

Educación sexual integral e inclusiva para jóvenes LGBTTTIQ+

Pérez Rodríguez, Edgar David

2023

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/5867>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto
Presidencial del 3 de abril de 1981



EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL E INCLUSIVA PARA JÓVENES LGBTTTIQ+

Tutor:

MTRO. ARTURO CIELO RODRÍGUEZ

ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE CASO

Para obtener el grado de

MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN

Presenta

EDGAR DAVID PÉREZ RODRÍGUEZ

Puebla, Pue.

2023

RESUMEN

La deficiente o nula educación sexual que la comunidad LGBTTTIQ+ recibe a lo largo de su vida en México, particularmente cuando está en un proceso de autodescubrimiento de su expresión de género y sexualidad puede ponerles en situación de riesgo. La falta de información accesible y confiable, además de conectar con otras personas de esa comunidad, desfavorece a un desarrollo sano del individuo. Algunas personas son expulsadas de sus casas al expresarse de una forma que sale de lo “común”, no se utilizan métodos para prevenir enfermedades de transmisión sexual (ETS) o VIH, algunas otras son víctimas de abuso sexual. Vivir libremente no debería ser tan complicado, sin embargo, todavía hoy existen abusos y violaciones a derechos humanos a este grupo de disidencias sexogenéricas. En este contexto es necesario plantear cómo podemos evitar y prevenir estas situaciones de riesgo. Con esto, se supone que a través del diseño estratégico se podrá proponer una estrategia integral de la educación sexual para una mejor calidad de vida. En la presente investigación se abordan diferentes conceptos y teorías que envuelven a la comunidad mencionada y se elabora una propuesta que trabaja desde el modelo de Design Thinking, generando un sistema de oferta que brinda productos, servicios y experiencias con un enfoque inclusivo que eduque, complemente y favorezca al desarrollo sano de una persona de la diversidad sexogenérica para una mejor calidad de vida. Se concluye que es necesario un espacio (ya sea virtual o físico) para aprender y compartir experiencias entre personas LGBTTTIQ+.

Palabras Clave: Comunidad LGBTTTIQ+, Diversidad Sexogenérica, Educación Sexual Integral, Design Thinking, Calidad de Vida.

RESUMEN	3
I. INTRODUCCIÓN	4
1.1 Planteamiento	5
1.2 Justificación	7
1.3 Objetivo General	10
1.3.1 Objetivos Particulares	10
1.4 Pregunta de Investigación	10
1.5 Supuesto	10
1.6 Variables	10
CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL	11
2.1 Educación sexual Integral	12
2.2 Comunidad LGBTTTIQ+ (Disidencias sexogenéricas)	13
2.3 Calidad de vida	16
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	18
3.1 Procedimiento	18
3.1.1 Empatizar	19
3.1.2 Definir	19
3.1.3 Idear	20
3.1.4 Prototipar	20
3.1.5 Probar	20
3.2 Población	22
3.3 Muestra	23
3.4 Instrumentación	24
3.4.1 Primer acercamiento	24
3.4.2 Entrevistas guiadas	25
3.4.3 Categorías	26
3.4.4 Value Proposition Canvas	26
3.4.5 Prototipo de Media Fidelidad	27
3.4.6 Validación y Deseabilidad	28

3.5 Análisis	29
CAPÍTULO IV: PROPUESTA	30
4.1 Definición del Problema	31
4.2 Investigación	32
4.2.1 Visión	39
4.2.2 Misión	39
4.2.3 Valores	39
4.2.4 Filosofía	39
4.3 Casos Análogos	40
4.3.1 Duolingo	40
4.3.2 Kinedu	41
4.3 Planeación	42
4.3.1 Recursos	42
4.3.1.1 Recursos Físicos y Tecnológicos	43
4.3.1.2 Recursos Humanos	45
4.3.1.2 Recursos Financieros	48
4.4 Comunicación	49
4.4.1 Funnel de Ventas	50
4.4.2 Elevator Pitch	52
4.5 Implementación	53
4.5.1 Innovación	54
4.5.3 Escalabilidad	55
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	56
5.1 Síntesis de los resultados	56
5.2 Observaciones	59
5.3 Recomendaciones	59
REFERENCIAS	60

Índice de Figuras

Figura 01: Dinámica Cíclica de la deficiente educación sexual	14
	4

Figura 02: Definición de las siglas LGBTTTIQ+	16
Figura 03: Diagrama Sexogenérico	17
Figura 04. Pentágono de la Calidad de Vida	19
Figura 05. Pirámide de Maslow	20
Figura 6. Esquema del proceso iterativo aplicado al presente estudio de caso.	23
Figura 7. Matriz de arquetipos.	25
Figura 08. Tabla de Categorías	29
Figura 09. Value Proposition Canvas	30
Figura 10. Usuarios probando Prototipo	31
Figura 11. Fotos del manual y pruebas	32
Figura 12. Pantalla de TIRE APP	35
Figura 13. Pantalla de TIRE APP	36
Figura 14. Pantalla de TIRE APP	37
Figura 15. Pantalla de TIRE APP	38
Figura 16. Prototipo Manual LGBTTTIQ+	39
Figura 17. Evidencia de validación del prototipo	39
Figura 18. Nueva propuesta de imagen ¡Ponte al TIRE!	41
Figura 19. Mapa de Sistema de Oferta de ¡Ponte al Tire!	41
Figura 20. Sitio web de Duolingo	44
Figura 21. Sitio web de Kinedu	45
Figura. 22 Business Model Canvas	47
Figura 23. Micro y macrolocalización.	48
Figura 25. Tabla de Software.	48
Figura 26. Tabla de Hardware.	49
Figura 27. Organigrama	49
Figura 28. Perfil de Administrador General	50
Figura 29. Perfil de Diseñador	50
Figura 30. Perfil de Developer	50
Figura 31. Perfil de Community Manager	51
Figura 32 . Tabla de Costos	51
Figura 33. Gráfica de Distribución de Inversión Inicial	52
Figura 34. Tabla de proyección a 3 años	53
Figura 35. Funnel de Ventas	55
Figura 36. Presencia en Instagram	56
Figura 37 . Landing Page	57
Figura 38 . Elevator Pitch	58
Figura 39. Diez tipos de innovación de ¡Ponte al tire!	60
Imagen 40. Plan de Escalabilidad ¡Ponte al TIRE!	61

I. INTRODUCCIÓN

En el presente estudio de caso documenta el proceso de investigación con jóvenes de la comunidad LGBTTTIQ+ de 15 a 24 años de edad y la forma en que aprenden de temas de sexualidad y género, así como el desarrollo de una propuesta que abarque productos, servicios y experiencias que favorezcan a su aprendizaje y desarrollo como persona trabajando con una metodología del diseño estratégico.

En el primer capítulo se aborda el planteamiento del problema, se argumenta la pertinencia del tema y se contextualiza al lector con información pertinente de la problemática. En la justificación se desarrolla el contexto de la situación actual sobre la deficiente educación de la sexualidad que se vive en México y las consecuencias que impactan a la comunidad LGBTTTIQ+, particularmente a los jóvenes que viven en ciudades. Se plantea el objetivo general y los particulares, la pregunta de investigación. Además, se establecen las principales variables que son Educación Sexual Integral, Comunidad LGBTTTIQ+ y Calidad de Vida.

El capítulo II contiene el marco conceptual donde se profundizan las tres variables que se establecen en el capítulo previo. Se mencionan algunas teorías, conceptos y terminología relevante que hace referencia a la diversidad sexogenérica y la educación sexual desde una perspectiva integral e incluyente.

En el capítulo III se desarrolla el marco metodológico aplicado desde el modelo de *Design Thinking* (Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Probar) para entender la problemática, así como la instrumentación más relevante y los resultados obtenidos de cada paso del presente trabajo. También se reportan las validaciones y la deseabilidad de los prototipos. En este apartado se analizan los aprendizajes y hallazgos obtenidos.

En el capítulo IV se describe la definición del problema que da origen al proyecto, así mismo se desarrolla el proceso de creación de una propuesta innovadora para atender la problemática planteada inicialmente. Se profundiza en el acercamiento, así como en las validaciones que se tuvo con los usuarios. Se analizan casos análogos y la planeación a nivel administrativo, tecnológico y financiero para llevar a cabo la propuesta viable.

Por último, en el capítulo VI se sintetizan los resultados respondiendo la pregunta de investigación, se reporta si se cumplen los objetivos planteados, se mencionan las observaciones y posibles recomendaciones que, por el proceso iterativo inherente del diseño estratégico, servirán para continuar con la construcción y escalabilidad de un proyecto más sólido.

