Stryker, Judith Butler o Pol Galofre, entre otros...Se revisarán estudios y leyes que nos permitan complementar el apartado de reconocimiento oficial del género, y se estudiará material audiovisual como algunas TED Talks, películas o entrevistas a *influencers* reconocidos.

Es importante analizar estos documentos para conocer cuál ha sido la historia sobre la inclusión de la diversidad del género y cómo es el perfil de una persona no cisgénero que vive en sociedad.

Por otro lado, el estudio nos permite entender por qué han aparecido nuevas tipologías de género a lo largo de los años y en qué beneficia esta diversidad. Será primordial profundizar en toda la documentación recogida, ya que la diversidad de género es un tema sobre el que aún no existen demasiados estudios debido a su popularidad reciente.

Complementaremos los estudios de una forma menos objetiva a través de tres entrevistas: una a una persona experta en género, la segunda a una persona no binaria y la tercera a una persona experta en marketing digital. De esta forma, tendremos una opinión profesional y personal de los tres pilares en los que se basa este trabajo: la definición del género, el mundo no binario y la estrategia de comunicación.

En el lenguaje de este trabajo habrá pronombres y nombres genéricos en masculino, dejando a un lado el uso del lenguaje inclusivo que se explicará en el apartado “2.4.3 el lenguaje”. Este método se ha escogido para facilitar la comprensión de la lectura, ya que en muchos casos el uso de la “e” o la “@” como letras inclusivas pueden crear controversia para las personas que no estén acostumbradas a ese vocabulario.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD DE GÉNERO?

En la sociedad actual, el género juega un papel inmenso en la definición de quiénes somos y en quiénes nos convertimos. Desde el momento en que nacemos, asignamos a los recién nacidos una etiqueta, estrictamente masculina o femenina, y nos encaramos dentro de roles y expectativas sociales.

Existen varias definiciones sobre la identidad de género. No existe una definición más válida que la otra porque las identidades fluctúan con la sociedad y el no binarismo está cada vez más presente en el concepto de identidad de género.

“El sentido del género para cada persona —su identidad o su subjetividad de género— es el resultado de una fusión inextricable de significados personales creados (emocionalmente y a través de fantasías inconscientes) y de significados culturales” (Chodorow, 1995, p.147).

Por otro lado, tenemos definiciones oficiales de organizaciones reconocidas a nivel internacional que se actualizan según evoluciona el concepto. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la identidad de género es la percepción que una persona tiene sobre su propio género. Generalmente, este se puede clasificar en hombre, mujer, género fluido o no-binario. Se puede corresponder con el sexo asignado al nacer o puede diferir (ONU, 2019).

“El concepto de «género» fue introducido con el fin de distinguir los aspectos socioculturales y contruidos, de los innatos y biológicos. Su función no era descriptiva sino fundamentalmente crítica, pues estaba destinado a facilitar la desarticulación de las relaciones ilegítimas de poder” (Puleo, 2005, p. 42).

Hay organizaciones que reconocen varias clasificaciones del género, pero en la sociedad española, siete de cada diez personas solo perciben el género hombre o mujer según la Asociación Mundial de Profesionales para la Salud Transgénero (WPATH). Eso se debe a

“la visión social heterosexual que domina nuestra cultura y propone usar las formas masculinas y femeninas para describir características y roles” (Pani Farvid, 2016).

Para entender este fenómeno es necesario definir la diferencia entre sexo y género. Según algunos autores, como Kristen Rogers, el sexo describe el sexo biológico que se le asignó a una persona al nacer. Se basa en las características biológicas de la masculinidad o la feminidad según sus cromosomas, gónadas, hormonas y genitales.

La Organización Mundial de la Salud define el género (no identidad de género) como el conjunto de roles, comportamientos, actividades y atributos construidos socialmente que una determinada sociedad considera adecuados para hombres y mujeres, y que masculino y femenino son categorías de género. Así, podemos observar cuál es la diferencia entre sexo y género y entender que estos no tienen por qué definir uno al otro.

Según la Organización de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, entre el 0,05% y el 1,7% de la población nace con rasgos intersexuales. Este concepto nos confirma la afirmación anterior: el sexo no tiene por qué estar relacionado con el espectro del género. Las personas intersexuales nacen con características sexuales (incluidos genitales, gónadas y patrones cromosómicos) que no se ajustan a las nociones binarias típicas de cuerpos de hombre o mujer (Susannah Temko, 2020).

También existen definiciones escritas por autores reconocidos que hablan del concepto de una forma diferente.

El libro *Queer X: La guía LGBT para adolescentes* habla de intersexualidad: “Las personas que nacieron con una anatomía sexual que no corresponde a la típica anatomía femenina o masculina. Existen muchas formas de intersexualidad, algunas de estas aparecen desde el nacimiento mientras que otras se desarrollan en la pubertad.” (Kathy Belge, 2019, p. 40).

En resumen, biológicamente, en algunas personas su género y su sexo no coinciden y este suceso no es conocido por la mayoría de la sociedad según la organización de Gender Census y las encuestas de reconocimiento del género de 2014. Ese suceso poco frecuente

puede llegar a generar una disforia de género. “Es un término utilizado por psicólogos y médicos que describe la angustia, infelicidad y ansiedad que las personas transgénero pueden sentir acerca de la incompatibilidad entre su cuerpo y su identidad de género” (Cecelia McDonald, 2016).

En todo el mundo, únicamente ocho países reconocen legalmente la existencia de géneros que no son únicamente hombre o mujer. “El binarismo solo encierra a la sociedad en estigmas espectrales del género, cuando la realidad es mucho más diversa. Es por ello por lo que debemos dirigirnos a la neutralidad de la diversidad del género” (Palis Pisuttisaran, 2018).

Más allá del género tenemos que entender que el concepto de identidad no tiene por qué estar relacionado con el género en cuestión.

El concepto “identidad de género” se refiere a la conciencia de una persona de sentir pertenencia al sexo masculino o femenino, a ambos o a ninguno como hemos comentado al principio del apartado. Es decir, una persona puede sentir una identidad de género distinta de sus características fisiológicas innatas o de su orientación sexual (ONU, 2020).

Cuando hablamos de personas cuya identidad de género es opuesta a su sexo asignado hablamos de transgéneros. En este umbral llamado “Trans” caben muchas posibilidades de género como las identidades que no se identifican con hombre o mujer o les *queer*. Y es aquí cuando entra en escena el término “no binario”. Según la Nonbinary Wiki, **no binario** es el concepto que define a personas cuyo género no es completa y exclusivamente hombre o mujer. Pueden identificarse con no tener género en absoluto, con ambos géneros binarios, con una tercera identidad o una identidad que puede cambiar con el tiempo.

La Fundación de la Campaña de los Derechos Humanos y el Espectro del Género utiliza el término *gender-expansive* (género expansivo) para transmitir "un abanico de identidades o expresiones de género más amplio y flexible que las típicas asociaciones al sistema binario del género" (Lisa Kenney, 2019).

La diferencia entre no binario y transgénero se podría resumir de la siguiente manera:

- No binario es un término general que se utiliza para describir una identidad de género que no es exclusivamente hombre o mujer, que fluye entre las dos o que se identifica como género neutro.
- Transgénero se refiere a alguien que no se identifica con el sexo biológico con el que nació.

Todas las personas no binarias también son transgénero porque no se identifican con el sexo biológico con el que nacieron. Sin embargo, algunas personas no binarias, por cualquier razón, prefieren describirse a sí mismas como ni transgénero ni cisgénero (término utilizado para describir a las personas que se identifican exclusivamente con su sexo o género asignado al nacer).

Además, existe otro umbral del género llamado *queer*, este no tiene por qué ser un sinónimo de no binario, aunque algunas personas lo interpreten de esa manera cuando hablamos de “genderqueer”. Según una historia del término publicado en la revista digital de la organización *Them*, *queer* se originó en los círculos activistas en los noventa y se ha vuelto de uso común en las últimas tres décadas.

Queer ha sido usado como adjetivo para referirse a una persona que transgrede las distinciones de género, independientemente de su identidad de género, es decir, aquellos que expresan su género de una manera “no-normativa”, o que no se conforman con los géneros binarios. Sin embargo, el término ha sido aplicado por algunos para describir un género ambiguo (Kristin Cronn-Mills, 2015, p.13-15).



Figura 1: “Representación ordenada en formato ilustrado de paraguas de la organización de la diversidad de género y sus conceptos”. La Federación de Scouts-Exploradores de España (ASDE), sin autor de la obra. Actualizado en mayo de 2020.

“Hay muchas personas que se identifican con todos estos términos y los usan indistintamente. Sin embargo, también hay muchas otras que se identifican principal o únicamente con uno de ellos. Las interpretaciones sobre las diferencias específicas entre estos varían. Pero hay algo que es cierto siempre: si vas a referirte a la identidad de alguien, siempre debes preguntarle qué etiqueta prefiere y adherirse a ella” (Mary Retta, 2019).

Este conjunto de conceptos abre un paraguas a la diversidad de género que no se encuentra solo en el concepto cisgénero o el binarismo, ya que, como hemos visto antes, no existe siempre relación directa entre el género y el sexo de la persona y la identidad es subjetiva e independiente al sexo.

2.1.1. ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO

Anteriormente hemos hablado de la diferencia entre sexo, género e identidad de género. Ahora es necesario diferenciar la orientación sexual de la identidad de género.

Este apartado pretende aclarar estos conceptos, ya que muchas veces su significado y la relación entre ellos pueden causar confusión.

El término **orientación sexual** se refiere al sexo hacia el que una persona se siente atraída en el plano emotivo, romántico, sexual y afectivo, según la American Psychological Association (APA). Si a una persona le atrae romántica y físicamente un miembro del sexo opuesto, entonces es heterosexual, y si es del mismo sexo, homosexual. Aunque la orientación sexual abarca innumerables formas de amar o sentirse atraído, ya sea pansexual, asexual, bisexual etc.

Como hemos comentado en el apartado anterior, el término “identidad de género” se refiere a la conciencia de una persona de sentir pertenencia al sexo masculino o femenino, a ambos o a ninguno, y este no tiene por qué tener relación con la atracción sexual que siente una persona y su identidad personal de género. Por ejemplo, me puedo identificar como género fluido, pero que me atraigan solo las mujeres. Orientación e identidad no conlleva una dependencia obligatoria, ya que tu transformación a otro género no tiene por qué cambiar tu orientación sexual. “Sexuality is who you go to bed with, and gender identity is who you go to bed as. That's the simplest way I can describe it”. (Brendan Jordan, 2020).

Es un error muy común pensar que la identidad de género y la orientación sexual están conectadas o van determinadas. Por ejemplo, muchas personas asumen automáticamente que, si alguien es transgénero, también debe ser homosexual.

El género y la orientación sexual son diferentes y es una distinción importante de entender.

2.2. TIPOLOGÍA DE IDENTIDADES NO BINARIAS Y DEFINICIONES

La identidad de género no se reduce al binarismo. Actualmente se reconocen más de 40 identidades de género distintas (Mark Yarhouse, Julia Sadusky, 2020) y estas pueden considerarse binarias o no. Además, aparecen nuevas identidades cada día en todas las culturas del mundo.

En este apartado elaboraremos un glosario para definir las identidades no binarias que irán apareciendo a lo largo del trabajo. Aunque reconozcamos 40 identidades, su número es mucho mayor, pero es prácticamente imposible saberlo con exactitud debido a las actualizaciones de nuevas identidades y a las desapariciones de otras que formaron parte del pasado.

Por otro lado, hay identidades que proceden de culturas menos conocidas de las que existe menos información y por ello no las incluiremos en el trabajo.

Haremos una recopilación de las identidades de género más conocidas, extrayendo el conjunto de géneros reconocidos del Gender Identity Research & Education Society (GIREs), de la plataforma Healthline y de la NonBinary Wiki.

Es importante remarcar que algunas personas transgénero se consideran binarias y otras, no binarias.

- **Agénero**

Independientemente del cuerpo con el que se haya nacido, las personas agénero no se identifican con ninguno de los géneros, ni el masculino ni el femenino; se consideran de género nulo.

- **Aliagénero**

Es una identidad de género no binaria que no encaja en los esquemas o construcciones de género existentes.

- **Aporagénero**

Es un término general entendido como una identidad de género no binaria que describe la experiencia de tener un género específico que es diferente del masculino, femenino o cualquier posible combinación de ambos.

- **Autismgender**

Identidad de género que algunas personas no binarias con autismo eligen usar para describirse a sí mismas.

El nombre se puede abreviar, como *autigender* o *autgender*.

- **Bigénero**

Las personas *bigender* experimentan dos identidades de género, ya sea simultáneamente o variando entre las dos. Estas dos identidades de género pueden ser masculinas y femeninas.

- **Boi**

Es una identidad masculina *queer* que no es cis-heteronormativa. *Boi* se originó en la cultura afroamericana durante la década de 1990. Cubre una amplia variedad de identidades masculinas alternativas en las comunidades *emo*, BDSM, hombres gays, lesbianas y *genderqueer*.

- **Cisgénero (Binario)**

Término utilizado para describir a las personas que se identifican exclusivamente con su sexo o género asignado al nacer.

- **Demigender**

Este término general incluye identidades de género no binarias y usa el prefijo "demi-" para indicar la experiencia de tener una identificación parcial o conexión con un género en particular.

Esto puede incluir: *Demigirl*, *Demiboy*, *Demienby* y *Demitrans*.

- ***Fa'afafine***

En Samoa, los Fa'afafine son personas a las que se les asignó el sexo masculino al nacer, pero tienen una expresión de género femenina y no se consideran a sí mismas mujeres o hombres.

- ***Femme***

De la palabra francesa para mujer, *femme* se originó como una identidad femenina *queer* en la cultura de bares de lesbianas de la clase trabajadora de la década de 1950.

- **Dos espíritus**

Two-Spirit es un término moderno utilizado por algunos indígenas norteamericanos para describir a ciertas personas espirituales (gays, lesbianas, bisexuales y con variantes de género) en sus comunidades.

- **Género fluido**

Un género que varía con el tiempo. Una persona de género fluido puede identificarse en cualquier momento como hombre, mujer, o alguna combinación de identidades. Su género también puede variar al azar o variar en respuesta a diferentes circunstancias.

- **Género no conforme**

Este término se refiere a las personas que no siguen las ideas o los estereotipos de los demás sobre cómo deben verse o actuar según el sexo femenino o masculino que se les asignó al nacer.

- **Género cuestionado**

Usado por personas que pueden no estar seguras, que aún están explorando su género y que están preocupadas por aplicarse una etiqueta social a sí mismas.

- **Género variante**

La variación de género, o disconformidad de género, es el comportamiento o la expresión de género de un individuo que no coincide con las normas del género que la sociedad percibe.

- **Queer**

Una persona que no suscribe las distinciones de género convencionales, pero que se identifica con ningún género, con ambos o con una combinación de géneros masculino y femenino.

- **GenderFuck**

De manera similar al término transgresor de género, *genderfuck* implica el acto de combatir o dismantelar los estereotipos y binarios de género a través de una identidad, expresión o presentación de género que desafía las normas y expectativas existentes en un contexto cultural determinado. Esta se puede considerar una identidad en sí misma.

- **Hijra**

En los países del sur de Asia, incluidos India, Pakistán y Bangladesh, las *hijra* son personas a las que se les asignó varón al nacer, que tienen una expresión de género femenina.

- **Hembra a macho (FTM) Macho a hembra (MTF)**

Alguien que una vez se identificó como mujer y que ahora se identifica como hombre o viceversa.

- **Hermafrodita**

Una persona que se ajusta a ambas características físicas o que se siente como hombre y mujer. Algunos andróginos tienen partes masculinas y femeninas y, en este caso, a veces también se identifican como "intersexuales".

- **Multigénero**

Este término general se utiliza para describir a las personas que experimentan más de una identidad de género.

- **Neutrois**

Es una identidad de género no binaria que se considera género neutral o nulo. También puede usarse para significar sin género y tiene una superposición considerable con agénero.

- **No binario**

También conocido como *enby*, este es un término de identidad de género y general para las identidades de género que no se pueden categorizar exclusivamente como masculinas o femeninas. Las personas que se identifican como no binarias pueden experimentar el género de diversas formas, incluida una combinación de hombre y mujer, ni hombre ni mujer, o algo completamente distinto.

- **Novigender**

Es una identidad de género utilizada por personas que experimentan tener un género que no se puede describir usando el lenguaje existente debido a su naturaleza compleja y única.

- **Otro**

Alguien que no ha encontrado un término que sienta que representa con precisión su género y utiliza el término *otro* como identidad.

- **Pangender**

Las personas pangénero son aquellas que sienten que se identifican con todos los géneros. El término se superpone con *genderqueer* y *trigender*.

- **Poligénero**

Este término describe la experiencia de tener múltiples identidades de género, simultáneamente o a lo largo del tiempo. Indica la cantidad de identidades de género

que experimenta alguien, pero no necesariamente indica qué géneros están incluidos en la identidad poligénero de esa persona.

- **Trans — Hombre / Persona / Mujer**

Abreviatura de transgénero; el término incluye a personas cuya identidad de género es opuesta a su sexo asignado. Pueden estar bajo el paraguas binario o no binario, pero todas las personas no binarias estarán bajo el paraguas trans.

- **Transfemenino**

Transfeminine se refiere a una persona que nació hombre, pero cuya identidad de género es más femenina que masculina.

- **Transmasculino**

Transmasculino se refiere a una persona que nació mujer, pero cuya identidad de género es más masculina que femenina.

- **Transexual: hombre / mujer / persona**

Persona que se ha sometido a un tratamiento hormonal para adquirir las características físicas del sexo opuesto y utiliza la palabra transexual como identidad de género.

Este término no es muy aceptado según entrevistas realizadas en este trabajo por el colectivo Trans. Se considera que obliga a categorizar la transformación entendiendo esta como una obligación para ser hombre o mujer. Es mejor usar el término transgénero directamente.

- **Xenogender**

Género que no puede ser contenido por la comprensión humana del género; más preocupado por elaborar otros métodos de categorización y jerarquía de género, como los relacionados con animales, plantas u otras criaturas/cosas (Baaphomet, 2014).

2.3. EVOLUCIÓN DEL GÉNERO NO BINARIO EN ESPAÑA

2.3.1. EVOLUCIÓN POLITICA DEL GÉNERO NO BINARIO EN ESPAÑA

Conocer la evolución del reconocimiento no binario y de la igualdad de género en España puede acabar siendo una lucha sin fin debido a que el binarismo está muy arraigado en la sociedad y legalmente aún no existen muchas leyes que lo representen.

A partir del análisis de las leyes y los datos recabados en encuestas se puede conocer el enfoque político y social relacionado con el reconocimiento no binario. Es decir, ver si existen leyes exclusivas para estas identidades y, en el caso que así sea, de qué tipo son.

En España, la mayoría de las leyes relacionadas con la igualdad de género son binarias.

La Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (BOE 3/2007, de 23 de marzo) contempla la necesidad de tratar normativamente un problema de desigualdad entre hombres y mujeres. Esta ley tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida. Podemos ver con esta ley que existe una preocupación a nivel político por lograr una igualdad entre géneros, pero que en ella solo se incluyen géneros binarios.

Antes del 2007, la diversidad de género no se recogía en las leyes españolas a pesar de que, en junio de 1978, se convocó la primera movilización a favor de los derechos del colectivo LGTB+ y las personas trans. Esta movilización dio voz a las personas que se identificaban como transgénero o agénero, las primeras identidades de género no binario reconocidas.

El artículo 9.2 de la Constitución Española consagra la obligación de los poderes públicos a promover las condiciones para que la igualdad del individuo y de los grupos en que se

integral sea real y efectiva. Este artículo no especifica género entendiendo así que pretende incluir identidades no binarias con el mismo reconocimiento que los hombres y las mujeres.

El 13 de marzo de 2007 entra en vigor la Ley de Identidad de Género (BOE 3/2007, de 15 de marzo) que permite a las personas trans cambiar el nombre y el sexo que aparece en su DNI sin necesidad de pasar por un quirófano, pero con algunas condiciones. Para formalizar el cambio de sexo en el DNI, es necesario aportar un informe médico o psicológico y demostrar que se han seguido al menos dos años de tratamiento hormonal. Esta es la primera ley específica que defiende y promueve el cambio de género, aunque solo permite el cambio a un género binario.

La realidad de las personas no binarias seguirá sin tener reconocimiento en el ámbito legal. Esta ley de 2007 obliga a quienes quieran cambiar su género a realizar dos años de tratamiento hormonal y a tener el diagnóstico de disforia de género, condición que justifica una enfermedad al colectivo. Y pese a cumplirlo, solo pueden elegir entre hombre o mujer (Fernando Ruso, 2020).

El Gobierno trabaja en un anteproyecto de ley (la Ley Trans) elaborado tras consultar con los colectivos no binarios a través de la Mesa Trans que incluye el reconocimiento de las personas no binarias para que dentro del derecho a la autodeterminación de género puedan elegir sin hacer referencia al sexo en los documentos oficiales, que deberán ofrecer la posibilidad "no binario" (Barahona, 2020).