1.1 Planteamiento

Los avances en el reconocimiento en materia de derechos de la comunidad LGBTTTIQ+ (Lesbiana, Gay, Bisexual, Travesti, Transexual, Transgénero, *Queer* (anglicismo para denominar otras formas de identificarse que no entran necesariamente en las categorías mencionadas)) han sido contundentes de unos años a la fecha. Onán Vázquez, uno de los fundadores del movimiento LGBTTTIQ+ en la capital poblana, comenta en entrevistas que en el 2001 en Puebla, la policía detenía y violentaban a hombres homosexuales por llevar a cabo pequeñas muestras de afecto en público, muchos terminaban en los separos por “alterar el orden público”, algunos otros eran negados servicios médicos ante la suposición de que todos vivían con VIH (Virus de la Inmunodeficiencia Humana).

El asesinato de personas por su orientación sexual, expresión e identidad de género refleja odio, atenta contra la libertad, así como el libre desarrollo auténtico de las personas; en ocasiones, este odio posiblemente esté arraigado en ideas fundamentalistas y/o hegemónicas de la sexualidad, también del deber ser. La violencia que enfrenta la comunidad LGBTTTIQ+ en México no ha sido contemplada en los registros oficiales, esto termina favoreciendo la impunidad. Se estima que, por cada caso visible, existen al menos 3 asesinatos invisibilizados (ENDISEG, 2021). Es alarmante la manera en que se criminaliza, segrega, e incluso a veces se omite a dicha población.

En 2021, el total de la población de 15 años y más en México, se estimó en 97.2 millones de personas. De estas, 5.0 millones se autoidentificaron LGTBTTIQ+, lo que equivale al 5.1 % de la población de 15 años y más en el país en ese año. Generalmente en la primera infancia como en la adolescencia las personas se dan cuenta de su orientación e identidad de género (INEGI, 2021). Uno de los primeros problemas a los que se enfrenta la población LGTBTTIQ+ es la de reconocer su orientación sexual e identidad de género, primero para sí mismos, posteriormente para la familia y la sociedad en general. Esto es complicado para muchos por el factor del miedo, ya que México ocupa el segundo lugar en América Latina en casos de crímenes de odio por homofobia (CDHDF, 2020).

Aún con los avances y políticas públicas siguen existiendo crímenes de odio violentos contra la comunidad LGTBTTIQ+. Tan solo en 2021, en México se registraron 78 crímenes de odio por homofobia, cifra que se mantuvo estable en relación a la del 2020 que fue de 79. En los últimos años, las mujeres trans han sido las mayores víctimas registrando un total de 55 transfeminicidios. (Letra Ese, 2021). Si bien, el incremento de las personas que se identifican como parte de la comunidad va en aumento, en contraparte la violencia, así como la represión hacia ésta se mantiene prácticamente igual. Para muchas personas vivir auténticamente (expresando su sexualidad y género libremente, lo que coloquialmente se conoce como *fuera del closet*) puede ser un factor de vida o muerte.

Por otra parte, “53.7 % del total de personas LGTBTTIQ+ tienen entre 15 y 24 años de edad” (INEGI, 2021, <https://www.inegi.org.mx/tablerosestadisticos/lgbti/>). Las nuevas generaciones tienen más apertura para hablar abiertamente de su sexualidad, por eso mismo debe incluirse una amplia perspectiva de género en la educación sexual integral, es necesario ya no hacerlo desde el binarismo tradicionalmente conocido como hombre o mujer, sino perspectiva de género integral en todo el esplendor de la palabra, incluyendo disidencias de género que no encajan en la categorización tradicional como se conoce tradicionalmente. Precisamente por eso debe desarrollarse temas desde la *teoría queer*, tanto perspectivas amplias de diversos temas referentes al cuerpo, mente, genitalia, etc.

Foucault (1977), refiere al siglo XVII como una edad de represión, pues la burguesía empezó a usar el sexo para controlar al resto de la población. Eran ellos quienes ahora dictaban cómo debía referirse, asimismo para qué servía el coito. Hablar de estos temas se tornó más difícil, incluso más costoso en esta época. También se dictó la ley de la pareja legítima y procreadora,

además se elaboraron nuevas reglas de decencia. Es gracias a estas nuevas normas que surgen maneras pecaminosas y moralistas de lo correcto o incorrecto que es hablar del sexo tanto en lo público como en lo privado, tanto así que aún permean algunas de esas ideas (e ignorancia) al día de hoy.

Este es un punto de partida para poder reconfigurar la sexualidad y el sexo. La sexualidad ha sido ubicada desde los discursos modernos dentro del ámbito de la naturaleza (Córdoba, 2005). La sexualidad no es un hecho natural, sino que está construida socialmente. Desaprender lo que la heterosexualidad ha enseñado a reeducar desde la diversidad. Educación diversa y disidente para jóvenes de 15 a 24 años de la comunidad LGBTTTIQ+ pero con un lenguaje que la heterosexualidad también entienda, para que entre ambos se pueda formar una nueva cultura alrededor de los temas que aún son tabú. Educar para la paz.

Por consiguiente, es necesario buscar y encontrar formas de atender la situación con base en el diseño centrado en el humano, técnica de diseño centrado en los deseos y necesidades del usuario final (Landry, L., 2020, <https://online.hbs.edu/>), se elige ésta técnica pues puede ayudar a empatizar mejor con la gente a la que se le brinda un servicio, producto, así como a identificar nuevas oportunidades, también a ser efectivos en la creación de soluciones innovadoras.

1.2 Justificación

En el presente apartado se desarrolla el contexto de la situación actual sobre la deficiente educación de la sexualidad (además de no inclusiva) que se vive en México, de cómo se relaciona y afecta a la comunidad LGBTTTIQ+, por último, se concentra en entender por qué es necesario tomar acciones para combatir el analfabetismo sexual pues se busca una cultura de paz a través de la reeducación, así como las relaciones sanas, basadas en el respeto, asimismo en la inclusión.

En el país, el promedio en el que los, las, así como los jóvenes empiezan su vida sexual es entre los 15 y 19 años. Sobre ese mismo rango de edad (97%) conocen al menos un método anticonceptivo. Más de la mitad no utilizó ninguno cuando tuvieron relaciones coitales por primera vez (UNFPA, s.f.). Además, para los jóvenes mencionados, es el momento justo donde empiezan a descubrir, tanto explorar otras posibilidades sobre su orientación, que es la capacidad que tiene

una persona de sentirse atraída o no, romántica o sexualmente hacia mujeres, hombres, personas de ambos sexos u otros (INEGI, 2021, <https://www.inegi.org.mx/tablerosestadisticos/lgbti/>).

En los últimos años, ha habido un incremento en el número de personas que se sienten identificadas como no heterosexuales. Actualmente, 92.6 Millones de Mexicanos se identifican como heterosexuales (95.2%), 4.6 millones se identifican como parte de la diversidad sexual (4.8%), de ese porcentaje el 51.7% se identifica como bisexual, 26.5% Gay u homosexual, 10.6% Lesbiana y 11.2% otra (pansexual, demisexual, asexual, etc.) Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG, 2021, p.1).

Si bien cada vez más personas se identifican de esta forma, la violencia ejercida a esta población no se ve reducida.

En el contexto escolar, los y las estudiantes de la diversidad sexual son potenciales víctimas de bullying (UNESCO, 2016), violencia sexual u otros actos de violencia graves perpetrados tanto por compañeros estudiantes, docentes y personal administrativo, incluso del modelo educativo, asimismo el proceso institucional (normas sobre uso de uniformes, mensajes sobre diversidad sexual en materiales de enseñanza, etc.) (Echagüe y Barrientos, 2018). Ahora en las escuelas se tiene la discusión de los baños neutros, el uso de pronombres y el lenguaje inclusivo. Hablar y discutir este tipo de temas le da visibilidad a algo que antes se ocultaba y se trataba con cierta vergüenza. El diálogo es importante pues al nombrarlo se puede conocer, compartir experiencias y llevar una vida más plena, sin violencia y con dignidad.

Los esfuerzos para educar sobre sexualidad a personas jóvenes desata polémica entre los padres de familias y escuelas. ¿De quién es la responsabilidad? En muchos de los casos, se enseña la abstinencia como el mejor método para prevenir riesgos, esperar hasta el matrimonio para empezar a tener relaciones sexuales, también se infunde miedo al sexo a través del condenamiento religioso. Estas aseveraciones, así como metodologías atentan contra los derechos sexuales; incluso reproductivos. El Estado mexicano tiene la obligación de respetar, proteger y cumplir los derechos relacionados con la salud sexual, así mismo con la reproductiva de todas las personas.

Lo anterior se vio afectado por la pandemia de COVID-19, una encuesta realizada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 2020 reveló que los servicios de salud se vieron

interrumpidos total o parcialmente: más de la mitad de los países encuestados refirieron haber interrumpido los servicios de tratamiento de hipertensión (53%), diabetes (49%), servicios de tratamiento contra el cáncer (42%) y hasta servicios relacionados con emergencias cardiovasculares (31%). Se registraron más de 32 mil detecciones de VIH en el país. Sobre los nuevos casos, en los primeros seis meses del 2022, la Secretaría de Salud detectó 7,934 casos de personas que tuvieron contacto con el VIH, esto sin contar que durante la pandemia, la crisis por desabasto de medicamento de terapia antirretroviral (TARV) incrementó, así como la falta de diagnósticos oportunos.

Así es como nuevos retos han surgido a partir de la pandemia mundial de la COVID-19. Hay una gran diferencia entre lo que sucedía antes, pero también después de esta, tanto así que ha impactado sobre todos los derechos humanos frente a diferentes situaciones, como contextos. Las consecuencias de esta pandemia han sido significativas en diversos problemas de salud pública y bienestar a nivel global, por consiguiente, marcó aún más las desigualdades, especialmente en relación con el derecho a la vida, integridad personal, entre otros.

Siendo las cosas así, resulta claro que por medio de una educación sexual integral no solo se prevendrían embarazos no deseados, transmisión de VIH y ETS, también habría más apertura, normalización de las prácticas sexuales, menos *bullying*, mayor comodidad del cuerpo, mejoraría la salud mental de las personas, habría mayor apertura a diversidades o disidencias sexuales. Para esto, es importante replantearse la educación sexual integral como se conoce. Es necesario, para una vida digna y libre de violencias, cambiar la perspectiva de la sociedad de como se percibe el cuerpo, de como se ve y entiende el sexo, por lo tanto reeducarse sexualmente.

1.3 Objetivo General

Generar una estrategia que integre un enfoque inclusivo de la educación sexual para todos y todas para una mejor convivencia y calidad de vida en México.

1.3.1 Objetivos Particulares

- Analizar cómo afecta la deficiente educación sexual en México
- Plantear la diferencia entre el sexo y género desde una postura a favor de una vida digna
- Desarrollar contenido informativo veraz y accesible para reeducar
- Difundir el contenido creado con un lenguaje accesible para todas las personas.

1.4 Pregunta de Investigación

¿Cómo brindar **educación sexual integral** dirigida a la **comunidad LGBTTTIQ+** para una mejor convivencia y **calidad de vida** en México?

1.5 Supuesto

A través del diseño estratégico se podrá proponer una estrategia integral de la educación sexual para una mejor calidad de vida.

1.6 Variables

- Educación sexual integral
- Comunidad LGBTTTIQ+
- Calidad de Vida

CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL

En el presente capítulo se comparten y explican conceptos de gran relevancia para conocer un poco más de la educación sexual integral e incluyente (desde una perspectiva sexogenérica diversa). Es importante conocerlos pues la comunidad LGTBTTIQ+ es compleja, por lo mismo tiene experiencias únicas que difieren de la heterosexual, sin embargo, con los fundamentos necesarios se puede entablar un diálogo entendiendo que existe un gran abanico de posibilidades que no se tocan desde un sistema binario.

2.1 Educación sexual Integral

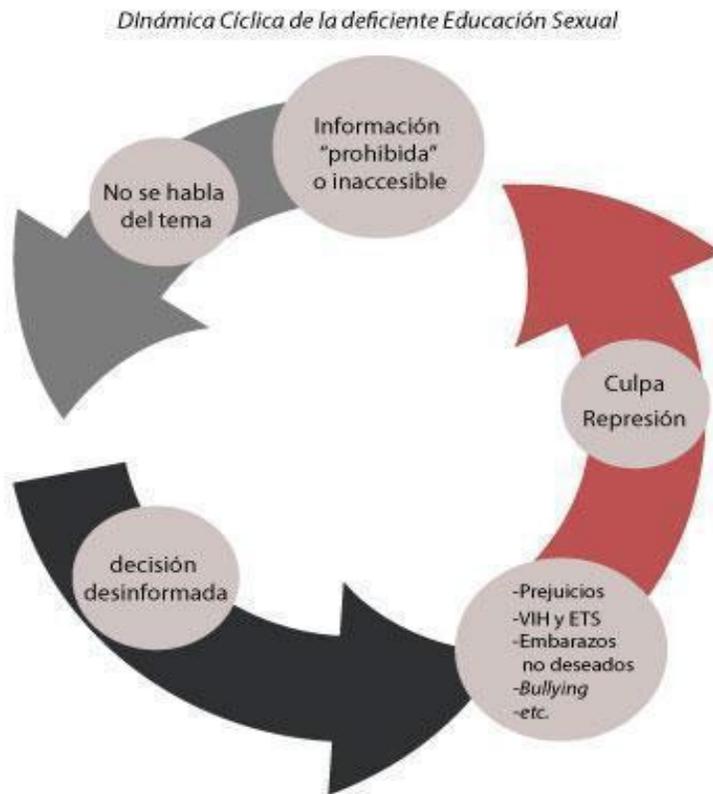
De acuerdo con la UNESCO (2018), la Educación Integral en Sexualidad (EIS) es un proceso de enseñanza aprendizaje basado en planes de estudios tanto cognitivos, psicológicos y físicos, como sociales de la sexualidad con el propósito de disfrutar salud, bienestar y dignidad. *Planned Parenthood*, una organización sin fines de lucro que provee salud sexual en Estados Unidos y el mundo, menciona que es un proceso de enseñanza tanto de aprendizaje de alta calidad acerca de una amplia variedad de temas relacionados con la sexualidad, así como de salud reproductiva. Es importante rescatar elementos importantes de estas dos definiciones para proponer lo siguiente.

A partir de las anteriores definiciones se construye una nueva para incluir una perspectiva de género y tomar en cuenta a las diversidades sexogenéricas. Para este proyecto, se establece la *educación sexual integral e incluyente* como un tipo de educación, así como de aprendizaje que abarca el análisis de la sexualidad como la salud reproductiva. Explora los valores, creencias (en la cultura, roles de género, derechos humanos, perspectiva de género, autonomía corporal), también brinda herramientas necesarias para manejar su relación con ellas mismas, parejas, comunidades, la propia salud sexual para así evitar amenazas como la discriminación, el abuso, e incluso violencia sexual. Es importante que los niños, así mismo los jóvenes aprendan a relacionarse de manera sana con su cuerpo y mente con información veraz, no alarmista o moralista.

En respuesta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) número tres, Salud y Bienestar, garantizar una vida sana, así como promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible, por consiguiente, para gozar de una buena calidad de vida. También hay una perspectiva de la educación sexual que es tanto social, como cultural que se puede atacar como el bullying y la discriminación, entre otros. A nivel mundial, las adolescentes, las mujeres jóvenes, las disidencias sexogénicas enfrentan desigualdades de género, exclusión, discriminación y violencia, lo que las pone en mayor riesgo de contraer el VIH que podría combatirse con un acceso veraz a la información. “La Educación Integral en Sexualidad (EIS) tiene un papel central en la preparación de los jóvenes para una vida segura, productiva y plena” (UNESCO, 2018, p. 12).

La deficiente educación sexual en México, es reflejo de un país que ha moralizado temas de esta índole. Es por eso que la educación sexual se limita en los centros escolares al aspecto biológico, a lo mucho al uso de métodos anticonceptivos. “Durante varias décadas predominó un modelo de la sexualidad de tipo higienista que tenía por objetivo evitar los riesgos inherentes a la actividad sexual” (Heredia & Rodríguez, 2020, p. 48) dejando fuera aspectos como el placer, las emociones, los derechos sexuales como reproductivos y un desarrollo libre de violencias creando una dinámica cíclica como la que se describe a continuación:

Figura 01: Dinámica Cíclica de la deficiente educación sexual



Fuente: Elaboración propia.