En los últimos cuatro años se han aprobado trece nuevas leyes en once regiones españolas para dar protección a las personas trans, bien a través de legislación específica, bien dentro de leyes dirigidas a todo el colectivo LGTBI+.

La base de la mayor parte de esta legislación autonómica es el derecho a la libre autodeterminación, es decir, a que cada persona construya de forma libre su propia definición sobre su género, orientación sexual, sexo y cuerpo. No se obliga a tener ningún tipo de informe psicológico o médico que "acredite" la identidad de género de cada persona.

En 2020, Canarias y Euskadi fueron las dos únicas comunidades con leyes trans o LGTBI+ que sí lo exigían (Jaime Sevilla, 2018).

¿Quién es trans según estas leyes?

Toda aquella persona que lo acredite mediante un informe. Esto supone una vulneración al derecho de la libre determinación debido a que tu identidad está acreditada por otra persona, por un informe. Comunidades con las leyes más recientes especifican en ellas unos servicios que la sanidad pública debe prestar a las personas trans que los requieran; tratamientos hormonales, cirugías genitales y de pecho y tratamientos de modulación del tono y timbre de voz. También se exige que se les preste acompañamiento psicológico si lo necesitan. Además, reclaman el derecho de las personas trans menores de edad a recibir, cuando empieza la pubertad, tratamientos de bloqueo hormonal que les eviten desarrollar caracteres sexuales no deseados, y más adelante, tratamiento hormonal cruzado para "propiciar el desarrollo de caracteres sexuales secundarios deseados" (Alba Fernández, 2021).

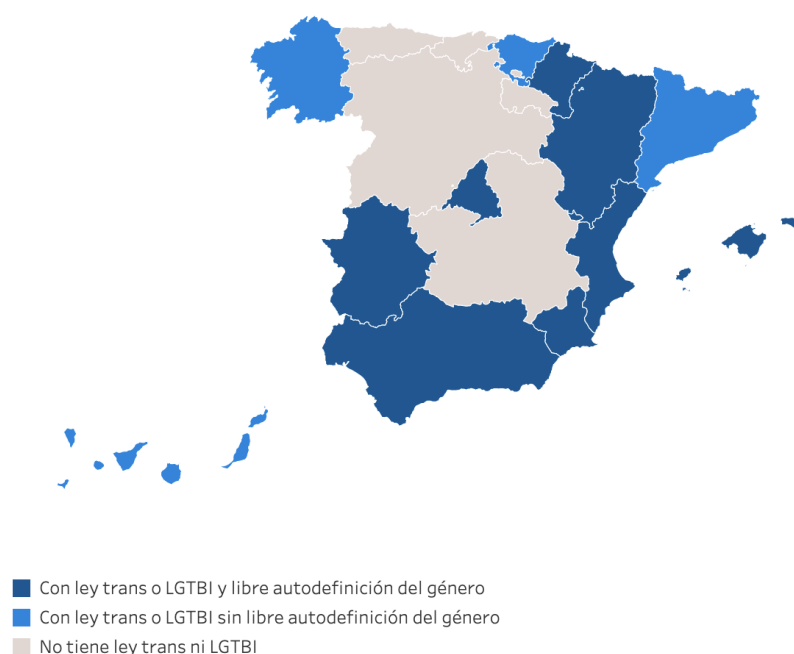


Figura 2: " Situación de las comunidades autónomas de España en relación con la Ley Trans o LGTBI y libre autodefinición de género del 2018". Delegación del Gobierno para la Igualdad de Género, realizado por Ana Ordaz. Actualizado en marzo de 2019.

Conocer la percepción de la sociedad española respecto al cambio de género es más complicado debido a la falta de encuestas relacionadas con un tema tan poco reconocido. Para paliar el déficit de información existente de esta materia en España y, dado el alcance e impacto de las encuestas realizadas por organismos como la Agencia Europea de Derechos Fundamentales (FRA), en 2013 se elaboró la primera encuesta sobre percepción de la discriminación de género en España. Esta encuesta, de carácter integral, permite aproximar a dimensiones datos que hasta entonces no se habían tenido en cuenta como la identidad de género (M.^a Ángeles Cea D’Ancona, 2016, p.112).

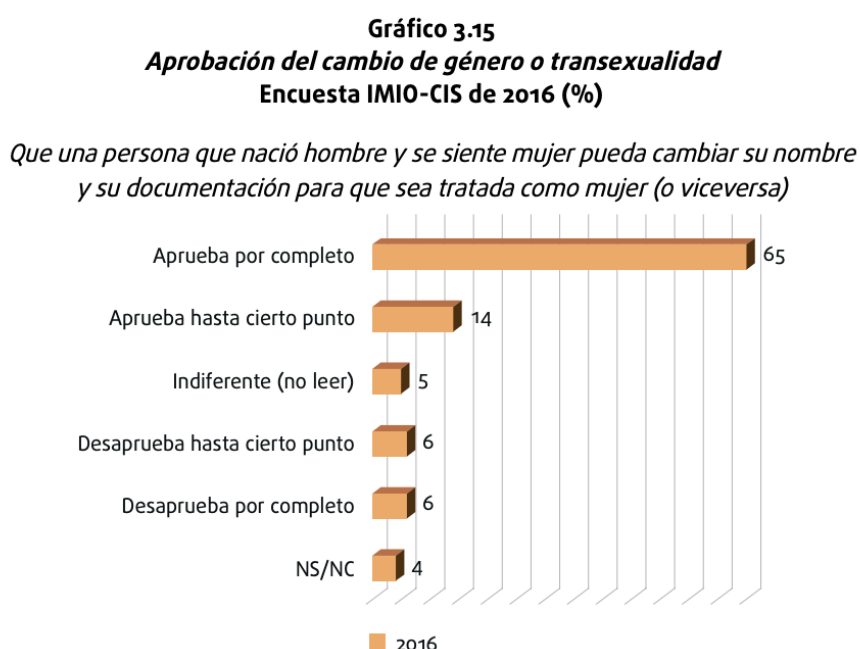


Figura 3: “Porcentaje de aprobación del cambio de género o transexualidad”. IMIO-CIS. Realizado en mayo de 2016.

Resultados y conclusiones relevantes:

- La reasignación de género, por parte de las personas transexuales, es aprobada en un 65% como vemos en la figura 3.
- Un 81% de los encuestados españoles aseguran que se siente “totalmente cómodo” con la transición de género (en la decimotercera posición). Mientras que la media europea se sitúa en el 78%. Esto demuestra que hay una aceptación por parte de la sociedad al cambio de género.

2.3.2. EVOLUCIÓN SOCIOCULTURAL DEL GÉNERO NO BINARIO EN ESPAÑA

A lo largo de la historia se han reconocido nuevas identidades de género, pero a nivel estatal aún dependemos de la normativa binaria.

“La prescripción agresiva de normas y roles de género sólo apareció realmente dentro de la sociedad occidental patriarcal en la década de 1950, con el nacimiento de la familia nuclear. La familia nuclear se idealizó porque tenía la capacidad de ser los mayores consumidores en la nueva sociedad consumista moderna”, comenta en la entrevista Finula Grenne, profesional en género y persona no binaria. Aunque han cambiado muchas cosas desde la década de 1950 a nivel mundial, todavía hay que adaptarse a los roles y normas de género prescritos. “Se nos anima a existir y entender el mundo como binario porque es la forma más fluida de funcionar dentro de una sociedad patriarcal y capitalista”, explica Finula.

“La sociedad y el Estado Español han construido la mayor parte de sus procesos a partir de la *heteronormatividad*, concepto que refiere, por un lado, que la asignación de roles sociales, la distribución de actividades laborales y el diseño de políticas públicas se determinan a partir de la distinción binaria; por otro lado, significa que esta distinción binaria es aceptada o correcta y, por tanto, debe entenderse como estándar lo cual deriva a privilegiada. Sin embargo, los cambios y movimientos sociales nos han mostrado que las categorías de sexo, género, orientación sexual e identidad de género son autónomas y que una distinción binaria no es adecuada, porque pueden surgir variaciones en cómo la persona se identifica a sí misma y cómo desea ser reconocida por el Estado” (Jorge Ricardo, Camila Alejandra, 2019, p. 63).

Avanzando a la actualidad, gracias a la teoría del feminismo antiesencialista de género se empieza a cuestionar el binomio sexo/género y los roles femeninos/masculinos, sin relacionarlos con el sexo. Empiezan a aparecer organizaciones feministas que incluyen a les trans o personas no binarias en sus mensajes reivindicativos en busca de un cambio sin cuestionar sus privilegios como identidades distintas y entendiendo la relación entre sexo y género. Cuando se llegó al movimiento crítico del feminismo posmoderno se concluyó que

tanto el sexo como el género son construcciones culturales sin discusión. (Atienza Moreneo, Cristina, 2015).

Menos del 5% de la población española reclama la presencia de las personas no binarias en leyes y documentos oficiales. Este porcentaje está basado en la teoría *queer*, que busca el reconocimiento de la diversidad de género o la abolición de los estigmas hacia esta.

Julio Cuesta fue el primer transexual que cambió de sexo y nombre en su documentación en aplicación de la Ley 2/2016, de 29 de marzo, de Identidad y Expresión de Género e Igualdad Social y no Discriminación de la Comunidad de Madrid (BOE 3/2016, de 14 de marzo). Este hecho marcó un antes y un después en el concepto social que se tiene en España respecto a las personas trans.

Hablando de datos, según el informe de discriminación trans de la Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales publicado en 2019, un 40 % de las personas trans encuestadas sufrió amenazas o maltrato psicológico durante el año anterior, el 16 % fue víctima de agresiones o abusos sexuales, y el 9 % sufrió violencia física. Además, un 42 % de las personas encuestadas confesaron haber sido discriminadas en el acceso al mercado de trabajo.

Por otro lado, en España se pueden citar casos como el de Elisa y Marcela, gallegas que contrajeron matrimonio en 1901 tras adoptar una de ellas la identidad de género masculina y que inspiraron novelas como *La sed de amar*, de Felipe Trigo (1903), y la película *Elisa y Marcela* (2019), de Isabel Coixet.

A nivel mundial, según la encuesta del National Transgender Discrimination Survey, el 78% de las personas no convencionales en cuanto a su género sufre acoso escolar, el 90% sufre discriminación laboral y al 53% se le ha faltado al respeto de forma verbal en público. Por último, según estudios en Estados Unidos y Europa de la Comisión de Igualdad y Derechos Humanos, hay un porcentaje aproximado de entre el 2%-1% de identidades no binarias para cada país.

2.4. ESTEREOTIPO, MITOS Y LENGUAJE

2.4.1. LOS ESTEREOTIPOS DEL GÉNERO

La visibilidad de los géneros no binarios es crucial para conseguir la igualdad y garantizar el respeto hacia aquellas minorías que muchas personas desconocen. Organizaciones como la Nonbinary Wiki defienden este mensaje y se dedican a proporcionar información general sobre todos los géneros no binarios; reclaman la existencia de este tipo de plataformas para acabar con la información errónea y los falsos estereotipos de género.

Un estereotipo de género es una visión generalizada o una idea preconcebida acerca de los atributos o características, o los roles que deben o deberían poseer o desempeñar mujeres y hombres, según la United Nations of Human Rights (UNHR). Catalogar las identidades y poner etiquetas es necesario desde el momento en que éstas dan visibilidad a un colectivo marginado; y podrán desaparecer cuando haya igualdad total en derechos y privilegios.

La sociedad ha atribuido ciertas características transformadas en estereotipos tanto a hombre como a mujeres, pero ¿existen estereotipos para las personas no binarias? Sí. En este colectivo existen estereotipos tanto del umbral masculino como del femenino haciendo que este sufra por los dos lados e incluso llegue a romper con los estereotipos binarios por mezclar características de los dos.

En resumen, les no binaries luchan contra los estereotipos de género. Precisamente la dificultad para identificar a simple vista si se trata de un hombre o una mujer caracteriza a algunos de les no binaries, o personas *genderqueer*. Su expresión de género; apariencia física, facciones y actitud es tan neutral que, a diferencia de otras identidades como los gais, bisexuales o los trans, este grupo no hace ningún esfuerzo para encajar en ningún estereotipo o colectivo. Por eso, incluso, muchos han llegado a calificarlos como el “tercer género”, porque rompen con los estereotipos del binarismo y crean controversia cuando trascienden lo femenino y lo masculino.

2.4.2. MITOS

Los estereotipos mencionados en el apartado anterior generan mitos generalizados como los que explica la Alianza Trans Escocesa (ETA) a nivel mundial. Es importante reconocer estas percepciones que, en muchas ocasiones, están presentes en nuestras vidas y crean prejuicios debido al desconocimiento de respuestas.

- MITO 1: Todo el mundo es simplemente un hombre o una mujer. Solo hay dos géneros.
- MITO 2: No binario es lo mismo que ser intersexual (tener una variación de características sexuales físicas).
- MITO 3: Todas las personas trans deben ser tratadas como no binarias.
- MITO 4: Todos los humanos son no binarios porque todos tienen una mezcla de masculinidad y rasgos femeninos en su personalidad.
- MITO 5: Las personas no binarias deberían conformarse con el género en su identificación de hombre o mujer más cercano a su identidad de género.
- MITO 6: Las personas no binarias solo buscan atención.
- MITO 7: Dado que Facebook permite 71 opciones de género diferentes, las personas no binarias desean que se cree un número similar de categorías legales de género.
- MITO 8: El reconocimiento legal de las personas no binarias evitará la recopilación de géneros desglosados.
- MITO 9: El reconocimiento legal no binario obligaría a los servicios para mujeres a incluir a personas no binarias.
- MITO 10: La cantidad de enmiendas necesarias a las leyes existentes hace que sea complicado proporcionar reconocimiento legal no binario.
- MITO 11: Los documentos no binarios expondrán a las personas no binarias a sufrir discriminación.
- MITO 12: Los pasaportes no binarios de 'género X' no podrán usarse para viajar al extranjero.

Para acabar con los mitos es importante visibilizar las identidades y estar informados. Aquí es cuando nos cuestionamos: ¿qué papel desempeña la visibilidad para las personas no binarias?

La visibilidad es uno de los objetivos principales de las organizaciones no binarias y, de hecho, el 14 de julio se conmemora el Día de la Visibilidad No Binaria. Se elige punto intermedio entre el Día Internacional de las Mujeres (8 de marzo) y el Día del Hombre (19 de noviembre).

“Una de las principales agresiones que padecen las personas no binarias es justamente el que niegue su existencia. Se las acusa de ser un invento milenial, como si en la historia de la humanidad jamás hubiera habido disidencias genéricas, hasta ahora” (Tania Meza, 2020).

2.4.3. LENGUAJE

Las palabras que usamos para comunicarnos con una persona y hablar sobre ella pueden demostrar que la respetamos, la honramos y la valoramos. Emplear los pronombres correctos para referirnos a alguien demuestra que no solo se valora a esa persona, sino que también conlleva el derecho de todas las personas a ser vistas y respetadas. “Como regla general, es importante preguntar a las personas qué pronombres usan en lugar de asumir en función de cómo se ve, actúa o suena una persona” (Ártemis López, 2011: p11). Esto demuestra la importancia de los pronombres y el buen uso del lenguaje para referirse a personas no binarias, ya que merecen tener su propio reconocimiento. El problema es aún mayor si entramos solo en el contexto del lenguaje a nivel binario pues los sustantivos y pronombres masculinos se utilizan para el plural sea cual sea el género.

Los pronombres se usan para referirse a una persona en lugar de usar el nombre de esa persona, pero también se utilizan para señalar el género de una persona.

Según la Gramática, “los sustantivos masculinos no solo se emplean para referirse a los individuos de ese sexo, sino también, en los contextos apropiados, para designar la clase

que corresponde a todos los individuos de la especie sin distinción de sexos”. Por eso, el servicio de consultas de la RAE explica que *los alumnos*, en masculino, es la única forma correcta de referirse a un grupo mixto, aunque el número de alumnas sea superior al de alumnos varones (Fundéu, 2020).

En ocasiones, se ha sugerido como una posible alternativa para no emplear siempre las desinencias del género masculino sustituir estas por otras “más neutras”. Algunas alternativas utilizan la @, la letra “x” e incluso la vocal “e” mientras que otra opción es usar el pronombre femenino cuando la mayoría de la representación de este sean mujeres.

También se emplean los pronombres para proporcionar visibilidad e integración social a los géneros no binarios. En España se utiliza el pronombre neutro para las personas no binarias “**les**” así como “elle”, en lugar de “él” o “ella”. En inglés, el *they* “ellos/ellas” conforma el pronombre neutro plural, aunque en los últimos años gran cantidad de personas no binarias han utilizado el *they* como pronombre singular neutro. También se puede usar en la escritura la letra x o el símbolo @ para sustituir la letra que hace referencia al género binario de las palabras (Ártemis López, 2019). Algunas palabras que ya terminan en {-e}, como *autores*, no son neutras de por sí, por lo que debemos indicar esa neutralidad de otra forma: a veces es suficiente con añadir un artículo (*les autores*) (Hurtado Albir, 2001: p. 270).

“Pretender que el lenguaje no binario no existe no es una opción: es un campo especializado en constante expansión. Tarde o temprano, debemos aprender a reconocerlo y podemos aprender cómo usarlo de modo que respetemos el derecho a la identidad de este colectivo” (Ártemis López, 2019).

Enby, es una palabra inglesa alternativa que puede usarse para referirse a una persona no binaria. Fue creada por el usuario de Tumblr *revolutionator* en 2013 como equivalente de *chico* y *chica* (Nonbinary Wiki, 2019).

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL

Hablar del mercado en lo que se refiere al género no binario en el ámbito nacional no nos proporciona la suficiente información ni los datos deseados como sí sería el caso a nivel internacional. Por ello, hablaremos de forma conjunta, comparando ambos y analizando cómo se aplican los canales y las marcas en relación con la visibilización e integración de la diversidad de género.

3.1.1. PLATAFORMAS Y CANALES QUE VISIBILIZAN

APPS

Las aplicaciones móviles permiten la visibilidad de género; por ejemplo, cuando se solicita el género en el registro de usuario de una *app* de citas. Existen muy pocas aplicaciones que sean conocidas y se dediquen exclusivamente a informar de los géneros no binarios. No obstante, algunas de las aplicaciones geosociales más famosas como Tinder o Bumble permiten a los usuarios seleccionar su género entre una gran diversidad. Estas *apps* visibilizan indirectamente a los géneros no binarios y contribuye a que se representen como quienes son y no solo como hombre o mujer.

Años atrás, cuando estas *apps* no permitían la opción de seleccionar un género no binario se produjeron una serie de reacciones negativas: algunas personas transgénero sufrieron agresión, acoso y denuncias por tener un perfil no binario. Otros muchos perfiles no conformes con el género binario vivieron en Tinder experiencias similares en una plataforma donde se suponía que el género era algo tan sencillo como deslizar el dedo hacia la izquierda o hacia la derecha (Katy Steinmetz, 2016).

WEBS Y REDES SOCIALES

Existen webs y redes sociales como Nonbinary Wiki o Facebook que ofrecen una visibilidad y reconocimiento directo a los géneros no binarios. Las webs y las redes pueden tener diferentes métodos de visibilización como son el uso de pronombres inclusivos, dando

información directa o permitiendo seleccionar cualquier género en el momento de crear el usuario.

Por otro lado, están las organizaciones oficiales que informan de conceptos y eventos de interés relacionados con la diversidad del género. Estas normalmente disponen de web y perfil en redes sociales y su finalidad es ayudar a los géneros no binarios o a una identidad específica. Entidades como el Ayuntamiento de Madrid o la ONU son algunos ejemplos que proporcionan este servicio *online* y *offline*.

También hay webs y redes que se dedican a mostrar marcas y organizaciones sobre los géneros no binarios. Además, en su mayoría son plataformas sin ánimo de lucro cuyo objetivo final es lograr el reconocimiento de todos los géneros.

El reconocimiento en webs puede presentarse de otra manera, ya sea simplemente usando pronombres inclusivos o incluyendo personas no binarias en su contenido. Este tipo de web y redes se denominan “inclusive” y su objetivo no es informativo, sino no discriminatorio ya que reconoce la existencia de estos géneros.

APOYO PSICOLÓGICO

Para que una persona transgénero pueda llevar su transformación con acompañamiento psicológico existe una amplia variedad de canales de apoyo. Algunos centros de salud o asociaciones de familias ofrecen líneas de atención telefónica y terapia psicológica gratuitas.

Encontramos organizaciones como ARELAS (Asociación de Familias de Menores Trans) a nivel internacional que ofrecen ayuda y asistencia a familiares, personas trans y no binaries.

Fuera de España tenemos el ejemplo del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI), en Argentina, que actúa en América del Sur y dispone de una línea telefónica gratuita abierta a diario para las personas no binarias que sufren acoso, malos tratos o discriminación por género.

MARCAS

Las marcas venden, pero también influyen. Y se reinventan constantemente para avanzar al mismo ritmo que la sociedad y sus consumidores. Es por ello por lo que tener en cuenta las marcas que apoyan a estas minorías puede darnos información relevante sobre la percepción social de los géneros no binarios.