2.2 Comunidad LGTBTTIQ+ (Disidencias sexogenéricas)

“La hombría se mide por la invulnerabilidad ante las armas enemigas o ante los impactos del mundo exterior [...] uso descarnado de la violencia, y demás atributos del "macho": poder.” (Paz, 1950, p.11). Desde la perspectiva de género, el estereotipo dominante es el que corresponde al rol masculino, que en algunas culturas (al menos en México) es un símbolo de poder y dominio. No es hasta el siglo XX que las mujeres exigen y ganan derechos que solo se le permitían a los hombres. Este cambio favoreció a la integración de la mujer en la sociedad contemporánea. Si bien, las disidencias sexogenéricas han estado presentes a lo largo de la historia, es en este mismo siglo, que nace el movimiento LGTBTTIQ+ como tal (con el tiempo se han sumado siglas a este acrónimo).

Figura 02: Definición de las siglas LGBTTTIQ+

Letra	Categoría	Definición
L	Lesbiana	La orientación sexual que describe a una mujer que es atraída emocional y sexualmente hacia otras mujeres.
G	Gay	Una orientación sexual que describe a una persona que es atraída emocional y sexualmente hacia individuos de su mismo sexo. Puede usarse independientemente de la identidad de género, pero se usa más comúnmente para describir a un hombre.
B	Bisexual	Una orientación sexual que describe a una persona que se siente atraída emocional y sexualmente tanto hacia personas de su propio género como hacia personas de otros géneros.
T	Transexual	Término usado algunas veces en literatura médica o por algunas personas transgénero, para describir a aquellos que han hecho la transición a través de intervenciones médicas.
T	Travesti	Persona que se viste con ropa del sexo contrario
T	Transgénero	Describe a la persona cuya identidad de género y sexo asignado al nacer no corresponden. También usado como un término general para incluir a las identidades de género fuera de lo masculino y femenino. Algunas veces abreviado como trans
I	Intersexual	Grupo de condiciones raras en las que los órganos reproductivos y genitales no se desarrollan según lo esperado. Algunos prefieren usar el término trastornos (o diferencias) del desarrollo sexual. Algunos miembros de la comunidad y grupos defensores también usan la palabra intersexual como término de identidades
NB	No binario	Describe a una persona cuya identidad de género no encaja con la estructura tradicional de género binario. A veces se abrevia NB o "enby"

miro

Imagen 2.0: Elaboración propia, contenido basado en Glosario de términos LGBT para equipos de atención a la salud. National LGBTQIA+ Health Education Center.

Por lo tanto, entendiendo la tabla anterior, además de la hegemonía del macho en la sociedad mexicana, es importante recalcar la importancia de la perspectiva de género, pero así mismo las problemáticas derivadas que no son solo exclusivas de las mujeres o niñas. También deben reconocerse las situaciones, así como los escenarios que experimenta la comunidad LGBTTTIQ+ (también conocidas como disidencias sexuales y genéricas; este término se usa en algunos sectores Latinoamericanos para nombrar tanto reivindicar a la politización de las identidades y prácticas culturales que cuestionan la hegemonía de la heterosexualidad).

Otro elemento importante a considerar, por si fuera poco, es la diferenciación entre sexo y género; además de la relación personal que se tiene con el cuerpo, la identidad (autopercepción)

hasta la forma en que esta se expresa, así como la forma de relacionarse con otros, es de esta manera como se ilustra en el diagrama siguiente:

Figura 03: Diagrama Sexogénérico



Imagen 3.0: Diagrama Sexogénérico. Fuente: Elaboración propia.

Por último se profundiza en la definición de *queer*:

Queer. 1. extraño, raro, excéntrico; de carácter cuestionable, dudoso, sospechoso; sin suerte, atolondrado, sentirse al borde del desmayo (*feel queer*), borracho, homosexual (especialmente en un hombre); in Q. Street (en dificultad, en deuda, de mala reputación). // 2. Homosexual. // 3. echar a perder, roto. (Concise Oxford English Dictionary, s.f.).

La palabra *queer* ha trascendido de su anglicismo ya que no hay un descriptivo que englobe en español a la comunidad LGBTTTIQ+, lo más cercano a su equivalente al español son marica o lencha, entre otros. El origen de esta palabra era un solo adjetivo para describir situaciones extrañas. Con el tiempo el término obtuvo una connotación peyorativa, sin embargo mantener

este término en inglés pretende conservar su significado de “raro”, “extraño”, “excéntrico”, ya que “queer pretende hacer referencia a todo aquello que se aparta de la norma sexual, esté o no articulado en figuras identitarias” (Córdoba, D., Sáez, J., & Vidarte, P., 2005).

Una alternativa propone el uso de la letra “e” o “x” en el lenguaje inclusivo como *todes o todxs* abarca hombres, mujeres, no binaries, trans, gays, lesbianas, travestis, asexuales incluso a aquellos que aún no se nombran. Hoy en día, surgen nuevas formas como maneras para nombrar a la comunidad LGBTTTIQ+, algunas con significados, cargas políticas, incluso otras meramente descriptivas. Sin importar la elección personal de cada quien para identificarse así como apropiarse de palabras (incluso llegar a inventar nuevas); el hecho de nombrarles es reconocer que existen, entonces si existen, tienen el mismo derecho a una vida digna así como libre de violencias que cualquier otra persona.

2.3 Calidad de vida

La calidad de vida se refiere “a la percepción de un individuo en su postura ante la vida en el contexto de la cultura y sistemas de valores en los cuales vive en relación a sus metas, expectativas, estándares así como preocupaciones” (OMS, 2012, <https://www.who.int/tools/whoqol>). A partir de esta definición se denominará calidad de vida al conjunto de cinco categorías importantes que los sujetos deberán reconocer como la prosperidad, la salud, la sociedad, el medio ambiente y una buena gobernanza, sin embargo, con fines de este proyecto, el énfasis será en el ámbito de la equidad e inclusión (salud y sociedad), tal como lo muestra el siguiente gráfico.

Figura 04. Pentágono de la Calidad de Vida



Imagen 4.0: Elaboración propia, contenido basado en Canada's Quality of Life Hub. Statistics Canada. <https://www160.statcan.gc.ca/index-eng.htm>

Otro elemento importante a considerar es la pirámide de Maslow (también conocida como jerarquía de las necesidades humanas). Conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos pueden desarrollar necesidades, así como deseos más elevados (Maslow, 1941). La comunidad LGBTTTIQ+, es una comunidad a la cual en algunas situaciones se le priva, incluso desde el primer nivel de la pirámide de Maslow, el fisiológico. Una educación sexual integral e incluyente podría favorecer a una sociedad que se relacione mejor entre sí. Al día de hoy, la comunidad LGBTTTIQ+ necesita seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización.

Figura 05. Pirámide de Maslow

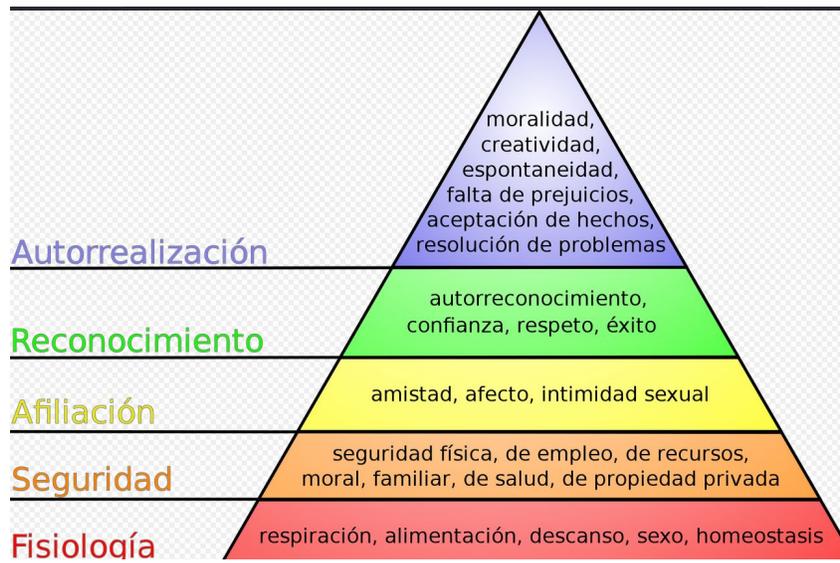


Imagen 5.0: Pirámide de Maslow. (Maslow,1943).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Procedimiento

Para la realización de este proyecto se aplicó el método iterativo de *Design Thinking (DT)*, el cual dispone de un conjunto de cinco etapas. Un proceso iterativo es aquel que, aunque está estructurado de manera lineal, regresa a los pasos y etapas anteriores para retroalimentar evaluando constantemente. El DT “es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios” (s.f., <https://www.designthinking.services/>).

Las diferentes etapas del Design Thinking manejadas en el presente proyecto son:

3.1.1 Empatizar

Esta etapa sirve para entender qué es verdaderamente relevante para el usuario. Es necesaria una profunda comprensión de las necesidades de las personas implicadas en la solución que se está desarrollando, así como de su contexto. Al hacer esto, es más fácil comprender e identificar aquello que puede aportarles valor y generar soluciones.

Con los sujetos de estudio de forma remota, se hicieron 6 **entrevistas (ubicar el número 1 en la figura 1) en un primer momento** a través de videollamadas por la plataforma Microsoft Teams, con el objetivo de conocer sus experiencias de vida, contexto sociocultural, características particulares de cada individuo y también sus ideologías. En general, los sujetos de estudio se mostraron abiertos como los deseosos de compartirse.

Así mismo, se realizó una **investigación secundaria (ubicar el número 2 en la figura 1)** a través de artículos en internet además de libros referentes a la temática LGBTTTIQ+ para comprender mejor la teoría referente al sexo y género y lograr un mayor entendimiento de los sujetos de estudio.

3.1.2 Definir

En esta etapa, se seleccionan e identifican problemas a partir de la información recabada durante la fase de empatía.

A partir de la información recopilada en las entrevistas, se analizaron y organizaron las respuestas de los entrevistados en diferentes categorías con una **Tabla de insights (ubicar el número 3 en la figura 1)**. También se realizó un **Journey Map (ubicar el número 4 en la figura 1)** para empatizar mejor con el proceso del sujeto de estudio. Este acercamiento permitió identificar coincidencias, características, así como retos que dieron pie a definir una problemática en común así como posibles soluciones permitiendo la continuación del estudio de caso.

3.1.3 Idear

Esta etapa tiene como objetivo generar una gran cantidad de posibles soluciones e ideas. Dejando a un lado prejuicios, se procura tener un amplio abanico de rutas para la resolución de la problemática.

Con esta finalidad, se realizó una **Matriz de User Persona (ubicar el número 5 en la figura 1)** para segmentar los distintos tipos de usuario. Un producto que pueda abordar en gran parte la carencia del desarrollo sexogenérico del usuario al que va dirigido el proyecto, así como un modelo de negocio a través del **Business Model Canvas (ubicar el número 6 en la figura 1)** para detectar la propuesta de valor y los distintos actores para organizar de manera visual la complejidad de este proyecto.

3.1.4 Prototipar

Esta etapa es donde las ideas se vuelven realidad. Construir prototipos (de baja, media o alta fidelidad) hace las ideas tangibles y ayuda a visualizar las posibles soluciones a la problemática. En este caso, se prototipó un producto que acerque información pertinente, accesible y llamativo a jóvenes LGBTTTIQ+. Se realizó un **prototipo de media fidelidad (ubicar el número 7 en la figura 1)** a través de la herramienta digital con un formato interactivo (no final) que diera la

idea/simulación de una “app” con contenido potencial de la misma, con contenido llamativo segmentado en historia, vocabulario, entre otros. Así mismo, se realizó un **manual impreso LGBTTTIQ+** (ubicar el número 8 en la figura 1) con información pertinente como diversa para un conocimiento básico de algunos temas referentes a la comunidad.

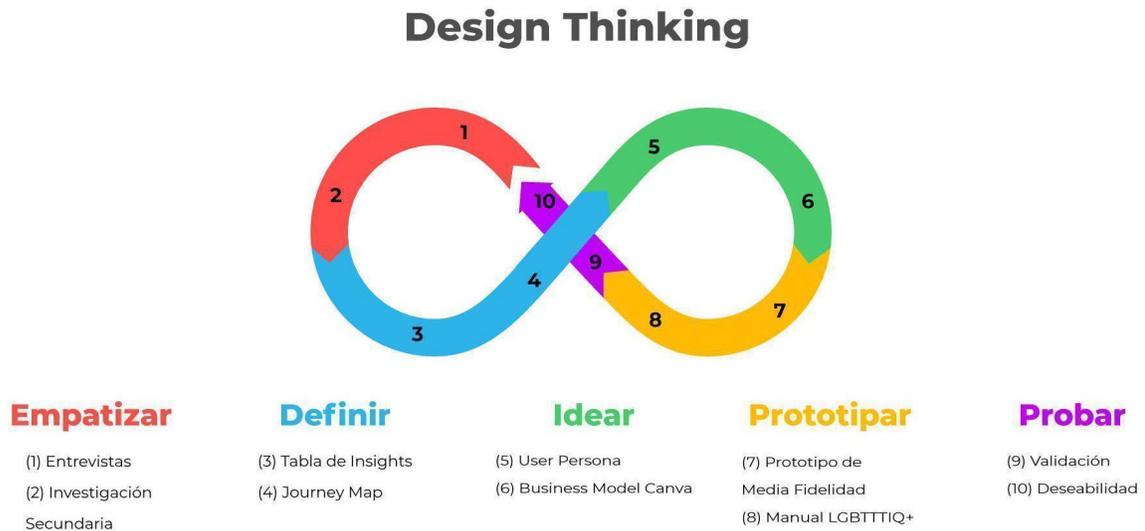
3.1.5 Probar

Durante esta fase, se prueba el o los prototipos con los usuarios implicados en la solución desarrollada. Sirve para la implantación del mismo y su validación. El prototipo puede ser exitoso o no.

Para **validar** (ubicar el número 9 en la figura 1) la propuesta se recopilaron las reacciones de los usuarios en la “app”, la navegación del usuario, los temas y apartados que fueran relevantes para ellos. Fue fundamental verles interactuar en la interfase. Con base en ello se midió el nivel de aceptación, **deseabilidad** (ubicar el número 10 en la figura 1), mejoras del producto.

La retroalimentación obtenida fue favorable en algunos aspectos, con áreas de oportunidad en otros, pero en general el proyecto llamó la atención pues existen pocas herramientas de esta índole para que atiendan problemáticas de la comunidad LGBTTTIQ+.

Figura 6. Esquema del proceso iterativo aplicado al presente estudio de caso.



Fuente: Elaboración propia

Los métodos de investigación cualitativa permiten desarrollar una profunda empatía hacia la gente para la que se diseña, cuestionar lo establecido o supuestos para así sugerir nuevas alternativas. También ayudan a descubrir las oportunidades como las barreras sociales, políticas, económicas y culturales. La importancia radica en la profundidad de la comprensión, no en qué tanto se abarca al respecto. Donde el énfasis se centra en la accesibilidad sobre la estética como en la economía. Diseño para *todes*.

De acuerdo con la Interaction Design Foundation (s.f., www.interaction-design.org), el diseño emocional es la creación de diseños que evoquen emociones que resultan en experiencias positivas para el usuario. Los diseñadores se enfocan para alcanzar a los usuarios en 3 niveles cognitivos, que Norman denomina como: visceral, de comportamiento y de reflexión. De esta forma los usuarios desarrollan asociando emociones positivas (e incluso a veces negativas) hacia un producto, marca, servicio, etc. En este caso, es fundamental hacer diseño centrado en el humano pero además en emociones, la comunidad necesita empatía, comprensión, ternura, entre otros que se visualiza posible a través del uso de herramientas tales como el storytelling, personajes identificables, así como un *look and feel* que llame la atención de la comunidad.

3.2 Población

La población estudiada para el desarrollo de esta investigación fueron jóvenes LGTBTTIQ+ de entre 18 y 30 años de diferentes partes de México, particularmente jóvenes y que vivieran su sexualidad y expresión de género libremente (lo que coloquialmente se conoce como *fuera del closet*) en ciudades.

Para segmentar el tipo de usuario se utilizó una matriz de arquetipos con el supuesto que define las características de algunos de ellos. Una matriz de arquetipo hace una hipótesis acerca de los usuarios clasificándolos de acuerdo a dos ejes de comportamiento como punto de partida de una investigación etnográfica. Para este proyecto, se categorizaron los ejes en fuera y dentro del clóset siendo dependientes económicamente de sus familias/padres o personas autónomas e independientes.

El *Apojado Amigable* describe al o la joven que depende económicamente de sus padres (que no tienen inconveniente con la sexualidad y expresión de género del o la persona, viven en la misma casa, cuenta con algún tipo de apoyo emocional de su parte viviendo libremente su sexualidad. El *Limitado Reservado* es aquel que no puede vivir libremente su sexualidad, reprimiéndola pues depende económicamente de sus padres (que pueden estar fuertemente en contra de la diversidad sexogenérica), vive con cierto miedo de ser excluido, rechazado y abandonado.