El concepto binario de la ropa se siente anticuado dentro de los confines de una industria innovadora como la moda. Las personas de color *queer* y trans han estado subvirtiendo las normas de género durante décadas, y la realidad finalmente se está poniendo al día: celebridades de alto perfil como Harry Styles con un vestido o Billie Eilish con ropa de calle de gran tamaño es una señal de progreso y les da a otros la confianza para luchar contra las normas de género binario (Megan Soria, 2020).

3.1.2. TIPOLOGÍA DE VISIBILIZACIÓN DEL CANAL

APPS

	Género del usuario y pronombres	Descripción	Nº de Usuarios
Tinder	- 50 opciones de identidad de género. - Utiliza pronombres inclusivos. - Hay problemas de bloqueo con el género trans.	- Aplicación geosocial. - Registro con el perfil de facebook. - Funcionamiento con <i>swipe</i>. - Disponible en <i>app store</i>.	- Aprox. 50M

Bumble	- 37 opciones de identidad de género. - Los usuarios pueden sugerir opciones adicionales. - Se puede cambiar el género seleccionado solo una vez. - Utiliza pronombres inclusivos.	- Aplicación geosocial. - Algoritmo de complicitad. - Funcionamiento con <i>swype</i>. - Disponible en <i>app store</i>.	- Aprox. 30M
Butterfly	- 47 opciones de identidad de género. - Se puede cambiar el género seleccionado tantas veces como se quiera. - Utiliza pronombres inclusivos.	- Sitio de citas transgénero. - Permite escoger cualquier orientación sexual. - Funcionamiento con <i>swype</i>. - Disponible en <i>app store</i>.	- Aprox. 11M

WEBS Y REDES SOCIALES

	Género del usuario y pronombres	Descripción
Nonbinary wiki https://nonbinary.wiki/wiki/Main_Page	- Utiliza pronombres inclusivos. - Abierto a todos los géneros.	- Wikipedia del género no binario. - Organización sin ánimo de lucro. - Opción de colaborar y donar.
Facebook	- Requiere que el usuario elija entre hombre o mujer al crear una cuenta, pero se pueden escoger hasta diez de las 56 opciones de género después de haber creado el usuario. - Pronombres: Se refiere a un usuario como "ella" o "él" según el género que seleccionaron. Solo contempla el umbral binario.	- Servicio de redes sociales. - Gratuita. - Plataforma más usada mundialmente. - Suspende las cuentas de <i>drag queens</i> y transexuales.
Instagram	- Al registrarse puede seleccionar entre	- Servicio de redes sociales. - Gratuita

	hombre, mujer u otro (Especificar tu mismo) y “prefiero no decirlo”.	- Segunda plataforma más usada mundialmente. - Discrimina el cuerpo de la mujer.
Nobinaries.es	- Asociación de ámbito estatal no mixta para personas trans no binarias.	- Web de la asociación estatal no binaria. - Acciones tanto políticas como educativas. - Web poco atractiva y dinámica.

APOYO PSICOLÓGICO

	Servicio	Contacto	Horario de atención
AET Transexualia	AET – Transexualia se fundó el 17 de agosto de 1987, y ofrece servicio <i>online</i> desde el 2003. Organización no gubernamental declarada de utilidad pública por el Ayuntamiento de Madrid. Inscrita en la Agencia Española de Protección de Datos y en el Registro Nacional de Asociaciones con el número 74.641.	616 601 510	De lunes a sábado de 10 a 20 h

ARELAS	ARELAS, Asociación de Familias de Menores Trans, es una asociación formada por familias de niños y adolescentes transexuales, que además cuenta con un grupo de trabajo de Adultes Trans, para poder llegar así a todo el colectivo.	686160465	De lunes a viernes de 09 a 18 h
Asociación GENEREM	Acogida y apoyo a personas en transición de género. Ayuda a todas las personas que tienen vínculos familiares, afectivos, de amistad con personas trans para que puedan entender mejor su proceso personal. A la vez, la entidad realiza acciones de visibilidad y reconocimiento social del hecho trans así como actividades en torno a diversas temáticas.	generem.cat@gmail.com	
Fundación Enllaç	Acogida y orientación a las personas del colectivo no binario, o de su entorno, en temas de salud, legales y de previsión. También las orienta a la hora de conocer y establecer contacto con otras personas, entidades o recursos trans. Cuenta con el asesoramiento de personas trans y no binarias.	informacio@fundacioenllac.cat 93 4573739	De lunes a viernes, de 17 a 21h

MARCAS

	Producto	Visibilización
Superfluid	Maquillaje vegano.	- Utiliza lenguaje inclusivo. - Modelos de todos los géneros y tipos de piel. - Maquillaje unisex - Colaboran con <i>influencers</i> no binaries para la promoción.
Nudiejeans	Pantalones 100% reciclables.	- Utiliza lenguaje inclusivo. - Pantalones unisex.
TOMBOY X	Ropa interior unisex ecológica.	- Utiliza lenguaje inclusivo. - Todo tipo de ropa interior unisex. - Colecciones de ropa que visibilizan al colectivo LGTBI+ y a las personas trans. - Modelos con diferentes cuerpos.
KIRRIN FINCH	Ropa unisex.	- Utiliza lenguaje inclusivo. - Ropa que asociamos al hombre rompe el esquema binario y se adapta a todas las personas. - Modelos mujer transgénero.

3.3. CONCLUSIONES

En primer lugar, podemos observar que, aunque estos solo sean algunos ejemplos de plataformas que visibilizan la diversidad de género, hay muy pocas plataformas que dediquen su contenido al completo a las personas no binarias. Cada canal tiene objetivos diferentes, ya sea vender, tener más usuarios o dar apoyo psicológico, y todos ellos participan en la inclusión para la diversidad de género.

Por una parte, están las aplicaciones móviles que permiten un amplio abanico de posibilidades para que sus usuarios escojan el género con el que se identifican. En el caso de las aplicaciones móviles, no hemos encontrado aplicaciones con alto reconocimiento que se centren en informar o dar soporte a personas no binarias. Es por ello por lo que se han seleccionado *apps* de citas. En estas hemos podido observar que las que tienen un mayor número de usuarios utilizan varias opciones de identidad en el registro y usan lenguaje inclusivo en el contenido de la *app*.

Es interesante comprobar que Tinder, por ejemplo, cambió su menú de registro en respuesta a las denuncias que hacían los usuarios de esta *app* por no ser inclusiva.

En resumen, se considera que las *apps* son un canal de soporte y difusión que pueden llenar algunos huecos del mercado y explorar vías que aún no se han explotado, como *apps* de apoyo o informativas. Aplicaciones exclusivas para no binaries.

Las webs divulgativas tienen grandes fortalezas y ventajas que aún no se han usado en España en relación con la visibilización de la diversidad de género. La única web reconocida a nivel internacional con contenido exclusivo no binario es la [NonBinary Wiki](#). Es la única wikipedia del género con buenas referencias, pero en este caso su finalidad es informativa y no divulgativa. Esto nos hace concluir que es un campo que se puede explorar como posible opción de mercado.

Por lo que respecta a las redes sociales, Instagram y Facebook, al igual que Tinder, reaccionaron a las denuncias anteriormente comentadas creando la opción de “otra” en el

registro del género/sexo. Asimismo, se generó una controversia en el caso de Facebook con la eliminación de cuentas de *drag queens*, y en Instagram, con la censura del pezón. En definitiva, las redes tienen que seguir avanzando en la inclusividad, pero pueden llegar a ser un buen canal para distribuir información sobre el tema porque tienen una capacidad de *engagement* mucho mayor que las webs.

Existen muchas organizaciones que ofrecen apoyo psicológico a las personas trans y/o intersexuales y a sus familiares. A diferencia de los otros canales, estos ofrecen un soporte directo con un objetivo de asesoramiento y apoyo concreto para este colectivo. En España no existen organizaciones orientadas exclusivamente a las personas no binarias, ya que en la mayoría de los casos estas personas no necesitan un proceso quirúrgico y hormonal. Así pues, el estudio demuestra que es necesario en el ámbito nacional crear un soporte de ayuda para este colectivo.

Por último, las marcas son un canal muy interesante para analizar. Como se ha visto con anterioridad, un lenguaje inclusivo y la visibilización de modelos no binarios les permiten gozar de reconocimiento en el mundo comercial. Es cierto que son muchas las marcas que están desarrollando una imagen más inclusiva mostrando modelos de diferentes cuerpos y tonos de piel, pero son pocas las que se atreven a visibilizar personas trans o no binarias. Teniendo en cuenta la fuerte influencia de las marcas sería interesante crear marcas españolas inclusivas con el colectivo no binario. Por otro lado, las marcas escogidas están relacionadas con el mundo de la moda o la belleza a nivel internacional, ya que este sector ha sido de los primeros en integrar la inclusividad no binaria.

4. NONBINARY.ES

4.1. DESCRIPCIÓN

Hoy en día la diversidad de género es un hecho, no una utopía. Pero esta realidad no es reconocida por todo el mundo, un mundo binario de hombres y mujeres donde en muchos países ser no binario puede ser tu condena. El desconocimiento de la diversidad y del inconformismo binario afecta de forma negativa al reconocimiento de todas las identidades existentes. Por esta razón, es fundamental que desde temprana edad empecemos a visibilizar esta realidad y luchemos por un mundo más inclusivo. Para ello, primero hay que visibilizar para así lograr el reconocimiento social de todas las identidades binarias.

La propuesta de este proyecto es llevar a cabo la creación de una plataforma online de divulgación que permita dar a conocer los géneros no binarios con el objetivo de que sean reconocidos socialmente, acabar con la desinformación a través de su visibilización y conseguir una sociedad más inclusiva y respetuosa con la diversidad.

NOMBRE

El nombre escogido para la plataforma es Nonbinary y representa de forma clara al colectivo no binario que buscamos visibilizar.

La plataforma no descarta visibilizar cualquier identidad, entre o no dentro del umbral de no binaries, ya que no todas las personas que trascienden en el género forman parte del colectivo no binario.

El nombre está escrito en inglés porque uno de los objetivos a largo plazo es darle repercusión internacional adaptando el contenido a otros idiomas. Así pues, el número de personas alcanzadas sería mayor y la web podría obtener grandes resultados.

4.2. TARGET

La plataforma está dirigida a dos públicos objetivos:

1. La sociedad en general, pero con foco en jóvenes de entre 16-30 años con acceso a internet que estén interesados en conocer más sobre las identidades de género no binarias. Dentro de este público pueden aparecer personas que a través de NonBinary descubran su verdadera identidad.
2. Las personas no binarias que puedan aportar contenido y apoyo a la plataforma. Este público podrá escribir sugerencias de cambios de la web para ampliar y mejorar el contenido.

Un público secundario pueden ser las organizaciones o plataformas que necesiten un recurso informativo o una guía como Nonbinary para crear o cambiar su lenguaje a un formato más inclusivo y visualizador para los géneros no binarios.

Finalmente, marcas que estén concienciadas con la importancia de una sociedad más inclusiva y diversa donde todas las identidades de género tengan cabida. Estas marcas podrían formar parte de nuestra web y ser fuente de financiación.

4.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

VALORES

Recordemos que el objetivo de la plataforma es visibilizar y divulgar las identidades de género del umbral no binario para así lograr el reconocimiento social de todas las identidades y acabar con la desinformación y los estereotipos generalizados.

Somos una plataforma sin ánimo de lucro que fomenta sus valores en el respeto, la igualdad y la inclusividad a través del reconocimiento de todas las identidades de género.

Nuestros principios éticos de marca se basan en la visibilización de contenido veraz e inclusivo, la responsabilidad social, la transparencia y honestidad, el respeto por todas las identidades y el cuidado del medio ambiente proporcionando productos a la venta sostenibles.

MISIÓN

Nonbinary no es solo una web, es una imagen, una marca, y por ello debe tener una misión y unos valores. Nuestra misión se basa en visibilizar la diversidad del género no binario y definir la tipología con contenido de interés que encaje en el ideal de respeto e igualdad.

Nuestra razón de ser es la creación de un futuro más igualitario e inclusivo para todas las identidades no binarias. Esta razón de ser nace de la preocupación por una situación de desconocimiento tanto a nivel estatal como internacional sobre la diversidad de género.

Por último, es importante destacar aquello que nos diferencia de nuestra competencia y cuál es nuestro valor diferenciador. Partiendo de los estudios del apartado de análisis de mercado podemos establecer nuestra finalidad divulgativa no lucrativa como nuestra diferencia principal.

VISIÓN

La visión de NonBinary se basa en la igualdad. Lograr un futuro basado en la igualdad e inclusividad de la diversidad de género en todos los ámbitos. Un futuro donde no se tenga que justificar la identidad, donde no exista discriminación y las personas sean libres de escoger su identidad. Según la investigación previa, catalogar las identidades y poner etiquetas es necesario desde el momento que dan visibilidad a un colectivo marginado. Estas podrán desaparecer cuando haya igualdad total en derechos y privilegios. Siendo conscientes de la ambición de la visión se pretende a pequeña escala contribuir a ese cambio a través de la divulgación y la recopilación de información.

“Las personas aprenden de Nonbinary y NonBinary aprende de las personas”.

4.4. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

Todo proyecto que supone un gasto necesita un plan de financiación. Partiendo de la base que la web es divulgativa y no tiene finalidad comercial, tendremos que encontrar alternativas para cubrir los gastos de producción.

Para realizar la web no ha sido necesario invertir en ningún caso, pero para ser propietaria de un dominio se ha realizado una suscripción al plan **Premium de Wix** que suma un coste de 7€ al mes juntamente con los 8€ que ha costado la compra anual del dominio.

A medio plazo, los costes van a aumentar, por ello hemos planteado la posibilidad de abrir un canal de **donaciones** en la web. Estas donaciones no tienen ni límite ni precio base. El dinero irá redirigido a una cuenta creada en PayPal exclusiva para NonBinary. Nos dirigimos al público para que nos ayude con sus aportaciones a lograr la misión de la plataforma a través de un mensaje cercano y transparente: “Ayudanos a crecer. Nonbinary es una web divulgativa sin ánimo de lucro, pero queremos seguir avanzando y mejorar nuestro contenido para lograr nuestros objetivos. Por ello, toda ayuda es un paso hacia delante”.

Además, iremos realizando periódicamente campañas en redes sociales para recordar la necesidad de que más personas apoyen económicamente el proyecto NonBinary. También incluiremos el botón "Dona" en nuestras redes sociales.

Las estrategias de comunicación y marketing que se van a aplicar más adelante pueden prescindir de inversión previa, ya que se pueden realizar de forma gratuita.

En la web, hemos incluido una **tienda** donde crearemos una gama de productos relacionados con NonBinary y que eventualmente podrán ser diseñados por artistas no binarios para gestionar la financiación del mantenimiento a largo plazo de la web. Estos productos se compran a un fabricante de ropa personalizada sostenible que nos permite crear nuestro propio diseño. Los productos (camisetas, tazas y bolsas de tela) llevarán el logo de la web junto con el eslogan de la campaña de lanzamiento “NonBinary, el género menos binario”. Más adelante, se podrán plantear nuevos diseños y productos para el *merchandising*. El precio de los productos ronda entre los 5€ de la taza y los 23€ variando según la cantidad de unidades adquiridas.

Como visión de futuro, añadiremos **marcas** como fuente de financiación. Realizamos una estrategia de colaboración con ellas mediante su promoción o descuentos en la web. Crearemos un dossier de colaboración donde presentaremos NonBinary, su público, sus

valores, su misión y la importancia de que las marcas apoyen la diversidad. Este mensaje se desarrolla en el apartado de estrategia de comunicación.

4.5. WEB

www.NonBinary.es

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

La web de NonBinary.es se realizará en Wix, una plataforma de edición web que permite escoger diferentes plantillas de diseño y apartados para editar tu web fácilmente de forma totalmente gratuita. Además, ofrece la posibilidad de escoger planes de mantenimiento de la web según tus necesidades.

Nonbinary optará por un plan gratuito con publicidad para el lanzamiento y apostará por un plan *Premium* cuando la web empiece a tener más visitas.

4.5.1. LOGO



El logo de NonBinary se basa en el símbolo de la identidad no binaria, un símbolo de género destinado a representar específicamente a individuos no binarios.

El uso de la "x" fue una decisión adoptada por el creador R Jonathan, en 2012, debido al aumento del uso de la "x" como una letra que representa a individuos no binarios tanto legalmente como en pronombres y títulos. Es esta "x" del logo la que representa claramente nuestra posición inclusiva con el lenguaje no sexista.

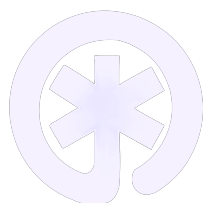


Para tener un símbolo propio y original se optó por colocar una extensión exterior con la cruz dentro del círculo y simular la silueta de un botón de arroba en representación de lo no binario en el mundo digital.

Cada franja del interior del logo representa uno de los colores de la bandera no binaria (violeta, amarillo y blanco) y el círculo completa la gama cromática con el color negro para así lograr un contraste con el fondo. En el interior de las franjas se ha creado un difundido mezclando los colores en su punto de unión.

Para realizar el logo se ha utilizado el programa de ilustración Procreate de Apple que permite dibujar un logo a mano y lograr ese efecto más artesanal que deseamos.

Además, se editaron varias opciones de diseño para adaptarlas a los canales que se van a usar. Una opción en blanco y en negro sin relleno que se utilizan cuando nos encontramos con fondos difuminados y queremos resaltar el logo. El conjunto de todos los elementos muestra un logo que representa a las personas no binarias y refuerza el nombre y el significado de la web.



4.5.2. DISEÑO Y ESTRUCTURA

La plataforma online contará con un diseño sencillo y una estructura dinámica y fácil de usar. Estará disponible en formato *desktop* y móvil, ofreciendo un acceso rápido a través del enlace de cualquier dispositivo.

La idea es mostrar una web divulgativa transparente con un objetivo claro y que sea fácil de encontrar, leer y compartir en RRSS.

En su aspecto cromático, se han escogido los colores de la bandera no binaria (negro, blanco, amarillo y violeta) para el diseño de la web.

La tipografía principal seleccionada será la Poppins Semi Bold, en algunos casos -como en los subtítulos- la tipografía tendrá un tamaño más pequeño y en las citas se empleará la misma tipografía en cursiva.

Además, cada uno de los apartados contará con fotografías de apoyo o citas relevantes que complementan el texto.

La web dispondrá de los siguientes apartados en la barra superior del menú para aportar la información de forma ordenada:

- *Home*
- Acerca de
- Conceptos (sobre el género)
- Identidades, con un desglose en 4 apartados: biblioteca, marcas, organizaciones y mitos.
- Eventos
- Donaciones
- Tienda
- En un botón a la derecha en destacado: Háblanos

HOME

En la *home* de NonBinary encontraremos:

1. Banner con la imagen del logo de la página y un texto que dice: **Plataforma para visibilizar la diversidad de género.**
2. Banner de Misión - Visión - Objetivo
Misión: Visibilizar la diversidad de género
Visión: Un futuro basado en la igualdad
Objetivo: Reconocimiento de todos los géneros
3. Banner de identidades con una breve introducción de los géneros no binarios con banderas que te redirigirán a su apartado. **No binario es un término que se refiere a personas cuyo género no es completa y exclusivamente hombre o mujer. Pueden identificarse con no tener género en absoluto, con ambos géneros binarios, con una tercera identidad o una identidad que puede cambiar con el tiempo.**
4. La cita "Be yourself, the world will adjust" de la filósofa Manabi Bandyopadhyay.
5. Banner de los últimos eventos de interés con un enlace para inscribirse.
6. Banner de presentación de la cuenta de Instagram @NonBinaryspain junto a su *call to action* "Descubre más sobre NonBinary".
7. Cierre con la cita "Entender que hay condicionamientos sociales que dan forma al género no es lo mismo que decir que dicha construcción social no tiene un peso en la vida, aunque seas una persona disidente de tales normas. Saber que es una construcción social no te exime de la discriminación o del castigo por salirte de ellas", del escritor Lucas Platero Méndez.
8. Por último, en el *footer* encontramos el correo nonbinaryinfo@gmail.com y en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

ACERCA DE

En este apartado se presenta NonBinary y su razón de ser de la siguiente manera:

1. Banner con una breve introducción: **Todes nacemos con un género designado por la sociedad porque vivimos en un mundo binario, un mundo de hombres y mujeres. Pero la identidad de género es la manera interna que tiene cada persona de vivir su género y este puede ser independiente del sexo con el que se nace y de la orientación sexual que se tenga.**

En Nonbinary buscamos visibilizar y hablar sobre la diversidad de género para que día tras día más personas conozcan identidades más allá del binarismo.

Catalogar las identidades y poner etiquetas es necesario desde el momento en que dan visibilidad a un colectivo marginado. Estas podrán desaparecer cuando se alcance la igualdad total en derechos y privilegios.

2. Banner con la ilustración de Alison Czinkota que hará mención a la igualdad no binaria junto con una cita de Barbara Gittings como pie del dibujo.

"Equality means more than passing laws. The struggle is really won in the hearts and minds of the community, where it really counts."