Por otro lado, El *Reservado Silencioso* es aquel o aquella que ha logrado una independencia económica, vive independiente en un lugar fuera de la casa de sus padres, pero no vive su sexualidad o expresa su género por temor a la opinión pública, trabajo, etc. Aún tiene problemas para aceptarse abiertamente. Por último, el o la *Rebelde Expresivo* es quién vive libremente su sexualidad y ha logrado dependencia económica, así como de hogar. Son capaces de expresar su género abiertamente sin restricciones independientemente de la opinión pública. En la figura 2 se ilustran los arquetipos antes descritos.

Figura 7. Matriz de arquetipos.



Fuente: Elaboración propia.

3.3 Muestra

Para el presente estudio de caso se hizo el acercamiento a jóvenes LGTBTTIQ+, pertenecientes a zonas urbanas de diferentes partes de México con una escolaridad media superior. Se eligieron personas con diferentes características y estilos de vida, por ejemplo el nivel socioeconómico, ideologías, filosofías de vida, edades, expresión de género y sexualidad con la intención de recabar amplias y diversas perspectivas.

En un primer momento, se llevaron a cabo 6 entrevistas a jóvenes LGTBTTIQ+ para entender mejor cómo es que descubrieron su sexualidad, entender mejor su contexto, si recibieron apoyo de su familia o no al hacer pública su identidad, si alguna ideología religiosa influyó en ello y cómo viven su vida actualmente.

El primer entrevistado **T**, fue un hombre universitario homosexual oaxaqueño de 21 años dependiente económicamente de su madre. La segunda entrevistada **R**, fue una chica poblana

bisexual universitaria de 22 años dependiente de sus padres, cuyas creencias y rituales religiosos son parte importante de su vida. Hay personas que no se identifican en el espectro binario hombre y mujer. Existen identidades que no están contempladas por la forma lingüística utilizada. Las personas *No Binarias*, se sienten excluidas lingüísticamente si se dirigen a ellas usando la “a”, o, la “o”, para identificarlas.

Por lo anterior se utilizó la letra “e” para respetar la identidad no binaria del siguiente caso. Una tercer entrevistada **F**, poblana, había concluido sus estudios de nivel medio superior y estaba en búsqueda de trabajo; se identificaba como trans no binarie de 18 años. La cuarta persona entrevistada **I**, de 30 años cuya expresión de género es femenina, se identifica como *queer* (previamente definido como anglismo para denominar otras formas de identificarse que no entran necesariamente en las categorías mencionadas) ateo hedonista. Desempleado, pero mantenido por su pareja (un hombre heterosexual de 45 años) de la Ciudad de México y por último se entrevistó a **K**, un profesionista diseñador homosexual de 29 años con una expresión de género andrógina viviendo independiente (fuera de la casa de sus padres) en Querétaro.

En el siguiente apartado se describirán las herramientas empleadas en cada etapa del proceso de investigación y análisis de datos para el presente estudio de caso.

3.4 Instrumentación

Debido al enfoque cualitativo de esta investigación, se utilizaron diferentes herramientas etnográficas para conocer mejor las experiencias de vida y contexto de la población previamente mencionada. Para este proyecto, se trabajaron las diferentes etapas del Design Thinking (referenciadas en el apartado de procedimiento: empatizar, definir, idear, prototipar y probar) en diferentes momentos. A continuación se describen las herramientas clave que se utilizaron para una mejor comprensión del tema.

3.4.1 Primer acercamiento

Lo primero que detonó el proyecto fueron conversaciones casuales con estudiantes universitarios de la comunidad LGBTTTIQ+. Compartían experiencias específicas de su vivencia en la

universidad como personas que se identifican fuera de la heterosexualidad. Este diálogo y revelación de experiencias (algunas únicas y otras comunes) condujeron al autor de este trabajo a investigar en textos, artículos, libros de teoría homosexual como de sexualidad en general, así como de religión (un punto común que revelaron las conversaciones).

3.4.2 Entrevistas guiadas

Es así, cómo se seleccionaron 6 personas con ciertas características sociales, de género y sexualidad para una entrevista del tipo individual guiada a profundidad (cada una con una duración aproximada de 45 minutos o más). Para respetar las identidades de las personas entrevistadas se utilizó la letra x. Las preguntas a realizar fueron las siguientes:

1. ¿Quién eres? ¿Qué estudias?
2. ¿Cómo te identificas en el amplio espectro LGBTTIQ+?
3. ¿Cómo te diste cuenta que eres queer?
4. ¿Eres abiertamente lgbt?
5. ¿Tu familia sabe?
6. ¿Cuál fue su reacción? ¿Cómo te sentiste?
7. ¿Sientes que tienes su apoyo?
8. ¿Eso de alguna forma ha afectado tus estudios?
9. ¿Qué te gustaría que fuera diferente?
10. ¿Te has acercado a otrxs compañerxs de la diversidad sexual?
11. ¿Cómo te sientes en estos espacios?
12. ¿Crees que hay suficiente apoyo en la universidad referente a temas de diversidad sexual y de género?
13. ¿Te sientes incluidx, segurx en la universidad?
14. ¿Con tus amigxs?
15. ¿Quiénes te han apoyado en este descubrirte? ¿Sientes que algo falta?
16. ¿El lenguaje inclusivo ayuda?
17. ¿Profesas alguna religión? ¿Cuál?
18. ¿Cuánto tiempo llevas siendo religioso?
19. ¿Por qué prácticas esa religión?
20. ¿Qué importancia tiene para ti ejercer dicha religión?
21. ¿Alguna vez dudaste de tus creencias? ¿Por qué?
22. ¿En tu casa es importante la religión?
23. ¿Quién era/es la persona más religiosa en tu círculo familiar?
24. ¿Qué espacios conoces/frecuentas para ejercerla?
25. ¿Vas a misa?
26. ¿Algún ritual religioso que te guste/llame la atención? ¿Por qué?

- 27. Bajo este contexto ¿Te has sentido discriminadx por tus preferencias sexuales?
- 28. ¿Cuál es tu relación con las otras personas respecto a tus creencias?
- 29. ¿Cuál crees que es el propósito en esta vida?

Sin embargo, dependiendo de las experiencias e información revelada se hicieron nuevas preguntas si había oportunidad. Las personas entrevistadas se mostraron deseosas de compartir sus experiencias, entusiasmadas de tener un espacio para hablar de ello. Algunos se extendieron sin que se les dijera o preguntaran cosas, revelando experiencias de vida sin importar lo dolorosas o incómodas que fueran, así como otras historias muy positivas y momentos que les definieron como personas.

3.4.3 Categorías

Para sistematizar la información recabada en las entrevistas, se analizaron las respuestas en una tabla de categorías. Esta herramienta sirve para clasificar el contenido o ideas centrales, en este caso de las entrevistas, mediante un término o expresión breve. Se organizó la información revelada en 5 temas, **espiritualidad, amistades, familia, expresión de género y referencias culturales/historicas LGBTTIQ+**. Las personas retratadas en la siguiente imagen dieron autorización para usar sus fotos a excepción de la que esta marcada en negro.

Figura 08. Tabla de Categorías

	Espiritualidad	Amistades	Familia	Expresión de Género	Referencias/historia LGBT
 <p>13/09/21 Entrevistado 1 20:45 hrs Lesbiana / 48 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Católica - Practicante activa - Ama a Dios - Realiza charlas religiosas al almorzar a Dios - Asiste al misa - Asiste a misa - Practica la palabra de Dios a través de acciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Amistades en su mayoría heterosexual - No conoce más lesbianas - Encuentra dificultad en acercarse a personas de la comunidad - Dificultad en apertura mostrarse a sí misma 	<ul style="list-style-type: none"> - Salí del closet ya grande - Su sexualidad no es un tema que se ponga en la mesa - Le han mostrado apoyo aunque distante - Hay cercanía y apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> - Se viste de forma "masculina" - Su color favorito es el azul - No le gusta el maquillaje - Prefiere la comodidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Desconoce la historia LGTB - No conoce o ablica a personas o referentes - No sabe por donde buscar o encontrar espacios - Le gustaría aprender
 <p>10/09/21 Entrevistado 2 15:20 hrs "Homosexual" / 29 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tuvo acercamiento a la iglesia y a Dios para "cambiar" - Fue abusado sexualmente por un sacerdote - Cree en Dios pero dejó de creer en la iglesia - No asiste a misa 	<ul style="list-style-type: none"> - Amistades gay hegemónicas - Amistades heterosexuales - Hay "gays y homosexuales" - Busca relacionarse con personas sin importar su sexualidad / género 	<ul style="list-style-type: none"> - Madre soltera, conservadora y religiosa, va a misa - Rechaza la homosexualidad - Las temas necesarias y no se discute - No hay acercamiento entre ambos - El entrevistado no se siente cercano a su familia, prefiere la convivencia con otros personas 	<ul style="list-style-type: none"> - Se viste de forma "masculina" - Le gusta experimentar con su género pero se asume como hombre homosexual (los gays son algo diferentes) - Prefiere la comodidad y la masculinidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Desconoce la historia LGTB - No conoce o ablica a personas o referentes - No sabe por donde buscar o encontrar espacios - Se informó de temas por páginas de temática de masoquismo y zoots - Le gustaría aprender
 <p>11/09/21 Entrevistado 3 17:55 hrs Género Fluido Gay / 29 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Repulción por rituales religiosos - No cree en la iglesia - Rechaza a grupos e ideas espirituales - Vive y dejó vivir 	<ul style="list-style-type: none"> - Amistades en su mayoría LGTB - Busca relacionarse con personas más LGTB que Heterosexuales y que entiendan la fluidez del género - Se conecta con otros por redes sociales y salidas a bares 	<ul style="list-style-type: none"> - Padres separados - Madre conservadora y religiosa, va a misa - Madre culpabiliza constantemente las acciones del entrevistado y se distancia - La relación entre ambos es mala - El entrevistado prefiere no sacar el tema para evitar más rechazo y violencia - No se siente cercano a su familia y prefiere la convivencia con otras personas 	<ul style="list-style-type: none"> - Expresión de género fluida - A veces más masculino a veces más femenino, a veces en medio - Vestimenta que exprese su sentir - No se deja llevar por el que diran 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce un poco de sucesos LGTB, sin embargo desconoce la historia en México - Se ha informado por internet - Le gustaría aprender más
 <p>14/09/21 Entrevistado 4 16:40 hrs Mujer trans no binaria / 18 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ateísta - Apreciación de figuras religiosas - Creado sin religión - Aunque no opine - La virgen de guadalupe es una figura importante y de empoderamiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Amistades lgbt digitales - Asiste y convive en espacios LGTB - Se conecta con otros por internet y redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Madre soltera - Hermana y cuñada queer - Tiene relación entre heras - El tema no es algo casual / se aceptan tal cual - El entrevistado se siente en confianza para compartir con su madre - Buena su familia - Familia que no practica el catolicismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Expresión de género fluida - la expresión es política - Maquillaje - Le gusta moda y resuelve con recursos limitados - Ha considerado hormonarse 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce momentos clave de la comunidad LGTB - Conocimiento básico de historia LGTB en México - Primeros referentes LGTB, influencers y youtubers - Se ha informado por internet y asiste a acciones de resque públicas - Le gustaría aprender más
 <p>11/09/21 Entrevistado 5 16:40 hrs Queer / 31 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ateísta - Sin bautizar - Edemista - Apreciación hacia lo ocultista, místico y esotérico 	<ul style="list-style-type: none"> - Amistades lgbt, sin embargo no se siente parte de la comunidad y no le interesa formar parte - Edemista - Se relaciona con personas sin importar su sexualidad / género 	<ul style="list-style-type: none"> - Padres separados - No fue que salió del closet - Se le enseñó sobreidentidad - La familia contacta con amistades LGTB sea invitada - La familia no es un tema que lo comode - Familia no religiosa 	<ul style="list-style-type: none"> - Expresión de género femenina - Usualmente le tratan de señorita - La ropa es una forma de expresión - La gusta usar ropa aunque sea incómoda - Le gusta verse bien y a la moda - Maquillaje - No se hormona 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce sucesos clave de la comunidad LGTB americana - Reconoce gran parte de iconos LGTB americanos - Desconoce por la historia mexicana - No le interesa la comunidad o conocer más

Fuente: Elaboración propia.

3.4.4 Value Proposition Canvas

Traducido al español como Articulación de la Propuesta de Valor, es una plantilla diseñada para alinear las necesidades de un conjunto de usuarios con las características de los productos y servicios que se le ofrecerá. Usualmente se utiliza en procesos de innovación al igual que de diseño. Con esta herramienta aunado a una perspectiva más global de las experiencias aunado a los contextos de las personas se pudieron reconocer las necesidades dirigiéndose a las posibles soluciones que alivien esos dolores.

Figura 09. Value Proposition Canvas

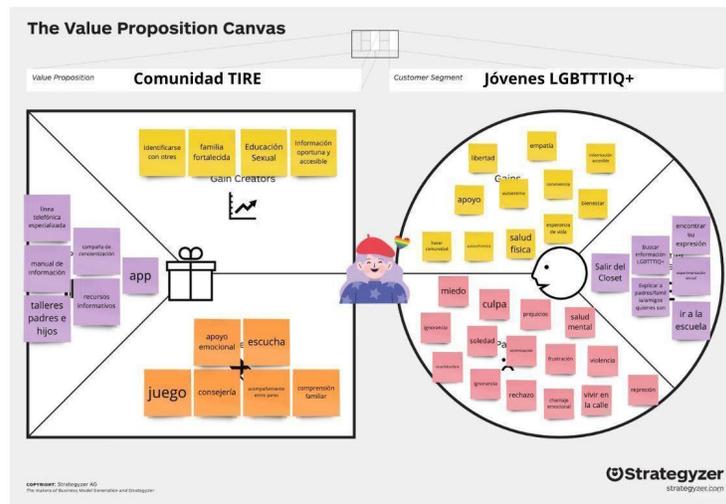


Imagen: Elaboración propia

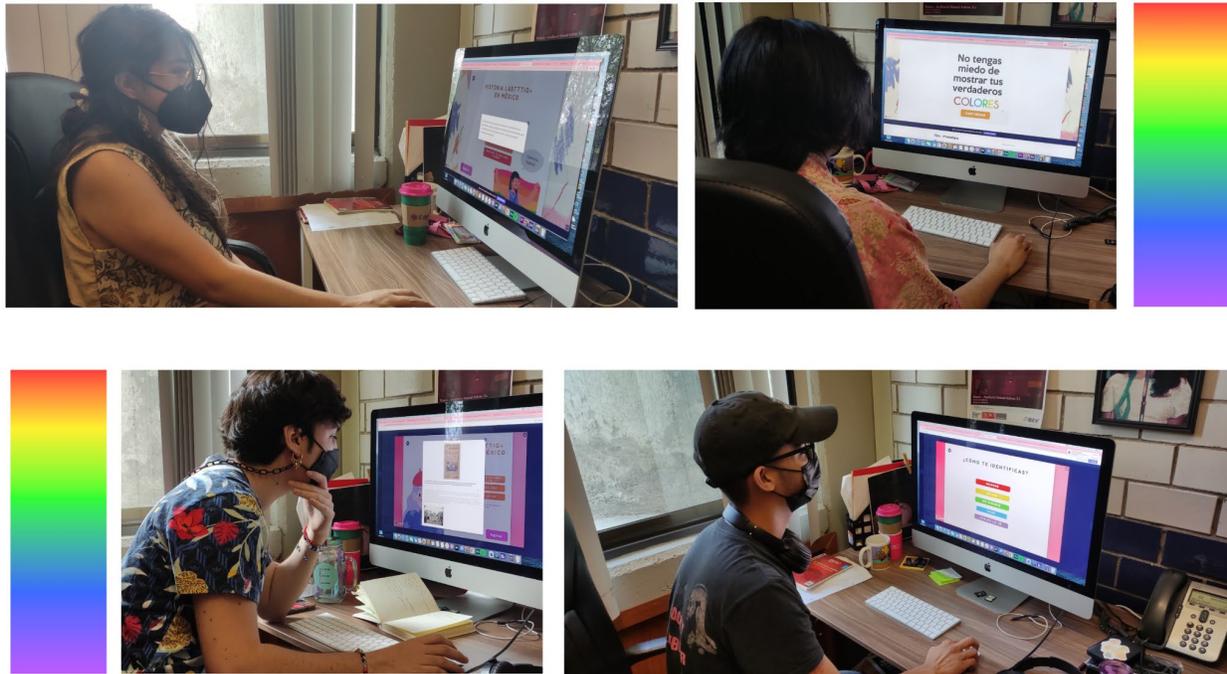
3.4.5 Prototipo de Media Fidelidad

Teniendo en cuenta la articulación de la propuesta de valor mencionada en el apartado anterior así como la necesidad de probar así como validar en un primer momento una propuesta innovadora, se realizó un prototipo de Media Fidelidad, que consistía en una presentación con elementos interactivos para navegar diferentes apartados con contenido informativo. El prototipo

estaba dividido en 5 secciones. **Diccionario LGTTTTIQ+, Historia, Organizaciones, Noticias y Preguntas Frecuentes**. Se puso a prueba individualmente con 5 personas de la comunidad LGTTTTIQ+, 1 hombre homosexual, 1 lesbiana, 1 mujer bisexual, 1 persona no binaria y 1 mujer heterosexual.