3. Banner con la misión: **Visibilizar la diversidad del género no binario y divulgar todas las identidades que van apareciendo con datos relevantes, eventos y más...** junto con una foto con mi amigo Christian.

4. Banner con el objetivo: **Lograr un reconocimiento social y legal de todas las identidades y acabar con la ignorancia y los estereotipos generalizados.**

5. Banner con un *call to action* en el apartado de identidades de género con el texto: **Descubre las identidades de género que conocemos en** (Aquí). Este enlace redirigirá al apartado de identidades de género para así llegar más rápido al contenido importante de la web.

6. Por último, encontramos el *footer* con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y en la esquina inferior derecha el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

CONCEPTOS

En este apartado encontraremos un listado de algunos conceptos importantes relacionados con el género.

1. Banner con la introducción: **DEFINICIONES. Aquí encontrarás un listado de los conceptos más importantes relacionados con el género y su terminología. Todas las definiciones han sido extraídas y realizadas a partir de plataformas oficiales que defienden la diversidad de género.**

Con el objetivo de facilitar la comprensión de los conceptos se han abreviado y colocado en un orden concreto. Este orden está elaborado para que en primer lugar se conozcan los términos generales como el género o la identidad de género y así ir facilitando la comprensión de los conceptos más complejos como la disforia de género.

2. Banner con el vocabulario del género que se ha considerado necesario para la comprensión total del contenido de la web. Las definiciones no serán extensas para que la lectura sea más fácil y dinámica.
3. Finalmente, el *footer* con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

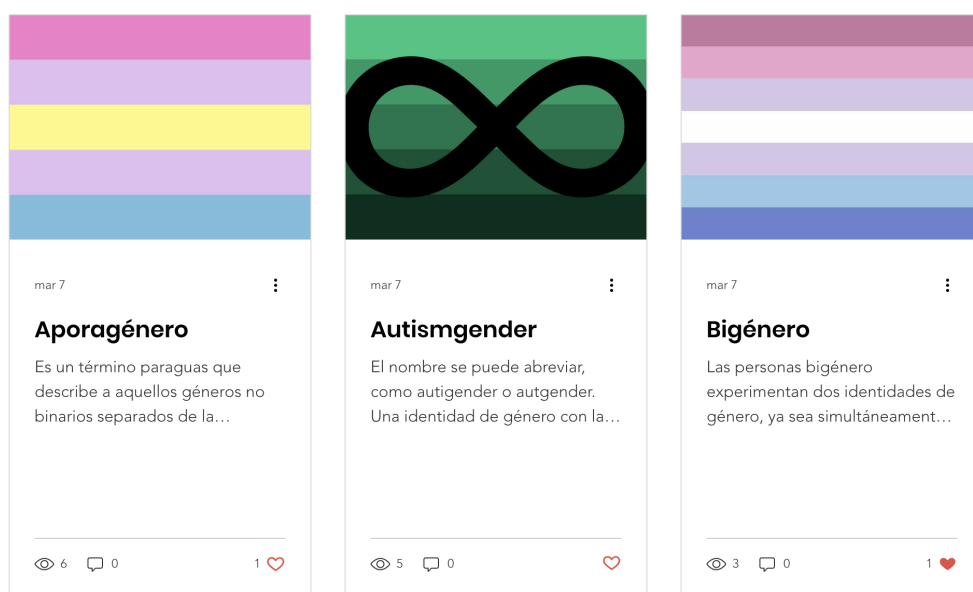
IDENTIDADES

En el apartado de identidades es donde se encuentra el verdadero contenido de interés. Este apartado va a tener cuatro subapartados más: biblioteca, marcas, organizaciones y mitos.

IDENTIDADES DE GÉNERO

Este apartado tendrá un formato blog, con entradas para cada identidad, de esta manera se actualizará su contenido de forma más dinámica a la vez que Google ofrecerá una búsqueda más rápida de pseudocontenidos (contenido secundario).

1. Banner con una breve introducción sobre el término no binario: **No existe un número exacto de identidades de género. Cada persona se identifica como se siente, es por ello por lo que NonBinary es una web divulgativa que visibiliza a minorías que deben ser reconocidas. Queremos que nos ayudes si tu identidad no se encuentra en esta lista para seguir ampliando identidades y dar voz a la diversidad. *Estas no tienen por qué estar en el umbral de no binario ya que nuestro objetivo es visibilizar a TODOS. La información es extraída de artículos de interés, libros y organizaciones como Gender Census, Nonbinary Wiki o Beyond Binary Legal.**
2. Banner en formato blog con las entradas. Cada entrada a las identidades tendrá su bandera oficial, su nombre, el número de visualizaciones, la fecha de entrada y la opción de dar un “me gusta”. Una vez se entre en una identidad, el contenido de la entrada estará compuesto por: la definición de ese género, la descripción del significado de la bandera, una cita relevante sobre esa identidad de género y una breve historia de su origen.



Además, partiendo de que uno de los objetivos es alcanzar un buen nivel de visualizaciones habrá la posibilidad de compartir la entrada a través de las redes sociales desde los enlaces adjuntos.

3. Banner con el *call to action* a las donaciones con la frase “¡Ayúdanos a crecer!” y el enlace de “Dona”.
4. Por último, el *footer* con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

BIBLIOTECA

Este subapartado tiene como objetivo mostrar libros de interés relacionados con el mundo del género, ya sea binario o no.

1. Galería de libros: Para hacerlo más sencillo y visual, se verán las portadas de todos los libros junto con el título, el nombre de su autor y el enlace que te redirigirá directamente a la compra en Amazon.



2. Por último, el *footer* con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

MARCAS

En este apartado se van a mostrar las marcas analizadas en la investigación de mercado, ya que pueden ser una opción muy interesante para los visitantes que deseen comprar ropa o maquillaje que fomente la inclusividad de todos los géneros. Partiendo de la lógica de crear un consumo responsable con marcas que tengan valores y objetivos que nos representan.

1. Banner con la foto del logo o la web de la marca, su nombre, una breve definición de su producto y el enlace que te redirige a la web oficial de cada una.
2. Por último, el *footer* con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

ORGANIZACIONES

En Organizaciones, se colgarán las webs oficiales y las redes sociales de diferentes organizaciones e *influencers* que tratan la diversidad de género y la inclusividad.

1. Banner con post de Facebook e Instagram de organizaciones como Them o FELGTB e *influencers* como Daniel Valero o Villano Antillano.
2. Por último, el banner con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

MITOS

La idea de este apartado es mostrar la respuesta a los mitos generalizados y relacionados con la diversidad de género a través de datos y definiciones oficiales.

La intención es exponer información contrastada que ayude a desmontar los mitos al tiempo que ponemos en evidencia la gravedad de la situación con datos numéricos. En comunicación es de vital importancia demostrar con datos y no solo con definiciones la

situación de un tema en concreto, de esta manera se capta el interés del público y se dan herramientas para desaprender actitudes y creencias.

1. Galería deslizante con fotos de personas no binarias, sin *copyright*, junto con un mito seleccionado por el apartado de mitos del proyecto y su dato. Por ejemplo: **MITO 1. Todo el mundo es simplemente un hombre o una mujer. Solo hay dos géneros.**
- **DATO. Según estudios en Estados Unidos y Europa de la Comisión de Igualdad y Derechos Humanos, hay un porcentaje aproximado de 2% -1% de identidades no binarias en cada país.**
2. Banner con la definición sobre la diferencia entre los términos *trans* y *queer*. Este apartado pretende resumir conceptos que en ocasiones pueden crear controversia: QUEER, TRANS Y NO BINARIES.

***Queer* ha sido usado como adjetivo para referirse a una persona que transgrede las distinciones de género, independientemente de su identidad de género, es decir, aquellos que expresan su género de una manera no normativa, o que no se conforman con los géneros binarios.**

Cuando hablamos de personas cuya identidad de género es opuesta a su sexo asignado hablamos de trans. Algunas referencias y organizaciones utilizan el término transgénero en general, de tal manera que incluye a las personas *queer* o no binarias.

No binario es un término general que se utiliza para describir una identidad de género que no es exclusivamente hombre o mujer. Esta puede identificarse como una identidad de género en sí.

3. Por último, el banner con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

EVENTOS

NonBinary trabaja en la visibilización del colectivo no binario, por eso creemos importante destacar los eventos relacionados que habrá en España. En este apartado se podrán subir eventos relacionados con el género ya sean días internacionales, manifestaciones, obras de teatro o acontecimientos culturales, charlas, promociones de libros o películas, etc.

1. Banner con el nombre del evento, su fecha, ubicación y el enlace que te redirigirá a la página donde inscribirte, comprar o lo que se deba realizar en cada uno.
2. Banner con el *call to action* a las donaciones con la frase “¡Ayúdanos a crecer!” y el enlace “Dona” que te redirigirá al apartado de donaciones.
3. Banner con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por mail nuestra *newsletter*.

TIENDA

En la tienda de NonBinary pondremos a la venta una gran variedad de productos como tazas, camisetas o bolsas de tela con el eslogan corporativo “NonBinary, el género menos binario” y el logo de la marca. Estos productos serán de buena calidad y con un precio accesible para todas con un presupuesto adaptado al envío nacional.

1. Banner con la imagen de los productos, su precio y una breve descripción. Una vez se selecciona un producto, se abrirá un *frame* donde habrá la posibilidad de escoger la cantidad, difundir el producto a través de las redes y conocer las opciones de envío.
2. Por último, el banner con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

DONACIONES

En donaciones se mostrará cómo podemos ayudar a NonBinary a crecer junto con el enlace de Paypal para realizar donaciones sin un mínimo de inversión.

1. Banner con el logo de NonBinary animado para simular la presión de un botón con su *clik*.
2. Banner con un breve texto explicativo: **Ayúdanos a crecer. Nonbinary es una web divulgativa sin ánimo de lucro, pero queremos seguir avanzando y mejorar nuestro contenido para lograr nuestros objetivos. Por ello, toda ayuda es un paso hacia adelante. Este texto va complementado con el botón para donar que redirige a la web de paypal para hacer la contribución.**
3. Por último, el banner con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

HÁBLANOS

En la esquina superior derecha aparece el botón de color amarillo con la palabra “háblanos”. Este apartado tiene como objetivo establecer contacto con nuestra comunidad ofreciéndoles la oportunidad de dejar una sugerencia, un correo y un nombre. De esta manera podremos tener ese feedback con el segundo público objetivo. Además, obtendremos un listado de contactos a quienes podremos mantener informados con nuestra *newsletter*.

1. Banner de la plantilla de registro junto con una introducción: **Contacta con nosotros. Queremos conocer tu opinión y tus historias para mejorar nuestra web y crecer todes juntas.**
2. Banner con un mapa que ubica la “sede” de NonBinary en Barcelona.

3. Banner con el *call to action* a las donaciones con la frase “¿Quieres ayudarnos a crecer?” y el enlace “Dona” que te redirigirá al apartado de donaciones.
4. Por último, el banner con el correo nonbinaryinfo@gmail.com y, en la esquina inferior derecha, el apartado de suscripción donde los usuarios podrán dejar su dirección de correo y recibir por e-mail nuestra *newsletter*.

Uno de los objetivos de la web es que sus contenidos sean fáciles de compartir, por ello habrá links en los apartados más importantes que permitirán la difusión del contenido en RRSS.

4.5.3. INSTAGRAM

Instagram es la red más utilizada por menores de 30 años y por eso será uno de los canales que utilizaremos para la difusión de contenidos. Nos permite subir actualizaciones, crear comunidad y mantener contacto directo con ella. Además, es una oportunidad para conocer mejor a nuestro público y a las organizaciones o *influencers* que tratan temas sobre género, identidades y conceptos no binarios en Instagram. Conocer sus gustos y a qué personas debemos dirigir el mensaje.

El perfil de NonBinary en Instagram se registrará como una cuenta de empresa para poder ver los *insights* diarios y los análisis de los *posts*.

El estilo seguirá la identidad visual de la web, usando los mismos colores y reduciendo los apartados según tema con un color concreto. Se publicarán nuevas entradas cada semana, una de una tipología de género no binario con su bandera, y otra con el contenido de la web.

Por ejemplo:

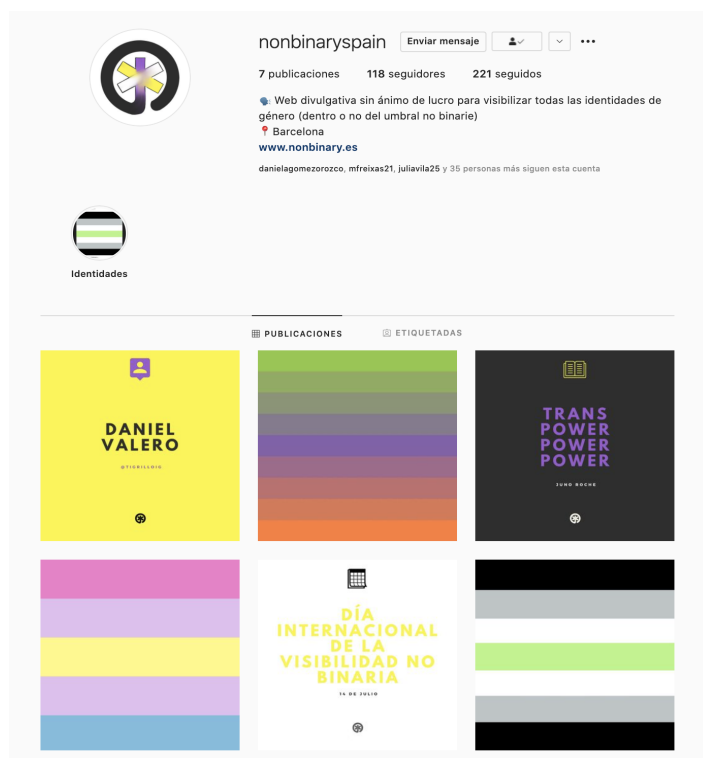
- Citas de famosos, en color lila.
- Eventos de interés, en color blanco.
- Personajes influyentes, en color amarillo.
- Libros y películas no binaries o trans, en color negro.

Para captar mejor la atención, se ha valorado también el uso de fotos de referencia para las entradas, por ejemplo, publicar la foto de la portada del libro o una captura del perfil del *influencer* del que estemos hablando.

Las entradas se publicarán todos los sábados a las ocho de la tarde, ya que, según los estudios de la plataforma de marketing digital Later, es una de las mejores horas para generar *engagement* entre tus seguidores.

Uno de los objetivos del Instagram de NonBinary es alcanzar una comunidad real y transparente, por ello NonBinary se encargará de dar respuesta a todos los comentarios y mensajes directos que aparezcan en su cuenta. Así pues, la comunicación entre marca y seguidor será más fuerte.

Los Instagram *Stories* serán otra de las herramientas que más se utilizarán para obtener visitas a nuestra web e Instagram. Cada post que se suba en el *feed* de la cuenta se subirá al mismo tiempo en Instagram *Stories*. También se compartirán *posts* de otras cuentas que puedan ser interesantes en el Instagram Stories de NonBinary.



4.5.4. SEO

Para la web tendremos que editar el contenido junto la estrategia de marketing SEO. Empezando por crear descripciones detalladas en cada apartado de la web añadiendo las palabras clave que Google va a usar para su búsqueda. Estas palabras irán enfocadas a nuestro público objetivo, metiéndonos de lleno en la mente del usuario y en su objetivo de buscar información relacionada con la diversidad de género, en concreto, géneros no binarios. “Dar respuesta a lo que mi público busca” son las palabras que usa Adrià Padilla en la entrevista para describir el objetivo principal. Para localizar estas palabras se ha hecho una búsqueda en Google Trends de los titulares más buscados en relación con la diversidad de género.

- **Diferencia entre binario y no binario, significado de no binario, identidad de género, visibilizar, queer, género, diversidad de género, diferencia entre sexo y género, divulgativa, inclusivo.**

La descripción de NonBinary es muy importante. Tiene que alinearse con nuestra imagen y el mensaje que queremos lanzar siendo conscientes que los visitantes buscan identidad. Por ello la descripción será: **La web divulgativa para visibilizar la diversidad de género.** Esta contiene muchas de las palabras que el buscador va a reconocer.

A partir de Google Analytics vamos a ver cuales son los porcentajes de las palabras más usadas en el buscador y actualizar la web añadiendo a los textos los conceptos más buscados.

Para que la web esté bien posicionada usaremos la opción “mejora del plan SEO” de la *app* de Wix y realizaremos los siguientes cambios:

1. Cambiar el título para los motores de búsqueda de Google: Plataforma divulgativa que visibiliza géneros no binarios | NonBinary.

2. Cambiar la descripción del SEO para encontrar más palabras clave en el motor de búsqueda: NonBinary, la primera web divulgativa, sin ánimo de lucro, que visibiliza la diversidad de género no binario para lograr un mundo más inclusive.
3. Crear la versión optimizada para dispositivos móviles.
4. Obtener un dominio a través de Dondominio por un precio aproximado de 8 euros al año y conectarlo a la web con la *app* de Wix con un plan de conexión de dominio de 7 euros al mes. Este va a ser www.nonbinary.es.
5. Conectar la web al buscador de Google.

Para la mejora del SEO en el contenido de la web se van a realizar las siguientes tareas:

- Se mostrará la información de contacto en la página de inicio y se procurará que la dirección de correo electrónico se lea bien.
- Se actualizarán los enlaces sociales de la página de inicio para facilitar el acceso a Instagram.
- El texto de la página “Acerca de” contiene más de 5 de las palabras clave de la web.
- Los tiempos de carga de cada página deben ser óptimos; para ello evitaremos añadir demasiados videos, descripciones y fotos de alta resolución.

Para verificar el seguimiento de la web a través de la Data se van a utilizar las herramientas previamente recomendadas por Adrià: Google Analytics y Search Console. Con estas plataformas se podrá hacer un seguimiento del posicionamiento de NonBinary en Google a largo plazo y así modificar el contenido según los datos extraídos. Por último, permitirá ver si hemos alcanzado las 300 visualizaciones mensuales en el tráfico de la web deseadas.

4.6. PLAN DE COMUNICACIÓN

4.6.1. ENTREVISTAS

Teniendo clara la estructura de la web, es momento de valorarla y validarla con profesionales del sector del marketing web y con especialistas en género.

Se han realizado tres entrevistas con el fin de presentar:

1. El objetivo divulgativo principal y la estructura de la web, explicando por qué se ha escogido una plataforma web e Instagram y no otro tipo de soporte.
2. Mostrar los desafíos encontrados.
3. Conocer la opinión de los expertos y personas no binarias para analizar los puntos fuertes y débiles a partir de sus consejos. Las tres entrevistas se pueden consultar en el anexo 7.2.

La primera entrevista fue a Daniela Gómez, estudiante de repostería en Barcelona, que se identifica con el género *queer*. Daniela se mostró agradecida por la iniciativa de crear la plataforma Nonbinary para ayudar a la visibilización de las personas no binarias. “Apoyo a todas esas personas y os quiero de todo corazón. Yo, por ejemplo, soy *queer*, pero miré tu web y yo no sabía muchas cosas. Es de ayuda para todes” dijo Daniela.

Para validar que la plataforma tenía un contenido apropiado y correcto era imprescindible realizar una entrevista a una persona del colectivo o que conociera el significado de trascender el género. A lo largo de la entrevista, Daniela hizo hincapié en el tema de cómo se siente una persona con disforia de género y cómo se sintió ella discriminada por no encajar.

Estas confesiones han ayudado a comprender la gravedad de la situación y saber cómo viven estas situaciones muchas de las personas *queer*.

Asimismo, nos contó que ser *queer* o no binarie no es un concepto, son personas y existen. Con esa afirmación quiso destacar que muchas personas que desconocen la existencia de

las diversas identidades de género pueden sentirse perdidas y quizás no sepan encajar porque no saben cuál es su verdadera identidad. Por ello, es relevante comprender que dentro de nuestros públicos objetivo puede haber personas que desconocen todo lo relativo a las identidades de género y pueden encontrar en nuestra plataforma su verdadera identidad.

Finalmente, Daniela habló sobre el cambio de pensamiento social que está por venir. Apuntó que no se trata de una moda, sino que cada vez más los jóvenes y los movimientos sociales en contra de las injusticias de género van a ser el cambio que ayude a las personas no binarias.

De esta primera entrevista se puede sacar una conclusión interesante para la mejora del proyecto: existe un posible público de personas que desconocen la existencia de personas no binarias que sufren de disforia del género. Estas podrían encontrar su identidad a través de la visibilización de la diversidad de género.

La segunda entrevista fue a Adrià Padilla, técnico investigador en la Universidad Autónoma de Barcelona, con un doctorado en Comunicación Interactiva, Telecomunicaciones y Multimedia, especializado en el desarrollo de aplicaciones de software para recopilar, procesar y analizar grandes datos.

La entrevista resultó verdaderamente útil para mejorar diversos aspectos de la plataforma NonBinary a nivel estratégico y digital.

En primer lugar, Adrià opina que la web divulgativa es el mejor canal para el público al que se dirige NonBinary. Esta tiene una finalidad, según su visión profesional, más educativa que informativa “ya que las palabras de búsqueda que van a dirigirse a la web serán preguntas explícitas relacionadas con el contenido de la web”, como, por ejemplo: cuál es la diferencia entre agénero y género neutro.

Para dar respuesta a la búsqueda de nuestro público objetivo, Adrià hizo hincapié en tener un apartado en formato blog en la web. Esto permitirá un acceso más directo al contenido

estable porque puede aparecer más fácilmente en el buscador y puede actualizarse semanalmente.

En el blog es necesario que se dé respuesta a las preguntas y el texto esté optimizado según las palabras clave previamente seleccionadas. Estas palabras se pueden encontrar en el apartado del SEO 4.5.4.

Por otra parte, Adrià se mostró reticente con el uso de Wix como editor web, ya que este no tiene una finalidad profesional pero sí que es la opción más ventajosa respecto al precio de inversión. En su contra, propone el uso de WordPress para el diseño de la web.

En relación con la estrategia de marketing digital, mencionó el uso de Google Trends para descubrir las que van a ser nuestras palabras clave. Además, argumentó que una buena estrategia podría ser la herramienta de pseudocontenido (contenido secundario) que está relacionada con la creación de un blog. En el caso de NonBinary, el blog se va a utilizar para describir cada una de las identidades de género junto a su historia y su definición.

Finalmente, Adrià considera que, desde el punto de vista profesional, NonBinary no solo podría ayudar a muchas personas a saber más sobre géneros no binarios, sino que podría albergar muchos más beneficios, como por ejemplo convertirse en una herramienta para las escuelas o una guía para organizaciones como la Generalitat de Cataluña.

En tercer y último lugar, entrevistamos a Finula Greene, australiane doctorade en Estudios de Género y trabajadore en una *sex-shop* independiente que produce juguetes sexuales para todo tipo de cuerpos y orientaciones sexuales. Finula ha proporcionado un punto de vista muy interesante al proyecto, ya que además de ser une profesional en género es una persona no binaria.

Según su opinión, no existe una definición exacta de no binario, ya que hay infinitas posibilidades por las que alguien puede identificarse como no binario: “Al identificarme como no binarie, sentí que me permitía moverme con más fluidez en mi presentación y

desempeño del género, ya que nunca sentí la necesidad de presentarme como un género prescrito”.

Finula confirma, basándose en sus estudios, que vivimos en un mundo binario desde 1950, con la aparición de la familia nuclear. Esta se idealizó, pues tenía la capacidad de convertirse en el mayor consumidor en la nueva sociedad consumista moderna, nos comenta. Los roles existen desde que nacemos y no va a ser fácil romper con ellos. Según Finula, “se nos anima a existir y entender el mundo como binario porque es la forma más fluida de funcionar dentro de una sociedad patriarcal y capitalista”.

Finula nos ha hablado de la situación en Australia de las personas no binarias. Existe un reconocimiento legal y dichas identidades pueden cambiar de género en su pasaporte. Por desgracia, actualmente el gobierno australiano de extrema derecha está tratando activamente de reducir la protección legal y el reconocimiento de este colectivo.

También ha hablado sobre la importancia de visibilizar a las personas no binarias y ha respaldado la opción de crear webs divulgativas siempre que su contenido se haya extraído de la voz de personas no binarias. Por otro lado, ha comentado un problema claro que sufren las personas no binarias “debido al riesgo y el miedo asociados con identificarse fuera del binarismo de género, muchas personas aún no se sienten cómodas siendo visibles. Pero a mayor visibilidad, eventualmente vendrá más aceptación.” Además, ha insistido en la necesidad de que la web tenga una buena comunicación con los usuarios para que puedan hacer sus aportaciones.

En esta entrevista, se le hizo una última pregunta pidiéndole que nos recomendara libros y películas que podrían ser de ayuda para aprender e incluso para incluir en la web.

4.6.2. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

En este epígrafe, se desarrollarán los principales pasos para la elaboración de la estrategia de lanzamiento de NonBinary.es.

Así pues, se definirá cuál va a ser la forma de captar la atención de los destinatarios y transmitir un mensaje de campaña notorio.

Lo que se busca con este plan de comunicación es utilizar una serie de herramientas comunicativas que hagan hincapié en presentar a NonBinary a la sociedad y explicar que es una web divulgativa e inclusiva.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis externo de la competencia de NonBinary se ha realizado en el apartado del estudio de mercado. Partiendo de estos estudios, podemos establecer nuestra finalidad divulgativa no lucrativa como nuestro valor diferencial de la competencia.

A nivel interno existen amenazas y oportunidades para tener en cuenta. Las amenazas principales son:

- La mala comprensión del contenido.
- Tener contenido que puede considerarse irrespetuoso.
- Mal posicionamiento en redes y Google.

Por otra parte, NonBinary es la única web que no nace de ninguna organización, que tiene un fin divulgativo y sin ánimo de lucro. Así pues, existe una oportunidad de entrada en el mercado a través de estas diferencias identificativas.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Teniendo en cuenta el momento en el que se encuentra NonBinary, lo óptimo es realizar una estrategia de lanzamiento.

- Lanzamiento de la plataforma *online* NonBinary para dar a conocer la web y crear comunidad en IG.
- Alcanzar un máximo de 300 visualizaciones mensuales en el tráfico de la web.
- Conseguir *lead magnet* para así lograr *leads* (direcciones de correo, sugerencias y donaciones)

- Aumentar el nivel de *engagement* entre el público y NonBinary en la web e Instagram para así conseguir más interacciones y aumentar la comunidad de seguidores.
- Mejorar el alcance de las publicaciones de Instagram y las visitas de la web colaborando con otros perfiles relevantes y organizaciones.

Para alcanzar estos objetivos usaremos notas de prensa, colaboración con *influencers*, la *newsletter* y la campaña de comunicación en redes.

PÚBLICO OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

El público objetivo de comunicación será el mismo que el público de NonBinary. Procuraremos que las acciones de comunicación estén adaptadas a todas las redes sociales de la web y nos centraremos en las personas jóvenes, ya que son las que hacen un mayor uso de las redes sociales y son más conscientes de la diversidad de género.

Podemos dividir el público objetivo en dos grupos:

1. El primero está compuesto por los jóvenes de 16-35 años con perfil en RRSS y que tengan algún interés en conocer el grupo no binario.
2. El segundo grupo son la prensa, las organizaciones, las marcas y los *influencers* que, a través de nuestra campaña, estén dispuestos a hacer difusión de la web.

MENSAJE

NonBinary quiere darse a conocer, por ello el mensaje debe ser claro, conciso y directo. Es importante no hacer un uso excesivo de conceptos de género que puedan crear confusión.

NonBinary, la primera plataforma online para visibilizar géneros no binarios.

Por ejemplo, en el mensaje, si se utilizan las palabras “...para visibilizar a no binaries” sería más complicado para el lector entender en una primera lectura qué son les no binaries.

El concepto creativo de la campaña será: **NonBinary. El género menos binario.**

Sencillo, corto, claro y con gancho para crear expectativas o curiosidad entre el público. Este concepto se va a utilizar de eslogan para las acciones más adelante.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

En este apartado se crean acciones adaptadas a cada canal con el fin de alcanzar al mayor número de personas.

Algunos de los *insights* que han surgido a lo largo del trabajo son:

- No conocer el colectivo no binario.
- El miedo a no saber responder o actuar ante una persona binaria.
- No reconocer un mal uso de los pronombres inclusivos.
- El desconocimiento de su propia identidad.

El objetivo principal de la comunicación es claro: presentar la plataforma NonBinary como una herramienta para visibilizar y dar a conocer las distintas identidades de género.

El tono de la comunicación será simple, directo y fresco para evitar posibles malas interpretaciones en la comprensión.

ACCIONES

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO EN REDES SOCIALES

CAMPAÑA EN INSTAGRAM Y FACEBOOK

En las imágenes siguientes, podemos ver los *posts* en versión de publicación para IG que se subirán al perfil de NonBinary con el objetivo de comenzar a difundir contenidos sobre las diversas identidades de género, crear comunidad y que nuestros seguidores puedan hacer difusión del contenido compartiéndolo en sus RRSS.



**TODO EL MUNDO ES
SIMPLEMENTE UN
HOMBRE O UNA
MUJER.
SOLO HAY DOS
GÉNEROS.**

ES UN MITO. ENCUENTRA TODA LA INFORMACIÓN EN
NONBINARY.ES


NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO



**LOS PASAPORTES
NO BINARIOS
DE 'GÉNERO X'
SERÁN IMPOSIBLES
DE USAR
PARA VIAJAR AL
EXTRANJERO.**

ES UN MITO. ENCUENTRA TODA LA INFORMACIÓN EN
NONBINARY.ES


NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO



**NO BINARIO ES LO
MISMO QUE SER
INTERSEXUAL**

ES UN MITO. ENCUENTRA TODA LA INFORMACIÓN EN
NONBINARY.ES


NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO



**LAS PERSONAS NO
BINARIAS SÓLO
BUSCAN ATENCIÓN.**

ES UN MITO. ENCUENTRA TODA LA INFORMACIÓN EN
NONBINARY.ES


NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO

GÉNERO FLUIDO

EL GÉNERO QUE VARÍA CON EL TIEMPO. UNA PERSONA DE GÉNERO FLUIDO PUEDE IDENTIFICARSE EN CUALQUIER MOMENTO COMO HOMBRE, MUJER, O ALGUNA COMBINACIÓN DE IDENTIDADES



NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO

XENOGENDER

GÉNERO QUE NO PUEDE SER CONTENIDO POR LA COMPRENSIÓN HUMANA DEL GÉNERO; MÁS PREOCUPADO POR ELABORAR OTROS MÉTODOS DE CATEGORIZACIÓN Y JERARQUÍA DE GÉNERO, COMO LOS RELACIONADOS CON ANIMALES, PLANTAS U OTRAS CRIATURAS/COSAS



NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO

APORAGÉNERO

IDENTIDAD DE GÉNERO NO BINARIA QUE DESCRIBE LA EXPERIENCIA DE TENER UN GÉNERO ESPECÍFICO QUE ES DIFERENTE DE MASCULINO, FEMENINO O CUALQUIER COMBINACIÓN DE LOS DOS.



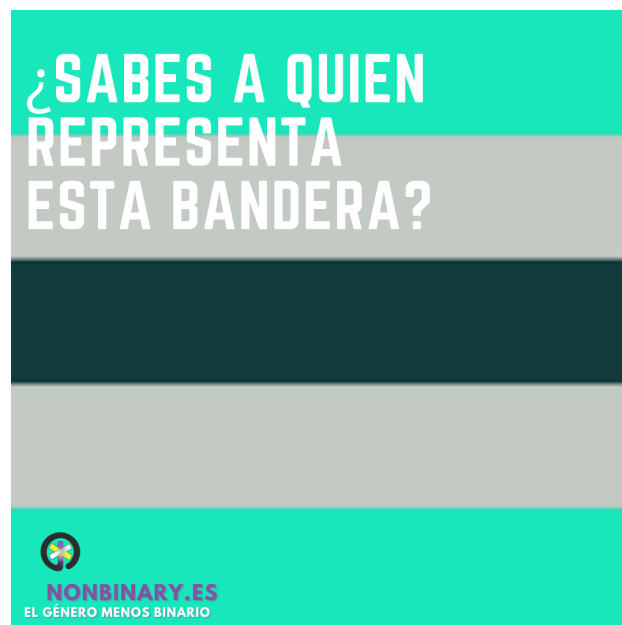
NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO

ALIAGÉNERO

IDENTIDAD DE GÉNERO NO BINARIA QUE NO ENCAJA EN LOS ESQUEMAS O CONSTRUCCIONES DE GÉNERO EXISTENTES.



NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO



La campaña proyecta de forma sencilla los mitos, identidades y banderas, además de facilitar la URL de la página web para fomentar las visitas a la misma.

Las 12 piezas están pensadas para ser publicadas durante 12 días consecutivos y obtener así un impacto consistente que sea suficientemente duradero como para establecerse en la mente de los usuarios.

En el texto del post se pedirá a las personas impactadas que participen en la difusión de NonBinary. El mensaje será el siguiente: ¡Comparte para visibilizar! Creemos todes juntas un mundo más inclusivo.

En el caso de FB, se utilizarán las mismas 12 piezas, pero añadiendo una primera imagen informativa más general para introducir el colectivo no binario a aquellos que lo desconozcan y que se colgará justo antes de la primera publicación. Esto es debido a que el público y usuario estándar de FB es más maduro, de mayor edad y está menos familiarizado con el tema.

Se ha aprovechado el *post* para crear una entrada de diccionario explicando qué es una persona no binaria y así crear una pieza directa e informativa, además de reivindicar la falta del término en una entrada oficial del diccionario.

NO BINARIE

S.F DEL LAT. NO BINARIUS.
1. NB.

**TÉRMINO QUE
SE REFIERE A PERSONAS
CUYO GÉNERO NO ES COMPLETA
Y EXCLUSIVAMENTE
HOMBRE O MUJER.
PUEDEN IDENTIFICARSE CON NO TENER GÉNERO
CON AMBOS GÉNEROS BINARIOS, CON UNA
TERCERA IDENTIDAD O UNA IDENTIDAD QUE
PUEDE CAMBIAR CON EL TIEMPO.**


NONBINARY.ES
EL GÉNERO MENOS BINARIO



CAMPAÑA EN TWITTER

Se creará una cuenta de NonBinary en Twitter. Esta cuenta está pensada para aprovechar el lanzamiento de la web subiendo *posts* promocionales. Lo que se busca con estos *posts* es llegar a un público joven que esté dispuesto a retuitear el *tweet* y hacer difusión.

Twitter es una plataforma social que se caracteriza por tener una comunidad que genera contenido de las últimas tendencias y noticias de todo el mundo. Además, el tono de esta red social no tiene filtro, es directo y la mayoría de las veces con humor, ya que en Twitter el contenido que predomina es el texto.

Se han realizado *tweets* para impactar a los seguidores que tengamos después de la creación del perfil de NonBinary. Por otro lado, se ha valorado el uso de un tono más directo, empezando por *twittear* varios mitos sobre personas no binarias y respondiendo a continuación con la frase: “www.nonbinary.es piensa lo contrario”. El segundo *tweet* pretende crear curiosidad en el lector con una pregunta indirecta de “Sabías que...” dando respuesta a esa pregunta con el *enlace* de la web de NonBinary y la imagen definiendo uno de los géneros no binarios.



NOTAS DE PRENSA

Los comunicados o notas de prensa tienen muchas ventajas, puesto que permiten a las empresas o marcas comunicar novedades, eventos y temas de interés.

Esta nota de prensa se enviará a periódicos on/offline y webs de organizaciones de España para dar a conocer nuestra plataforma con el objetivo de que nos ayuden a la difusión del lanzamiento de NonBinary. Algunos de los diarios principales a los que se va a enviar la nota son: la prensa digital generalista, revistas LGTBIQ+, blogs sobre género etc.

Para atraer la atención del lector, la nota empieza con: ¿quién es NonBinary? y ¿qué hacemos? junto con el eslogan de la campaña. El siguiente paso es explicar quiénes son las personas no binarias y cuál es la condición de las personas que no lo son. Para continuar se interpela a los lectores con la pregunta ¿Lo sabías? De esta manera se dan cuenta de la necesidad que ha creado NonBinary, conocer más sobre este colectivo y visibilizarlo. Seguidamente, responderemos a las 5 preguntas básicas de presentación: ¿quién?, ¿cómo?, ¿por qué?, ¿dónde? y ¿cuándo? De esta manera respondemos a todas las preguntas sobre NonBinary y explicamos cuál es su objetivo.

La nota se complementa con una foto del logo junto a una frase muy interesante de la primera estudiante de filosofía trans de la India “Be yourself, the world will adjust”. Este mensaje transmite muy bien lo que NonBinary quiere lograr. Por último, se adjuntará la información de contacto de la web y el enlace de esta.



NOTA DE PRENSA

24/04/2021

NonBinary, la primera plataforma online para visibilizar géneros no binarios

EL GÉNERO MENOS BINARIO

No binario es un término que se refiere a personas cuyo género no es completa y exclusivamente hombre o mujer. Pueden identificarse con no tener género en absoluto, con ambos géneros binarios, con una tercera identidad o una identidad que puede cambiar con el tiempo.

¿Lo sabías?

Esta minoría merece su reconocimiento social e igualdad de privilegios, para ello es necesario visibilizarles.

En NonBinary buscamos visibilizar y hablar sobre la diversidad de género para que día a día más personas conozcan identidades más allá del binarismo.

Libros
marcas e *influencers*
conceptos y mucho más en...

WWW.NONBINARY.ES
@NONBINARYSPAIN



Júlia Bosch Hortal
Editora jefe
nonbinaryinfo@gmail.com

689847968

NEWSLETTER

El foco principal de las *newsletters* de los blogs, o en este caso de nuestra web, por lo general consiste en dirigir el tráfico a apartados específicos o proporcionar valor y construir una comunidad.

La *newsletter* de NonBinary no tiene propósitos comerciales así pues el lector no se sentirá presionado a consumir. En ella se colgarán novedades sobre los nuevos eventos la web, identidades que hayan sido actualizadas recientemente y libros o marcas que se consideren interesantes para aquella temporada. Esta acción se llevará a cabo cuando se obtenga un número mínimo de 100 personas suscritas a la web y la comunidad sea más fuerte.

Para inscribirse a la *newsletter* habrá un apartado de suscripción en la esquina inferior derecha de todos los *frames* de la web. Una vez hecha la suscripción, se recibirá un correo de confirmación y de bienvenida a la comunidad de NonBinary y se podrá recibir la *newsletter* cada mes.

Ya que las newsletters son otro medio para comunicarnos con nuestra comunidad, usaremos el mismo tono de la campaña: cercano pero formal, para dar una imagen de comunidad, pero desde el respeto.

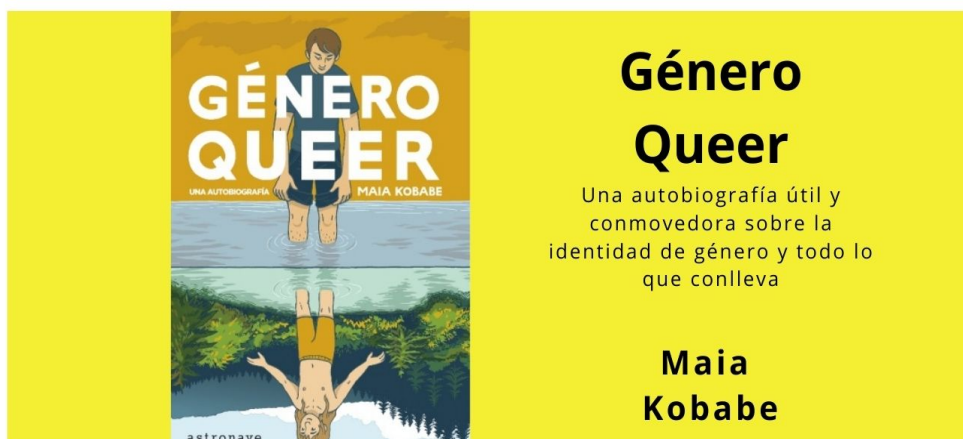
El diseño será parecido al de los *posts* de la campaña, con la tipografía de League Spartan para títulos y Open Sans para texto.

Se añadirá un banner con el contenido que se promoció con una foto, su descripción y un texto apelativo acompañado de los iconos que permitirán compartir directamente el contenido en RRSS. Por último, una banda que cierra la página con los colores de la bandera no binaria, el logo de NonBinary en el encabezado junto con el título y la fecha de la *newsletter*,



NONBINARY

NOVEDADES MARZO 2020



Género Queer

Una autobiografía útil y
conmovedora sobre la
identidad de género y todo lo
que conlleva

**Maia
Kobabe**

ESTE MES NONBINARY SE ACTUALIZA CON
NUEVAS RECOMENDACIONES DE LIBROS
QUE NO TE PUEDES PERDER.

ENTRA

@NONBINARYSPAIN
WWW.NONBINARY.ES



COMUNICACIÓN CON *INFLUENCERS*

Uno de los objetivos de comunicación comentados anteriormente es transmitir un mensaje a nuestro público para mostrar/presentar qué es NonBinary. Como el número de seguidores inicial va a ser muy bajo, usar una estrategia con *influencers* puede ser un buen canal para llegar a más audiencia.

Haremos una investigación sobre el perfil idóneo de *influencers* a quienes les puede interesar nuestra campaña. En este abanico nos podemos encontrar perfiles de personas trans como Villano antivillano, Daniel Valero, Joss Jaycoff, organizaciones no binarias, etc.

Es imprescindible hacer un análisis de sus seguidores y ver si encajan con nuestro público objetivo a la vez que analizar sus mensajes que tratan junto con su marca personal para comprobar que están en línea con los principios de nuestra web.

Una vez escogidas las personas con las que deseemos colaborar deberemos decidir si la acción será individual o coral. En nuestro caso es preferible hacerlo de forma coral ya que cuántos más *influencers* compartan nuestra campaña más audiencia vamos a lograr.

Respetando la personalidad del *influencer* tendremos que establecer un mensaje claro que queramos compartir y llegar a un acuerdo dialogado y fluido en el que se consiga un *win-win*.

En las estrategias con *influencers* se consigue un win-win cuando la marca ofrece el producto de forma gratuita para que el *influencer* determine si quiere patrocinar o no este producto. En el caso de NonBinary, su función es social y no comercial por ello tendremos que convencer a estas personas para que hagan difusión de nuestra web por un beneficio ético y social.

El canal utilizado para este tipo de estrategia será Instagram y se enviará un mensaje de colaboración a través del buzón de mensajes en directo. De esta manera podremos comunicarnos directamente con el *influencer*.

El mensaje que se va a enviar a estos *influencers* va a ser el siguiente:

Opción 1: Hola, somos NonBinary, la primera plataforma divulgativa sin ánimo de lucro que tiene como objetivo visibilizar la diversidad de género y las personas no binarias. Disfrutamos mucho de tu contenido y estamos impresionados por el buen trabajo realizado con tu Instagram. Te escribimos porque creemos que nuestra plataforma puede ser de interés para ti y tus seguidores.

Nos gustaría que echaras un vistazo a nuestra web y si tus valores coinciden con los de nuestro proyecto, nos ayudarías compartiendo nuestra web www.nonbinary.es

¡Esperamos una respuesta pronto!

Muchas gracias & Love

Saludos

Opción 2: Hola! NonBinary es un proyecto reciente que visibiliza los géneros no binarios. Necesitamos difusión. Creemos que sería interesante colaborar juntas para que ese objetivo se cumpliera.

Nos gustaría que echaras un vistazo a nuestra web y si tus valores coinciden con los de nuestro proyecto, nos ayudaría tu difusión.

¡Únete! www.nonbinary.es

¡Esperamos una respuesta pronto!

Muchas gracias

CAMPAÑA EN ESCUELAS Y ASOCIACIONES

Nos parece interesante tener en cuenta a los institutos y universidades porque en ellos se concentra la mayoría de nuestro público objetivo. Para este *target* se crearán carteles informativos sobre el lanzamiento de NonBinary. Asimismo, los carteles también pueden ser útiles para promocionar la web en sedes de organizaciones y asociaciones.

Primero se tiene que obtener el permiso para colgar el cartel en los centros educativos y en las sedes de las asociaciones. Para agilizar esa acción, se redactará un e-mail de solicitud de permiso con la información básica sobre NonBinary para aquellos institutos, universidades y organizaciones públicas con más alumnos o integrantes de cada Comunidad Autónoma de España. En NonBinary.es habrá un Pop Up que te redirigirá a un drive donde se podrá descargar el cartel.

Una vez se acepte la solicitud de permiso se solicitará la descarga del cartel a través de la web para que lo impriman y lo cuelguen en sus paredes. Cada centro escogerá el número de folletos que desee imprimir y colgar.

Este cartel debe despertar curiosidad y ser vistoso, que incite a los jóvenes a entrar en la web y a las organizaciones a querer utilizar la plataforma como recurso informativo. El estilo es parecido a los *posts* de Instagram que se han mostrado más arriba, con una fotografía de un modelo binario y la misma tipografía.

Apostando por hacer una pregunta directa al lector se diseñará un cartel Din A3 con una fotografía y el siguiente texto: ¿Aporagénero te suena?Y, ¿Género fluido?¿Sabías que hay personas que no se identifican con el género masculino o femenino? Descubre más en la primera plataforma divulgativa para visibilizar géneros no binarios.

En la parte inferior del cartel se verá la *url* de la web junto al eslogan de la campaña. Para que la entrada a la plataforma sea más ágil se colocará un cuadro QR que redirigirá directamente a ella desde el dispositivo móvil.

¿APORAGÉNERO TE
SUENA?
¿Y GÉNERO FLUIDO?
¿SABÍAS QUE HAY
PERSONAS
QUE NO SE IDENTIFICAN
CON EL GÉNERO
MASCULINO
O FEMENINO?

DESCUBRE MÁS EN LA PRIMERA PLATAFORMA DIVULGATIVA
PARA VISIBILIZAR GÉNEROS NO BINARIOS



NONBINARY.ES

EL GÉNERO MENOS BINARIO



BOCA A BOCA

Esta estrategia busca aprovechar la experiencia de los espectadores y motivarlos a contar su experiencia a amigos, familiares o colegas de trabajo. La gente confía en quienes les son cercanos y por ello también se fía de la recomendación de un producto o marca si proviene de una fuente cercana y directa.

De acuerdo con Nielsen, empresa americana de datos informativos y numéricos del mundo, el 84% de los consumidores confía más en una recomendación de alguien cercano que en la publicidad en escaparates y otros medios de comunicación.

La finalidad de NonBinary no es comercial, así que el público juzgará la experiencia de la web por su contenido y no por la eficacia de un producto. El boca a boca puede empezar gracias a contactos que se dediquen a hacer publicaciones en sus redes promocionando la web.

A medida que se ganen seguidores vamos a intentar buscar seguidores a quienes les haya gustado nuestra web. Con su satisfacción, les pediremos si es posible la difusión de nuestra web o a través de un *post* en Instagram y si es necesario una colaboración de intercambio de promoción.

Gracias a Instagram Analytics podremos ver el nivel de *engagement* que está generando nuestra cuenta de Instagram y la de veces que han entrado en el enlace de la web a través de la cuenta. Esta aplicación también permite ver el número de veces que se ha compartido nuestro contenido. De esta manera, sabremos si el boca a boca está funcionando.

Por último, en la web tenemos diferentes *call to action* para que el usuario pueda difundir el contenido de venta o los *posts* del blog de géneros a través de sus redes sociales o Whatsapp. Con estos botones permitimos una rápida forma de difusión del contenido.

TIMING Y PRESUPUESTO

Una vez definidas las acciones que se van a llevar a cabo, hay que programarlas y establecer la duración para cada una de ellas. Además, es necesario, en el caso de que se requiera, establecer un presupuesto para cada una de ellas.

En primer lugar, no habrá un presupuesto de inicio, ya que las primeras campañas de lanzamiento no requieren de inversión monetaria, sino de horas de trabajo, y estas horas las realizaremos sin ningún trabajador.

- CAMPAÑA INSTAGRAM Y FACEBOOK: La publicación del primer *post* de la campaña en IG y las dos publicaciones de FB se realizarán el primer viernes de junio de 2021 a las 20:00h. El mismo *post* será colgado cada viernes durante un mes en IG *Stories* y FB *Stories* de la cuenta de NonBinary.

No existe ningún presupuesto para esta campaña. La creación y difusión de los *posts* no requiere de ninguna inversión.

- CAMPAÑA TWITTER: El perfil de Twitter de NonBinary se publicará el segundo viernes de junio de 2021. Al día siguiente, sábado, saldrá el primer *tweet* de la campaña de lanzamiento, por lo que será el primer contenido que se mostrará en el perfil de twitter de NonBinary. Asimismo, se colgará un nuevo *tweet* cada día hasta alcanzar los diez días seguidos de *tweets*.

No existe ningún presupuesto para esta campaña. La creación y difusión de los *tweets* no requiere de ninguna inversión.

- CAMPAÑA PARA ESCUELAS Y ASOCIACIONES: En agosto de 2021 se enviarán correos electrónicos para solicitar a las escuelas, universidades y asociaciones poder colgar pósteres de NonBinary. El número de unidades y período de tiempo durante el cual van a estar los carteles colgados dependerá de la decisión de cada centro.

El presupuesto para esta campaña no es elevado, ya que el envío de los mails y la descarga del cartel a través de la web no requiere de inversión. La única situación en la que quizás haya una necesidad de invertir se encuentra en el precio por parte

de los centros a causa de la impresión. En el caso que la impresión sea un obstáculo para ellos, se proporcionará una opción de diseño más simple, con un fondo de color neutro para que la calidad sea más baja y no haga falta hacer un gasto mayor.

- **NEWSLETTER:** Una vez conseguido el objetivo de crear una comunidad de más de 100 personas suscritas a la plataforma de NonBinary, se podrá empezar a enviar la *newsletter*. Se calcula que se alcanzaría ese número de suscripciones a finales de junio de 2022. A partir de ese día, el primer miércoles de cada mes a las 16.00 h, se enviará un correo electrónico a los suscritos con las novedades de la web. Se ha escogido este día porque, según los estudios de Julie Paci, experta en marketing digital del blog de Mailjet, es uno de los momentos óptimos para realizar estos envíos.

No existe ningún presupuesto para esta campaña. La creación y el envío de la *newsletter* no requiere de ninguna inversión a corto plazo, aunque en un futuro se podría contemplar la opción de contratar a un servicio externo para gestionar la *newsletter*.

- **NOTAS DE PRENSA:** Las notas de prensa se enviarán a los respectivos periódicos y organizaciones del grupo no binario y LGTB entre el día 1 y 7 de Julio, para que la nota se difunda en un lapso aproximadamente paralelo al de las otras campañas. La hora de envío de las notas de prensa será entre las 10:00 h de la mañana a las 13:00 h de la tarde. La publicación y la fecha de salida de la promoción de NonBinary dependerá de los periódicos y organizaciones.

No existe ningún presupuesto para esta campaña. La creación y difusión de las notas de prensa no requiere de ninguna inversión.

- **COMUNICACIÓN CON *INFLUENCERS*:** Los primeros envíos de colaboración a *influencers* se harán a través de los mensajes directos de Instagram el mismo día de la fecha de publicación del *post* de lanzamiento de la cuenta. Es decir, el primer viernes de junio de 2021 entre las 12:00 h y las 16:00 h de la tarde. A partir de este momento, dependiendo del *feedback* por parte de los *influencers*, se

obtendrá una difusión de NonBinary en Instagram a lo largo del mes de marzo y abril.

No existe ningún presupuesto para esta campaña. La creación y difusión de los mensajes para los *influencers* no requiere de ninguna inversión.

- BOCA A BOCA: Para esta acción el *timing* es abstracto, ya que dependerá del número de personas que se lleguen a impactar a través de la recomendación. Los meses en los que contamos hacer esta difusión son entre septiembre y diciembre de 2021.

No existe ningún presupuesto para esta campaña. El boca a boca es una acción que no requiere de ninguna inversión.

CONTROL Y EVALUACIÓN

Por último, es imprescindible medir el retorno, es decir los objetivos tienen que ser medibles y deberemos analizar los resultados para ver si ha funcionado esta estrategia. Esto se podrá comprobar observando el incremento de seguidores, de Instagram Analytics, Wix Data, Google Analytics y Google Ads.

5. CONCLUSIONES

Después de realizar el presente trabajo y entrevistar a personas expertas en género, se puede afirmar que la diversidad de género es todavía una realidad desconocida y que existen colectivos que no están visibilizados. Esto significa que en nuestra sociedad aún no hay un sistema basado en la igualdad de privilegios y derechos para todas las personas e identidades. Además, hemos comprobado que existen escasos recursos de apoyo y canales que visibilicen la inclusividad de género.

NonBinary es una plataforma divulgativa sin ánimo de lucro que pretende visibilizar a las personas no binarias para que consigan mayor reconocimiento. Y, paralelamente, las personas desinformadas sobre la diversidad de género podrán tener un canal donde aprender a partir de contenido rico en recursos culturales y descripciones hechas por personas del colectivo. Haciendo referencia a los objetivos marcados inicialmente después de la investigación de mercado, hemos conocido los mecanismos existentes a nivel nacional e internacional para las personas con diversidad de género. Se ha llegado a la conclusión de que no existe casi ningún recurso a nivel nacional que ofrezca el soporte y el contenido que ofrece NonBinary.

No se trata de una web informativa ya que esta no es la posición que una persona CIS debería establecer. NonBinary se basa principalmente en dar voz y recoger contenido de interés desde canales escritos y creados directamente por organizaciones del colectivo y personas no binarias para informar y visibilizar su existencia. El *target* al que nos dirigimos podría establecerse en tres públicos objetivos: el primero son las personas que no tienen conocimientos sobre el tema y desean aprender o informarse; el segundo, todas las personas que forman parte del colectivo no binario que quieran compartir su voz y visibilizar su identidad; y por último y no menos importante, todas las organizaciones que pueden utilizar nuestra web para tener acceso a contenido de interés.

A raíz de esta conclusión, se confirma el segundo objetivo, pues Nonbinary es una herramienta de soporte que puede dar voz a las personas no binarias, ayudar a comprender su situación y a ser conscientes de su existencia a través de las nuevas tecnologías con un

contenido oficial e inclusivo. Gracias a las tres entrevistas realizadas a expertos en género y del sector de marketing digital, se ha corroborado que NonBinary es un buen canal de apoyo para la diversidad de género. Hay que tener en cuenta que hablar de identidades es un tema delicado y existe muy poca información y recursos para crear contenido. No se puede crear una web solo con entrevistas. Por esta razón, el apartado de investigación en esta web ha sido tan importante, determinar qué es correcto y qué no, cuáles son las definiciones más aceptadas por el colectivo y no las que los diccionarios o las leyes establecen como correctas, establecer un diccionario para facilitar la comprensión de los términos del género, hacer una recopilación de contenido inclusivo como libros, marcas o *influencers*, etc.

Asimismo, se ha confirmado que NonBinary ofrece también otros tipos de soporte. A partir de las entrevistas realizadas y los cambios añadidos, el apartado de “Háblanos” está pensado para aquellos usuarios que quieran compartir una sugerencia, un error detectado en la web, compartir su contenido etc. Gracias a esta herramienta, el usuario puede sentirse apoyado y recibir respuesta a todas aquellas sugerencias que haya presentado. De esta manera, se mantiene actualizada la web según lo que la sociedad considera correcto y no basándose en el relato que difunden las webs oficiales.

Revisando el diseño de la única web no binaria que ha sido consultada en el estudio de mercado, se ha optado por crear un diseño dinámico e intuitivo para mejorar la experiencia de los usuarios, puesto que muchas webs tienen un diseño bastante discreto, muy cargado y con demasiada información para el usuario. Teniendo en cuenta que se trata de una web divulgativa y que uno de sus *targets* son las personas que desconocen la diversidad de género, tal como han comentado los expertos en las entrevistas, no se puede sobrecargar de información textual. NonBinary ha sido validada por su diseño atractivo y simple, compuesto por apartados ordenados estratégicamente de manera que la evolución a la comprensión del contenido de la web sea sencilla y tenga un sentido.

Por último, hay que mencionar que NonBinary se ha creado y diseñado dentro de unas limitaciones que se han ido resolviendo gradualmente. Por una parte, empezar este proyecto desde cero ha supuesto un gran reto que ha requerido tiempo y ganas,

deconstruirme para comprender un mundo no binario. Además, el hecho de intentar formar parte de la solución hace que nunca se esté satisfecho al 100%, que nunca se termine por entender bien, y añade la presión personal de querer ofrecer un trabajo perfecto.

Las primeras limitaciones que se han encontrado en la realización del trabajo han sido básicamente la falta de conocimiento sobre la diversidad de género, sobre su existencia y su concepto, su desarrollo y su trayectoria a lo largo de la historia. No obstante, resolver estas limitaciones ha resultado una tarea circular, y digo circular en el sentido que cada información que encontraba desacreditaba la anterior y así sucesivamente. Esta tarea se ha resuelto con la ayuda de mapas mentales y creando paraguas imaginarios para entender la posición de cada colectivo en la sociedad y cómo se entiende la diversidad no binaria. Para ello también se han consultado libros, Ted *talks* y demás recursos para poder llegar a la información deseada.

Cuando empezó mi estudio, pensaba que sabía bastante sobre diversidad de género, pero acabé dándome cuenta de mi total ignorancia; incluso en las conclusiones que ahora redacto no puedo confirmar que conozca a la perfección el espectro del género y su diversidad. Encontrar información relevante sobre el colectivo no binario ha resultado exageradamente complicado, pues no existen recursos sobre un tema tan reciente y en constante evolución, que experimenta una lucha de cambios sin fin. Debo también reconocer que no ha sido sencillo discriminar qué información había que descartar y cuál no.

En relación con esta limitación de falta de conocimiento, está la limitación de saber qué canales existentes ofrecen soporte a las minorías no binarias a nivel nacional e internacional. Para ello, se han buscado los diferentes tipos de canales y se han mostrado en tablas junto a la información que se consideraba más relevante sobre cada uno, desde su lenguaje inclusivo hasta sus valores como marca u organización. A partir de la información recopilada, se han redactado las conclusiones de los diferentes canales y se ha concluido que, para el presente trabajo, crear una web divulgativa junto con una cuenta de Instagram es lo más adecuado porque lo que se pretende ofrecer no está muy presente en esta tipología de canal.

Por último, y siguiendo con el tema de las limitaciones, quiero hablar de las entrevistas a personas no binarias y *queer*. Ha sido complicado plantear las preguntas adecuadas para que no fueran consideradas inapropiadas; precisamente como sucedió en el caso de las dos primeras entrevistas que hice (y que no publico en el trabajo). Daniela, la persona *queer*, me confirmó que estas situaciones son muy usuales cuando se habla con personas trans y no binarias porque están cansades de justificar su existencia y muchas veces no quieren responder, aunque las preguntas que les planteé no estaban mal enfocadas. En este punto finalizan las limitaciones que considero de mayor peso, pues han requerido muchos meses de búsqueda y recopilación de información, la organización de esta y finalmente su redacción. Todo ello con mucha empatía y sensibilidad para establecer en todo momento mi postura en este proyecto.

Una vez realizada la parte más teórica del trabajo, crear la web ha resultado todo un reto, desde el principio al final. Plasmar las ideas que se tienen en mente no ha resultado tarea fácil, en primer lugar, porque primero hay que ordenarlas, elegir las mejores, moldearlas para obtener el resultado buscado y descartar el resto. Realizar el proyecto sin ayuda, empezar una web desde cero ha resultado ser una inversión de tiempo mayor de lo que esperaba.

Antes de realizar las entrevistas, la creación del web y la gestión de su organización fue otro de los escollos que quiero mencionar. El esqueleto se creó a partir de bocetos e ideas, pero plasmar ese esqueleto empleando las plantillas limitadas de Wix ha sido otro reto. Tener el diseño en mente y no poderlo plasmar resultaba frustrante. Así pues, la limitación del diseño de NonBinary se ha resuelto con videos de ayuda sobre el funcionamiento del editor de webs Wix. El hecho de organizar los apartados según la relevancia y sintetizar toda la información recopilada ha sido probablemente más complicado que crear el diseño de la web. NonBinary ha ido cogiendo forma y se ha definido cada vez mejor gracias a las aportaciones de mi tutora y las sugerencias obtenidas en las entrevistas.

Otra de las grandes limitaciones del proyecto ha sido encontrar la promoción adecuada para este tipo de web. En un primer momento, resultaba muy simple identificar una estrategia de lanzamiento para una web nueva, pero debido a su función divulgativa se llegó a la

conclusión de que la estrategia tenía que ser más transparente, cercana y que no exigiera la inversión de demasiado dinero. Gracias a la ayuda mi tutora Patricia Luján, experta en publicidad, se ha definido un tipo de promoción adecuada para NonBinary que con el tiempo se está utilizando y parece que los resultados se acercan a los objetivos de comunicación.

5.1. EL FUTURO DE NONBINARY

Después de la investigación, el aspecto más importante para completar las conclusiones es llevar a cabo la plataforma NonBinary. Como se ha mencionado anteriormente, Nonbinary es una web divulgativa que visibiliza a las personas no binarias y la diversidad de género a través de su contenido para lograr su reconocimiento y un mundo más inclusivo. Por ello, el siguiente paso para seguir adelante con el proyecto será desarrollar la web y darla a conocer. En primer lugar, contactando con personas no binarias que aporten el contenido adecuado a la web y consultando a personas especializadas en diseño para que valoren la plataforma. A medida que mejora la web, se valora la posibilidad de solicitar una subvención para ayudas al desarrollo de proyectos sociales de la AGAUR. Seguidamente, se busca a largo plazo internacionalizar la web y crear su versión en inglés, de esta manera se amplía el público objetivo y llegamos a más personas.

Este proyecto no tiene como objetivo terminar con una nota final. La idea es seguir aumentando el número de seguidores y ampliar el contenido de la web para que esta se convierta en una herramienta útil que visibilice las líneas futuras que marcarán la diversidad de género. Además, se pretende conseguir que NonBinary esté más presente en Facebook y Twitter para que pueda difundir su contenido diferentes tonos y formatos.

A modo de conclusión personal, con este proyecto he madurado en muchos aspectos de mi vida. Me ha obligado a replantear mi posición frente a mi género, a entender qué está pasando y por qué tiene que cambiar, ver qué puedo hacer y cómo. He llorado, he aprendido, he fracasado, he descubierto historias reveladoras, pero, lo más importante, me he deconstruido y ahora entiendo qué rol desempeño en la diversidad de género. Hay que visibilizar y demostrar que estas personas EXISTEN hasta lograr una igualdad de privilegios.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. LEYES

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. BOE, 313.

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. BOE, 71.

Ley 2/2016, de 29 de marzo, de Identidad y Expresión de Género e Igualdad Social y no Discriminación de la Comunidad de Madrid. BOE, 96.

Ley 3/2016, de 22 de julio, de Protección Integral contra LGTBIfobia y la Discriminación por Razón de Orientación e Identidad Sexual en la Comunidad de Madrid. BOE, 190.

Ley Orgánica 3/1989, de 21 de junio, de actualización del Código Penal. BOE, 148.

6.2. LIBROS Y TED TALKS

Beemyn, Brett Genny. «Genderqueer» (2008). *glbtq: An Encyclopedia of Gay, Lesbian, Bisexual, Transgender, and Queer Culture*. Chicago.

Breu, M. (2013) Vocabulari terminològic LGTB, Barcelona:Termcat

Butler, J. (2016). *Deshacer el género*. Ediciones Paidós.

Cron-Millis, K. (2014). Transgender Lives: Complex Stories, Complex Voices. En *Trans spectrum* (0761390227 ed., Vol. 1, pp. 24–25). TWENTY FIRST CENTURY BOOKS.

Farvid, P. (2021). *Adiós al género binario*. TEDtalk. Consultado en diciembre de

2020. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=DW5YctpK7pM>

Gobierno de España. (2018, abril). *EVOLUCIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN EN ESPAÑA* (Informe de las encuestas IMIO-CIS de 2013 y 2016). Imprenta Nacional de la AEBOE.

Disponible en:

<https://www.inmujeres.gob.es/actualidad/NovedadesNuevas/docs/2018/EvolucionDiscrimEsp2018-0159.pdf>

Manca, M., (2021). La Argentina tras la Ley de Identidad de Género. *Con X*, (7), p.e038.

Consultado en noviembre de 2020. Disponible en:

https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/ley_26.743_de_identidad_de_genero.pdf

Moreno, O. Puche, L. (ed.), (2013) *Transexualidad, adolescencias y educación: miradas multidisciplinares*. Barcelona/Madrid: Egales.

OSBORNE, R. (2018, 15 enero). Evolución del concepto de género. *EMPIRIA*, pp. 147–182. Consultado en enero de 2021. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/pdf/2971/297124045007.pdf>

Pisuttisaran, P (2021). *Beyond the gender*. TEDtalk. Consultado en enero de 2021. Disponible en:

https://www.ted.com/talks/palis_pisuttisaran_beyond_sex_a_talk_about_gender_identity_in_society

Preciado, P. B. (2019). *Un apartamento en Urano Crónicas del cruce* (Narrativas hispánicas ed., Vol. 1). Anagrama.

García, P. J. R. (2019). El registro civil de las personas y el modelo no binario. *Scielo*. Disponible en:

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-00122019000300113&script=sci_arttext

Tinder (2019). *5 Non-Binary People Explain What “Non-Binary” Means To Them*. YouTube. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=kVe8wpmH_IU

Vaid-Menon, A. (2020). *Beyond The Gender Binary* (Vol. 2). Penguin.

6.3. BLOGS Y WEBS

Adams, C. (2017, 28 marzo). *The difference between sexual orientation and gender identity*. CBS News. Disponible en: <https://www.cbsnews.com/news/the-difference-between-sexual-orientation-and-gender-identity/>

ARELAS, Asociación de familias de menores Trans*. (2021, 1 marzo). Arelas Asociación de Familias de Menores Trans. Disponible en: <https://asociacionarelas.org/>

A, (2017, 29 diciembre). *Plantillas de correos para contactar con influencers*. BrandManic. Disponible en: <https://www.brandmanic.com/plantillas-correos-para-contactar-con-influencers/>

Brito, J (2021). *64 Terms That Describe Gender Identity and Expression*. Consultado el 15 de marzo de 2021. Disponible en: <https://www.healthline.com/health/different-genders#a-d>

Brown, J. (2020). *Re-Imagining Gender: Expanding our Language with Lisa Kenney*. Consultado el 27 de febrero de 2021. Disponible en: <https://jenniferbrownspeaks.com/2020/11/20/re-imagining-gender-expanding-our-language-with-lisa-kenney/>

Brown, J. (2021). *Learn about Gender*. Consultado el 15 de marzo de 2021. Disponible en: <https://teentalk.ca/learn-about/gender-identity/>

Candial, A. F. (2021). Ley Trans, argumentos a favor y en contra. *La Vanguardia*.

Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20210205/6222909/ley-trans-argumentos-favor.html>

Carrasquilla, V. (2020). Qué es una nota de prensa, para qué sirve y cuándo enviarla.

Disponible en:

<https://vanesakarrasquilla.com/que-es-una-nota-de-prensa/>

Clarke, L. (2021). *What do Tinder's 37 new gender identity options mean?* Consultado el 10 de marzo de 2021. Disponible en:

<https://www.newsweek.com/what-do-tinders-37-new-gender-identity-options-mean-522679>

Consejo. (2021). *Programa de identidad de género y expresión de género*. Consultado el 25 de febrero de 2021. Disponible en:

<https://ilga.org/es/lo-que-somos/consejo>

Fandom (2019). *Género no binario*. Wikia GSRDI. Disponible en:

https://gsrdi.fandom.com/es/wiki/G%C3%A9nero_no_binario

Gender Census: Worldwide Report. (2021, 21 abril). Gender Census. Disponible en:

<https://gencensus.com/results/2021-worldwide/#identity-words>

Género Binario, Lgbt Icono, Icono imagen png - imagen transparente descarga gratuita.

(2018). PNG. Disponible en: <https://www.freepng.es/png-gk09pf/>

Gender Spectrum. (2019). *GENDER EXPANSIVE YOUTH, Lessons from the human rights, campaigns youth*. Disponible en:

<https://web.archive.org/web/20160129072801/http://hrc-assets.s3-website-us-east-1.amazonaws.com//files/assets/resources/Gender-expansive-youth-report-final.pdf>

IQBAR, M. (2021, 17 marzo). *Tinder Revenue and Usage Statistics (2021)*. Business of Apps. Disponible en: <https://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/>

López, Á. (2019, 19 noviembre). *Tú, yo, elle y el lenguaje no binario*. La Linterna del Traductor. Disponible en:

<http://www.lalinternadeltraductor.org/n19/traducir-lenguaje-no-binario.html>

Movilh Chile. (2020, 24 marzo). *Homofobia y transfobia aumentan un 58% y suma más de mil casos, la cifra más alta en la historia de Chile*. MOVILH. Disponible en:

<https://www.movilh.cl/homofobia-y-transfobia-aumentan-un-58-y-suma-mas-de-mil-casos-la-cifra-mas-alta-en-la-historia-de-chile/>

Neo 2 (2019). *Moda no binaria*. Revista. Disponible en:

<https://www.neo2.com/no-gender-moda-no-binaria-entrevista/>

Nonbinary Wiki. (2021, 11 febrero). *Gender identity. Nonbinary*. Disponible en:

<https://nonbinary.wiki/wiki/Nonbinary>

Noticias. (2019, 11 febrero). *Diversidad sexual y de género*. Ajuntament de Barcelona. Disponible en:

<https://ajuntament.barcelona.cat/lgtbi/es/servicios/centro-lgtbi-de-barcelona/noticias>

Ordaz, A. (2018, 20 julio). El mapa de los derechos trans en España: de la autoafirmación de género al vacío legal. *ElDiario.es*. Disponible en:

https://www.eldiario.es/sociedad/personas-trans-comunidades_1_2037615.html

Paci, J. (2021, 24 marzo). *¿Cuál es el mejor momento para enviar tus newsletters?* Email marketing software - Mailjet. Disponible en:

<https://es.mailjet.com/blog/news/mejor-momento-enviar-newsletters/>

Quiénes somos. (2015, 20 abril). AET–Transexualia. Disponible en:

<http://transexualia.org/quienes-somos/>

Retta, M. (2019, 23 septiembre). *¿Cuál es la diferencia entre no binario, queer y género no conforme?* VICE. Consultado el 11 de marzo de 2021. Disponible en:

<https://www.vice.com/es/article/wjwx8m/cual-es-la-diferencia-entre-no-binario-queer-y-genero-no-conforme>

Ruso, F. B. P. Y. (2020, 5 diciembre). Lo que 'nosotres' tenemos que decir. *EL PAÍS*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2020/12/04/eps/1607072645_532834.html

Scottish Trans Alliance Policy Officer. (2018). *Non-Binary Myth-Busting Answers*. Vic Valentine. Consultado el 6 de marzo de 2021. Disponible en:

<https://equalrecognition.scot/wp-content/uploads/Non-Binary-Myth-Busting.pdf>

United Nations. (2020). *Gender Equality*. Consultado el 11 de noviembre de 2020. Disponible en:

<https://www.un.org/en/global-issues/gender-equality>

Vanderberg, M. (2019, 13 junio). Just In Time For Pride, Instagram Finally Adds More Inclusive Gender Options. *Scary Mommy*. Consultado el 3 de noviembre de 2020. Disponible en: <https://www.scarymommy.com/instagram-gender-inclusive-pride-month/>

Vila, F. (2020). *Guía de recursos para personas trans de la ciudad de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona. Disponible en:

<https://rm.coe.int/1680694be0>

7. ANEXO

7.1. WEB FRAMES



Identidades No Binarias

No binario es un término que se refiere a personas cuyo género no es completa y exclusivamente hombre o mujer. Pueden identificarse con no tener género en absoluto, con ambos géneros binarios, con una tercera identidad o una identidad que puede cambiar con el tiempo

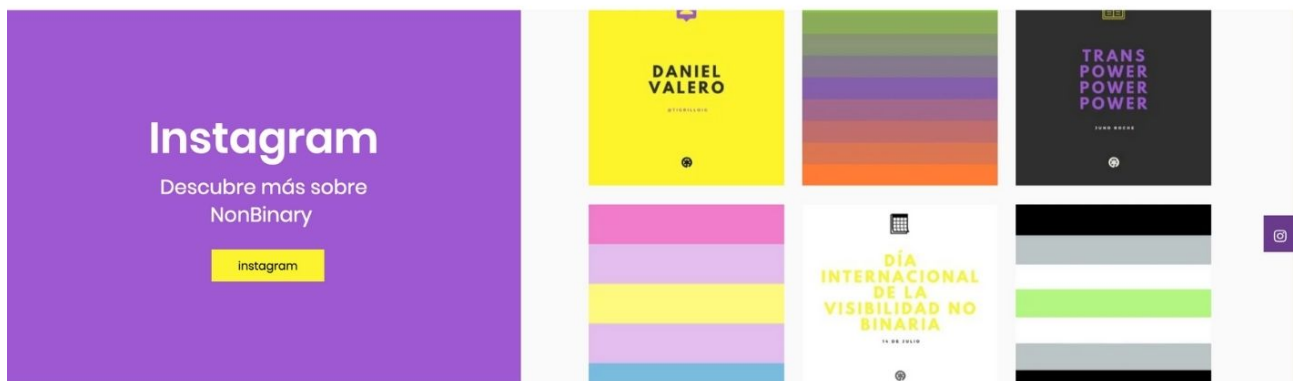


"Be yourself, the world will adjust"

Manabi Bandyopadhyay

Eventos

- 14 mié. jul. Día Internacional de la Visibilidad No Binaria / España [Register Now](#)
- 14 mié. jul. Obra de teatro: Denébola Drag / Festival de Teatro Rosa [Register Now](#)
- 01 sáb. ene. Venta en español del libro Beyond the Gender Bi... / Amaz... [Register Now](#)



"Entender que hay condicionamientos sociales que dan forma al género no es lo mismo que decir que dicha construcción social no tiene un peso en la vida, aunque seas una persona disidente de tales normas. Saber que es una construcción social no te exime de la discriminación o del castigo por salirte de ellas"
Lucas Platero Méndez

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!

Acerca de

Todes nacemos con un género designado por la sociedad porqué vivimos en un mundo binario (hombre o mujer). Pero la identidad de género es la manera interna que tiene cada persona de vivir su género y este puede ser independiente del sexo con el que se nace y de la orientación sexual que se tenga.

En Nonbinary buscamos visibilizar y hablar sobre la diversidad de género para que día día más personas conozcan identidades más allá del binarismo.

Catalogar las identidades y poner etiquetas es necesario desde el momento en que dan visibilidad a un colectivo marginado. Estas podrán desaparecer cuando haya igualdad total en derechos y privilegios.



"Equality means more than passing laws. The struggle is really won in the hearts and minds of the community, where it really counts." –

Barbara Gittings

Misión

Visibilizar la diversidad del género no binario y divulgar todas las identidades que van apareciendo



con datos relevantes, eventos y más...



Objetivo

Lograr un reconocimiento social y legal de todas las identidades y acabar con la ignorancia y los estereotipos generalizados.

Descubre las identidades de género que conocemos en
NonBinary

[Aquí](#)

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!

Conceptos

DEFINICIONES

Aquí encontraras un listado de los conceptos más importantes relacionados con el género y su terminología. Todas las definiciones han sido extraídas y realizadas a partir de plataformas oficiales que defienden la diversidad de género.

Identidad de género

Percepción que una persona tiene sobre su propio género. Generalmente, este se puede clasificar en hombre, mujer, género fluido o no binario. Se puede corresponder con el sexo asignado al nacer o puede diferir.

Género

El género se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los géneros binarios. Este se asigna generalmente al nacer según los genitales del bebé.

Roles de género

Los roles de género se refieren a la forma en que la sociedad espera que se comporten las personas con un género determinado. Estos no definen la propia identidad de género, lo que significa que, por ejemplo, alguien puede identificarse como mujer pero comportarse de acuerdo con los roles de género masculinos.

Expresión de género

La expresión de género se refiere a rasgos externos visibles que están relacionados con la propia identidad de género. Esto incluye pronombres, ropa, peinado, movimientos, inflexión, patrones de habla y más. Las personas cuya expresión de género difiere de lo esperado dado su género se denominan **no conformistas** de género.

Binarismo

Sistemas y esquemas de género que se basan en la existencia de dos partes opuestas, como hombre / mujer, hombre / mujer o masculino / femenino.

Sexo

La forma de clasificar los tipos de cuerpos según sus características biológicas de la masculinidad, la feminidad e intersexuales según lo indican los cromosomas, gónadas, hormonas y genitales.

Orientación sexual

Sexo hacia el que una persona se siente atraída en el plano emotivo, romántico, sexual y afectivo. Esta no va determinada por la identidad de género.

Disforia de género

Angustia, infelicidad y ansiedad que las personas transgénero pueden sentir acerca de la incompatibilidad entre su cuerpo y su identidad de género.

Intersexual

Personas que nacieron con una anatomía sexual que no corresponde a la típica anatomía femenina o masculina. Existen muchas formas de intersexualidad, algunas de estas aparecen desde el nacimiento mientras que otras se

estas aparecen desde el nacimiento mientras que otras se desarrollan en la pubertad.

Género expansivo

Abanico de identidades o expresiones de género más amplio y flexible que las típicas asociaciones al sistema binario del género

Andrógino

Identificarse y / o presentarse como ni distinguiblemente masculino ni femenino.

Trans

Cuando hablamos de personas cuya identidad de género es opuesta a su sexo asignado

Queer

adjetivo para referirse a una persona que transgrede las distinciones de género, independientemente de su género de una manera "no-normativa", o que no se conforman con los géneros binarios.

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!

Identidades de Género

No existe un número exacto de identidades de género. Cada persona se identifica como siente, es por ello que Nonbinary es una web divulgativa que visibiliza a minorías que deben ser reconocidas. Queremos que nos ayudes si tu identidad no se encuentra en esta lista para seguir ampliando identidades y dar voz a la diversidad.

*Estas no tienen por qué estar en el umbral de no binario ya que nuestro objetivo es visibilizar a TODES

La información es extraída de artículos de interés, libros y organizaciones como GenderCensus, Nonbinary Wiki, Beyond Binary Legal.



mar 29

Cisgénero

Término utilizado para describir a las personas que se identifican exclusivamente con su sexo o...

19 0 1

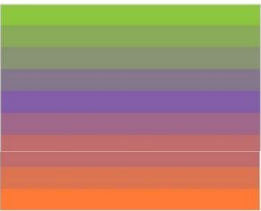


mar 7

Agénero

Independientemente del cuerpo con el que se haya nacido, las personas agénero no se...

26 0 1



mar 7

Aliagénero

Una identidad de género no binaria que no encaja en los esquemas o construcciones de...

19 0 1

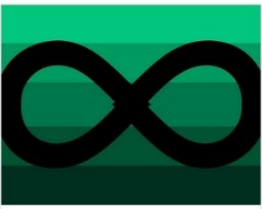


mar 7

Aporagénero

Es un término paraguas que describe a aquellos géneros no binarios separados de la...

6 0 1



mar 7

Autismgender

El nombre se puede abreviar, como autigender o autgender. Una identidad de género con la...

5 0 1



mar 7

Bigénero

Las personas bigénero experimentan dos identidades de género, ya sea simultáneamente...

3 0 1

¡Ayudanos a crecer!

Dona

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!



Julia Bosch 🇪🇸 • mar 7 • 1 Min. de lectura



Aporagénero

Actualizado: hace 6 días

Es un término paraguas que describe a aquellos géneros no binarios separados de la masculinidad, feminidad, neutralidad y de la falta de género. También puede ser usado como identidad de género en sí misma.



"Azul y rosa se han colocado en cada extremo de la bandera para mostrar que sientes que tu género está 'lejos' de estos dos colores, estereotipados como el azul masculino y el rosa femenino. Púrpura para representar como sentimiento entre hombre y mujer. Amarillo para representar cómo el género no se parece en nada a ser femenino, masculino o ambos, pero también se coloca lo suficientemente cerca del azul, el violeta y el rosa para mostrar que todavía está fuertemente conectado a algún tipo de género específico"

(Hyaenahart, 2015)

"Aporagender is pretty much everything that isn't male, female, agender, or between male and female." **Anónimo**

Historia

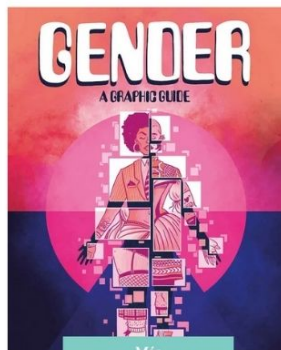
El moderador original del blog Aporagender en tumblr acuñó la palabra aporagender en 2014. La persona que acuñó la palabra "aporagénero" la hizo como una alternativa a cualquier género, debido a la preocupación de que un género diferente pudiera ser "racista o apropiado".

f t in e

8 vistas 0 comentarios

1 ❤️

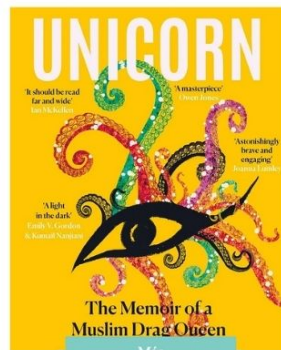
Libros



Más

Female

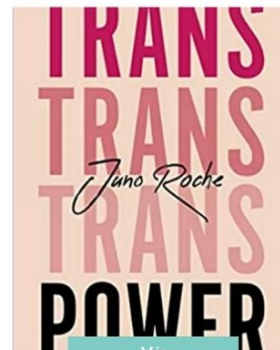
Andrea Long Chu



Más

Unicornio: memorias de una Drag Queen musulmana

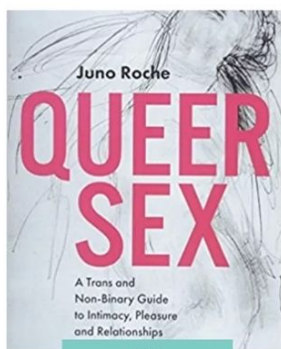
Amrou Al-Kadhi



Más

Trans Power

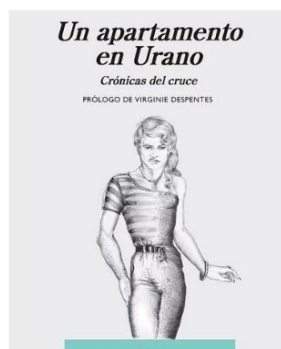
Juno Roche



Más

Queer Sex A Trans and Non-Binary Guide to Intimacy, Pleasure and Relationships

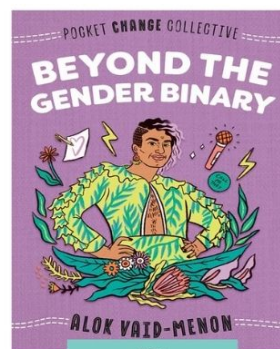
Juno Roche



Más

Un apartamento en Urano

Paul B. Preciado



Más

Beyond The Gender Binary

Alok Vaid-Menon

*Próxima venta en español en
Eventos

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!

Marcas



NUDIE JEANS

Pantalones para que duren



KARIBIK

No somos una marca, somos una revolución.



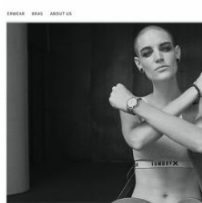
SUPERFLUID

Productos de belleza inspirados en la piel real.



KINDOM

Debido a que los seres humanos y la naturaleza se crean a partir de los mismos componentes básicos del universo, estamos directamente...



TOMBOY X

Proporcionando una gama de ropa interior unisex diseñada para todas.



KIRIN FINCH

La línea inspirada en la ropa masculina es amigable con los andrógenos con un diseño muy consciente

Nonbinary

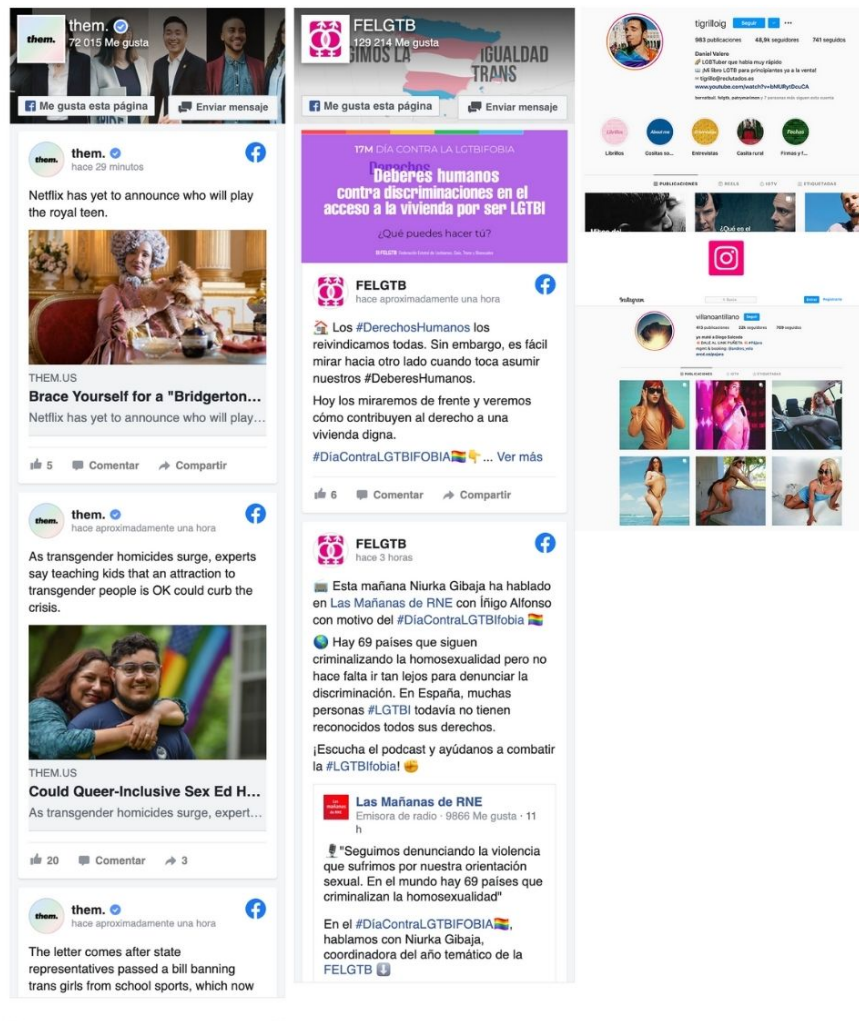
La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar



Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!



MITO 1 TODO EL MUNDO ES SIMPLEMENTE UN HOMBRE O UNA MUJER. SOLO HAY DOS GÉNEROS.

Según estudios en Estados Unidos y Europa de la Comisión de Igualdad y Derechos Humanos, hay un porcentaje aproximado de entre el 2% -1% de identidades no binarias para cada país.

QUEER, TRANS Y NO BINARIES

Queer ha sido usado como adjetivo para referirse a una persona que transgrede las distinciones de género, independientemente de su identidad de género, es decir, aquellos que expresan su género de una manera no-normativa, o que no se conforman con los géneros binarios.

Cuando hablamos de personas cuya identidad de género es opuesta a su sexo asignado hablamos de Trans. Algunas referencias y organizaciones utilizan el término transgénero en general, de tal manera que incluye las personas Queer o no-binarias.

No binario es un término general que se utiliza para describir una identidad de género que no es exclusivamente hombre o mujer. Esta puede identificarse como una identidad de género en sí.

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!

Eventos

14 ^{mié.}
jul. Día Internacional de la Visibilidad No Binaria / España

[Register Now](#)

14 ^{mié.}
jul. Obra de teatro: Denébola Drag / Festival de Teatro Rosa

[Register Now](#)

01 ^{sáb.}
ene. Venta en español del libro Beyond the Gender Bi... / Amaz...

[Register Now](#)

¡Ayúdanos a crecer!

[Dona](#)

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

[Enviar!](#)

Tienda NonBinary



Camiseta NonBinary
23,00 €



Bolsa de tela
12,00 €



Taza NonBinary
5,00 €

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

Enviar!



Ayúdanos a crecer

Nonbinary es una web divulgativa sin ánimo de lucro, pero queremos seguir avanzando y mejorar nuestro contenido para lograr nuestros objetivos. Por ello, toda ayuda es un paso hacia delante.

[Donar](#)

Nonbinary

La primera plataforma sin ánimo de lucro para visibilizar la diversidad de género.

Email: nonbinaryinfo@gmail.com

Suscríbete

Escribe tu correo aquí *

[Enviar!](#)

7.2. ENTREVISTAS

Meta principal y estructura

El objetivo de la plataforma es visibilizar y divulgar todas las identidades de género posibles entres o no el umbral no binario para así lograr un reconocimiento social y legal de todas las identidades y acabar con la ignorancia y los estereotipos generalizados. Hoy en día es mucho más fácil escuchar el discurso de eliminar el género por completo y vivir en una utopía en la cual no exista segregación por ello, pero como hemos dicho eso es una utopía. Hay que reconocer que existe un condicionamiento social por ello conlleva a plantear una nueva forma de inclusión de todas las identidades existentes no solo la de hombre o mujer.

¿Por qué una web divulgativa?

Después de la investigación y la valoración de las posibles opciones para lograr el objetivo la forma óptima de visibilizar la diversidad de género sin llegar a ofender y dar voz a esas personas es a través de una web divulgativa. Cuando hablamos de identidades no entendemos la delicadeza del tema cuando se trata desde la desinformación. Es importante reconocer el valor de los usuarios y valorarlos a todos los niveles, ya que NonBinary no puede hablar por todas estas personas y mucho menos dar información falsa o malentendida. Es por ello por lo que se descarta la opción de crear una web totalmente informativa, además, es un tema del cual aún no hay reconocimientos legales ni oficiales y todo parte del sentimiento de identidad de cada una.

Descubrimos que crear apartados en la web con contenido de interés cultural como libros, eventos y marcas inclusivas daba a los usuarios la posibilidad de integrarse mucho más con los géneros no binarios en otros aspectos.

Sabemos que esta tipología de webs es muy visitada por personas del *target* escogido y por ello el concepto y el estilo de la plataforma va dirigida tanto a jóvenes adultos que quieren empezar a tener conocimientos sobre el tema como a personas no binarias que quieran expresar su identidad.

Desafíos

- Verificar que el contenido sea adecuado y no dar información falsa relativa a la variedad de identidades. Es importante actualizar constantemente la web con las aportaciones de usuarias y validarlas.
- Visibilizar: ¿El plan de comunicación será lo suficientemente fuerte como para lograr llegar a muchos usuarios y visibilizar las identidades y el contenido de la web?
- Orden y comprensión: ¿Será el contenido de la plataforma fácil de comprender (términos, vocabulario y orden) para que los usuarios sepan por donde ir sin confundir la información?

ENTREVISTA A ADRIÀ PADILLA

Técnico investigador en la Universidad Autónoma de Barcelona con un doctorado en Comunicación Interactiva, telecomunicaciones y multimedia. Especializado en el desarrollo de aplicaciones de software para recopilar, procesar y analizar grandes datos, explorando las posibilidades del aprendizaje automático aplicado a las redes sociales y el análisis de las conversaciones públicas.

Preguntas

¿Crees que una web divulgativa puede ser una buena opción para visibilizar la diversidad de género?

Dependiendo del público, si tu público son personas mayores, el mejor canal será un diario o incluso las escuelas, pero si tu público son personas jóvenes de 18-35 años que buscan en internet de forma activa una web divulgativa puede ser la mejor opción.

Que sea divulgativa significa que es informativa, porque dentro de esta información tienes una parte educativa y la divulgación es la parte científica.

Debes dar respuesta a lo que tu público busca.

¿Crees que Wix es una buena plataforma para crear Webs?

No. No es una buena plataforma. Wix es una herramienta que intenta ser competidora de Wordpress y las dos tienen como objetivo facilitar la creación web a personas desconocedoras en programación. Dentro de un ámbito profesional no se usa ninguna de estas, pero si no requieres de recursos a veces Wix puede ser la herramienta más dinámica.

Wordpress es un poco mejor porque su finalidad no es comercial, sino que esta es una organización que contribuye con otros programadores tiene como objetivo fomentar esta difusión. Ahora, como parte negativa esta requiere de una pequeña inversión inicial.

¿Cuál crees que es la mejor estrategia para mejorar el SEO de la web sin tener que invertir dinero?

Dentro del marketing digital, está el SEO para monetizar tus contenidos visibilizando. SEO toca un amplio espectro de herramientas, texto y la otra son las cuestiones técnicas, esta última es la que entra en colisión con wix. En la parte de texto tienes que pensar en los usuarios, como buscan la información que tú ofreces. Una de las cosas que puedes hacer para empezar es redirigir desde otros canales como Instagram la web. Para ello, tienes que mirar a través de Google Trends qué palabras y titulares son las más buscadas en relación con tu contenido, a partir de ellas puedes gestionar el texto de tu web para dar respuestas a esas preguntas.

No utilices palabras sueltas, escoge toda la frase, por ejemplo, no selecciones no binario sino significado de no binario o diferencia entre binario y no binario. Una estrategia muy interesante que es la Estrategia de pseudocontenido es básicamente no limitarte o los conceptos generales sino generar contenido de blog donde hagas contenido paralelo al contenido que ya tienes como estable. Crear un Blog con artículos puede dar respuesta a estos pseudocontenidos, de esta manera las personas buscarán directamente las cuestiones de tu blog y luego se redirigirá a tu página.

¿Cuál es la mejor herramienta para analizar el Data de la web?

Existen dos herramientas que son imprescindibles para ello. Google Analytics y Google Web Máster Tools (Search console). Son las únicas que necesitas porque Google es el 99,9% de tráfico que va a llegar a tu web. Search console te permite analizar otras cosas como los CTR medio o CPM en periodos largos de tiempo. Aquí puedes observar como la tendencia de la web va creciendo y cuáles son las búsquedas más realizadas para llegar a tu web y ver cómo se comporta tu web en el buscador.

Desde tu experiencia en el marketing web ¿Crees que una estrategia de comunicación basada en notas de prensa y el boca en boca puede ser una buena opción para la promoción de la web? (Teniendo en cuenta que la finalidad es divulgativa y no comercial).

Sí e incluso buscaría trabajar con escuelas. De hecho, las notas de prensa son una buena estrategia de lanzamiento o inclusive el trato con *influencers* que creas que tiene un público similar al que tienes tú.

¿Consideras que la web puede ser relevante para otros targets? (Ej. ¿Profesionales en género y diversidad de género, organizaciones o marcas inclusivas que quieran promocionarse o encontrar información?

Por ejemplo, esta página web podría acoger una guía de estilo para que los medios puedan hacer una redacción con perspectiva de género. También podrías crear un directorio de identidades para que organización lo usen como guía. Por otro lado, podría ser útil para escuelas e institutos para que los alumnos a través de talleres puedan trabajar haciendo lecturas y entender el contenido.

ENTREVISTA A DANIELA GÓMEZ

Daniela Gómez Ozorco es una persona *queer* de 25 años que trabaja y estudia en el ámbito de cocina. Fotógrafa y poeta en su tiempo libre.

Preguntas

Hola Daniela, antes de todo, muchas gracias por formar parte de este proyecto. Valoro mucho tu participación.

Empecemos, hágame un poco sobre ti, ¿Cómo te defines?, ¿qué te gusta hacer en tu tiempo libre?

Yo soy una persona súper tranquila, alegre, me gusta pasarlo bien y tener nuevas experiencias. Siempre digo que vivo la vida de poeta, vivir del vacío, para mí el valor no tiene sentido porque el valor lo pones tú. Soy buena amiga, me gusta escuchar a las personas, la música, me gusta cocinar y la fotografía.

¿Cuál es tu identidad de género? ¿Te has identificado siempre con esa identidad?

Yo siempre he sido discriminada, porque yo soy colombiana y llegué aquí a Barcelona y luego me fui a Madrid. En Madrid sufrí mucho racismo y discriminación. A mí me gustaba jugar a fútbol y yo destacaba porque era buena, y supongo que de ello me insultaban, me decían marimacho porque nunca he sido femenina. En ese momento no comprendía por qué existía un estándar para la feminidad, no tenía sentido, por eso siempre me he sentido *queer*. Yo me siento chica también, pero mi expresión no es normativa y mi feminidad no era la típica. Cuando empecé a informarme, descubrí que era el colectivo LGTB y el término *queer* descubrí mi identidad. Soy *queer*.

¿Cómo podrías definir de forma subjetiva ser queer?

Ser Queer para mí es no tener una idea de la sexualidad y el género. Para mí soy una persona, soy un individuo y por eso me siento Queer. No porque la sociedad me haya dicho que soy un chico o una chica tengo que definirme en eso. Soy una persona.

Algunas personas hablan del termino genderqueer (no queer) como parte del umbral no binario. Según tu opinión ¿Qué diferencia hay entre no binarie y queer?

Sí. Yo creo que no binarie, para esa persona significa que aún no sabe cómo se siente, en cambio el *queer* si sabe como se siente, por lo menos desde mi punto de vista. Yo no soy no binarie, porque me siento mujer también y soy feminista también, he vivido la discriminación por ser mujer, pero a la vez soy queer. Yo veo que no binarie es como una línea, que existes y fluye se pueden definir como género neutro o como otro género.

¿Qué género aparece en tu DNI y cómo te hace sentir el hecho de tener que identificarse legalmente como hombre o como mujer?

Yo soy una persona que... ya como que me da igual como me defina la gente. Llega un punto en que entiendo que la gente se confunda con mi identidad por mi expresión de género. Pero no voy a corregir a esa gente, yo ya sé quien soy. Sí, para la sociedad soy femenina, pero de momento ya ni me importa, dime lo que quieras porque a mis 25 años ya tengo clara mi identidad. Pero hay gente que sí que no tolera eso y ellos quieren cambiar su DNI a otra identidad no binaria y les entiendo y respeto, pero en mi caso eso no es necesario.

La sociedad asume que nacemos “niño o niña” según nuestro sexo biológico, y ese constructo se ha normalizado. ¿Cómo se puede derribar?

Para mí llegará como llegó el derrumbamiento del muro de Berlín. Llegará una generación que dirá basta. Porque es lo que te he comentado, tú eres un ejemplo de estas personas que se están informando y tienen contenido para cambiar las cosas a más inclusivas. Yo creo que con gente como tú y mis referentes como Villano Antillano harán que haya cambios de pensamiento. Lo veo en el 8M, las manifestaciones LGTB, el BlackLiveMatters, el movimiento de gente hace que todes seamos más conscientes.

Dejemos de normalizar lo que no tiene que ser normal y empecemos a preguntarnos cosas.

¿Te has sentido discriminado alguna vez por tu identidad queer?

Yo creo que la gente no sabe que soy *queer*. Solo me gusta decírselo a las personas que me miran a los ojos y me lo preguntan de verdad, pero no tengo la necesidad de decir quien soy. Yo he tenido suerte de tener gente a mi alrededor que nunca me ha discriminado.

¿Qué pronombres y lenguaje utilizas para identificar a tu persona?

Yo soy Daniela, eso de “elle” y “ella” aún me cuesta, es lo que quiero usar, pero aun fallo. Lo he aprendido ahora e incluso con amigos *queer* cuesta adaptarse, porque son muchos años para conocerte y plantearte tu identidad.

¿Consideras que es importante visibilizar a la diversidad de género?

Sí, es importante porque si no, no habrá cambio. Nadie sabe de estos temas, si no hay entrevistas de gente que educa de estos temas la gente no sabrá que es binario o no binario. Hay muy poca información y necesitamos que la gente hable y se pregunte cuál es su identidad porque quizás ni saben quienes son. De hecho, fue mi novia la que me dijo que era yo era Queer y entonces dije, si soy, dios mío, si soy.

Según mis estudios, catalogar las identidades y poner etiquetas es necesario desde el momento que dan visibilidad a un colectivo marginado. Estas podrán desaparecer cuando haya igualdad total en derechos y privilegios. ¿Qué opinas sobre ello?

Me parece muy bien que se etiqueten porque es darle nombre y EXISTEN, eso es así, tenemos que saberlo y ya está.

¿Crees que la creación de webs divulgativas puede ser de ayuda para visibilizar colectivos no binarios y la diversidad de género?

Apoyo a todas esas personas y os quiero de todo corazón. Yo por ejemplo soy *queer*, pero miré tu web y yo no sabía muchas cosas. Es de ayuda para todos.

Eres fotógrafa, y muy buena. ¿Consideras que el arte puede ser un buen canal de apoyo para visibilizar la diversidad de género?

Sí. Yo creo que es super importante plasmar lo que sientes. Porque puedes expresar muchas cosas y darles la libertad de hacer lo que sienten, conocerse o dar a conocer.

ENTREVISTA A FINULA GREENE

Finula Greene, persona no binaria de origen australiano doctorada en género en la universidad de Melbourne. Actualmente Finula trabaja en una *sexshop* independiente de lujo donde venden lencería y juguetes sexuales para personas de todos los cuerpos y para todas las orientaciones sexuales.

Questions

With your words, what is it to be non-binary? Do you think there is only one definition?

I don't think it is possible to say what is and what isn't non-binary. I believe that in and of itself, non-binary cannot be fixed to just one definition. There are endless possibilities as to why someone may identify as non-binary. For me personally, it became an issue of perception, I no longer wished to be perceived as a woman, I felt constrained by the binarized definition of femininity and womanhood. By identifying as non-binary I felt like I allowed myself to move more fluidly in my presentation and performance of gender as I never feel the need to present as any prescribed gender.

Do you think that society is too binary?

Absolutely! This is also a relatively new mechanism within our society. The aggressive prescribing of gender norms and roles only really appeared within patriarchal western society in the 1950's, with the birth of the nuclear family. The nuclear family became

idealised because they had the ability to be the greatest consumers in the new modern consumerist society. Although a great deal has changed since the 1950s, we are still for the most part trying to exist within our prescribed gender roles and norms. Because we are conditioned from birth to adhere to binaries, it is so hard to unlearn this conditioning. We are conditioned to understand everything within our society through a binarised lens, not just gender or sexuality.

Those of us who reject the binary, sadly learn that this world does not function or exist to cater to those who exist fluidly. We are encouraged to exist and understand the world as binary because it is the smoothest way to function within a patriarchal and capitalist society.

Is there legal recognition in Australia for non-binary people?

This is an interesting question. Because we have had legal recognition for non-binary identities, for instance you can change your gender to X on your passport. However, we are currently under the power of a far right leader who is actively trying to decrease legal protection and recognition of trans and non-binary identities. Unfortunately, we still have a long way to go.

According to my studies, cataloging identities and putting labels is necessary from the moment they give visibility to a marginalized group. These may disappear when there is total equality in rights and privileges. What do you think about it?

I don't think that labels will ever fully disappear, I think that that would actually be detrimental to the movement. If sexuality and gender are both a spectrum then people are always going to identify at either end. I also think that for transgender people it is really important to them to have their pronouns and labels and to be validated by people recognizing and respecting their identity.

Do you think it is necessary to make the non-binary collective visible to get their recognition?

Absolutely! I think that in recent years we have become a lot more visible, which is great. However, because of the risk and fear associated with coming out and identifying outside of the gender binary, a lot of people are not comfortable being visible as of yet. But with more visibility, will eventually come more acceptance.

Do you think we can use and trust divulgative and informative websites to offer that visibility?

I think to a degree yes. However, you should always be encouraged to continue to seek out more information and to make sure that information is backed up by others. I also think that if you are getting information about non-binary identities, you should seek it out from non-binary voices.

Do you think it will help people who visit the web to post a glossary of concepts about gender? And allow communication through suggestions by mail with users?

Absolutely! I also think allowing people to seek out further resources and information is highly useful.

Can the divulgative web have a negative connotation in relation to its objective of making non-binary gender visible?

I mean, as with any identity that falls outside of mainstream ideologies, there is always going to be risk involved with visibility. Anywhere that there are minorities, prejudice will be present. Although in the long run, the harder we work towards visibility the more that we will gain acceptance.

What books, movies or channels of interest could you recommend for me to learn more about the genre and its diversity?

Books

- Whipping girl by Julia Serano

- The Argonauts by Maggie Nelson
- Brazen Femme by Anna Camilleri and Chloe Brushwood Rose
- Gender Trouble by Judith Butler
- The History of Sexuality vol.1 by Michel Foucault.

Movies (mostly transgender movies as there is still very little visibility of non-binary identities in film).

- A Fantastic Woman by Sebastian Lelio
- All About My Mother by Pedro Almodovar