Las personas que participaron mostraron un gran interés navegando la “app” dando retroalimentación, así como comentarios al finalizar la prueba. Compartir experiencias, leer a otros, identificarse con alguien, tener referencias y conocer más de la historia de la comunidad son algunos de los comentarios compartidos.

Figura 10. Usuarios probando Prototipo



Fuente: Elaboración propia

3.4.6 Validación y Deseabilidad

En un segundo momento, se realizó un Producto Mínimo Viable (en adelante abreviado como MVP) que es una versión mínima de un producto nuevo que incluye las características básicas

para satisfacer las necesidades de los clientes con la intención de mejorar y validar rápidamente si el producto es deseable reduciendo el nivel de riesgo al lanzarlo oficialmente. Se diseñó un manual LGBTTTIQ+ con información básica, referentes LGBTTTIQ+ de la cultura en general, artistas, artículos, glosario, películas, actividades para dibujar, contactos de asociaciones LGBTTTIQ+ u organizaciones para denunciar discriminación, entre otros. Se buscó hacer un diseño llamativo, colorido, juvenil.

Tanto el diseño del manual como el contenido llamó la atención de los participantes, e incluso algunos mostraron sorpresa y emoción al descubrir el contenido. Algunos de los comentarios compartidos fueron “ojalá hubiera tenido uno de estos” “Me hubiera hecho más fácil salir del closet” “Se lo regalaría a mi mamá”. Se vendieron 10 (\$60 pesos mexicanos por manual) a un psicólogo.

Figura 11. Fotos del manual y pruebas



Fuente: Elaboración propia

3.5 Análisis

El punto de partida de este proyecto fue la forma en que la comunidad LGBTTTIQ+ se relacionaba con la religión y Dios. Si creían o por qué no creían y si eso les impedía o afectaba en su vida. Avanzando en la investigación, se comprendió la complejidad de la dimensión espiritual y religiosa. ¿Crear o no es un problema? ¿Se debe ejercer una religión? ¿Qué diferencias hay entre la espiritualidad y la religión? ¿Se puede mejorar la vida de las personas con rituales religiosos? Fueron algunas de las dudas que surgieron al analizar las respuestas de

las entrevistas. No fue hasta que se elaboró la articulación de la propuesta de valor (**ver figura 5**) que se reveló que había más dimensiones que tomar en cuenta, no solo la religiosa. Esta era solo una pequeña parte de la problemática, pero no el eje principal.

El enfoque cambió y es gracias a analizar las necesidades de los sujetos que ahora el presente proyecto se centró en la parte educativa en vez de la religiosa para abarcar más aspectos. Cómo se dice coloquialmente “atacar el problema de raíz”. ¿Cómo se educa la comunidad LGBTTTIQ+ respecto a temas de sexualidad e identidad? ¿Cómo otras personas fuera de este contexto aprenden de las diversidades? ¿Porque el sexo aún es un tema delicado para ciertos grupos de personas? Pero la más importante ¿Cómo se puede ayudar a los jóvenes que apenas se están descubriendo? ¿Cómo pueden identificarse o conocerse de una manera sana, accesible e incluso divertida?

Parte de los hallazgos es que la comunidad busca por su propia cuenta la información necesaria, fuera de sus casas, muchas veces en otros idiomas, de muchos lados para poder ponerle un nombre a eso, saber qué son o resolver dudas respecto a la identidad, género y sexualidad. Gay, Lesbiana, Bisexual, Trans, Travesti, Intersexual, No binarie, no importa la palabra, es necesario que la persona sepa que está bien ser diferente, sin denostar o minimizar su persona.

Todas las personas LGBTTTIQ+ que participaron en este proceso se mostraron deseosas de aportar, aunque fuera un poco, parte de sus experiencias de vida, ideologías, ideas, retroalimentación. Se mostraron emocionadas de compartirse y saber más del tema. No hay muchos materiales de este tipo para la comunidad.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Dentro de este capítulo se describe la problemática que da origen al proyecto, así como el proceso de creación de la propuesta para una resolución innovadora a partir de los supuestos que se exponen en el apartado de instrumentación y análisis.

4.1 Definición del Problema

La falta de información accesible y confiable puede poner en situaciones vulnerables a la comunidad LGBTTTIQ+, particularmente la más joven, así como ser un gran desmotivador para que puedan vivir su identidad como su sexualidad libremente. Muchas veces buscan esta información solos en el internet para encontrar un poco de información respecto al género como también aspectos sobre la sexualidad con la finalidad de identificarse con algo o alguien.

Los riesgos son muchos, desde el uso de páginas o foros con imágenes y lenguaje no aptas para menores de edad, *grooming* (práctica que realiza un adulto en internet con el fin de acercarse a un menor de edad para ganarse su confianza, creando una conexión emocional, así aprovecharse sexualmente en un futuro de él (s.f., <https://edu.gcfglobal.org>)), desinformación por parte de grupos conservadores, *bullying* o memes por parte de desconocidos en internet, por mencionar algunos.

De aquí nace la necesidad de crear un espacio seguro en donde la comunidad LGBTTTIQ+ pueda buscar información para relacionarse de una manera sana, amigable y confiable. Básicamente educación sexual integral con un poco más con lenguaje sencillo, accesible como divertido que responda las inquietudes, además de las dudas más comunes de la comunidad LGBTTTIQ+ (incluso personas cercanas a los usuarios, como amistades o familiares, que quieran saber más y puedan entenderles mejor).

La necesidad de informarse tiene un fuerte peso para la comunidad, no solamente para identificarse y conocerse mejor, pero para tener conocimiento de qué tipos de asociaciones existen para denunciar discriminación, grupos de acompañamiento, clínicas de detección de enfermedades de transmisión sexual (ETS), políticas públicas a favor de una vida libre de violencias, etc. para evitar abusos, violaciones a derechos humanos, discriminación, entre otros.

Es así, que con las herramientas del Design Thinking aplicadas desde el diseño estratégico e innovación se generaron desde este trabajo, posibles soluciones. En el apartado de instrumentación se utilizaron algunas herramientas de investigación que ayudaron a tener información y perspectivas suficientes para desarrollar los prototipos que se describen a continuación.

4.2 Investigación

Se desarrolló la propuesta de valor del presente proyecto (previamente mencionada en el apartado de instrumentación) para posteriormente analizar las respuestas de los sujetos entrevistados. Dicha propuesta resultó en el supuesto de que tener una guía básica con información centralizada, accesible, amigable y de forma divertida podría ayudar a la comunidad LGBTTTIQ+, particularmente la más joven, a evitar situaciones de riesgo al momento de buscar la información o de no tener la información adecuada para enfrentarse a situaciones discriminatorias, de salud, etc.

Figura 12. Pantalla de TIRE APP



Fuente: Elaboración propia.

Es así como nace TIRE, una guía básica interactiva para la comunidad LGBTTTIQ+ en forma de app. El nombre de TIRE viene de Tiresias (personaje de la mitología griega con vivencia transexual, nacido hombre pero transformado en mujer por Hera, esposa de Zeus). En un primer momento, se elaboró un prototipo de media fidelidad a través de una presentación con botones interactivos, que se componía de varias pantallas, preguntando al usuario con que opciones se identificaba, si sentía alguna atracción particular hacía un género o no. Se daba la introducción a un personaje llamado TIRE (con la intención de que el usuario lo personalizara a su gusto como preferencia, aunque la función no estuviera programada todavía). En ese momento el personaje tenía un aspecto y género predeterminado, pero su propósito era guiarles en esta plataforma.

Figura 13. Pantalla de TIRE APP



Imagen: Elaboración propia.

El prototipo mostraba 6 apartados con información. Estos eran:

Preguntas Frecuentes: Preguntas y dudas más frecuentes que se buscan usualmente al momento de *salir del closet*, aclaración de rumores y mitos, etc.

Historia: Algunos sucesos históricos clave de la comunidad LGBTTTIQ+ en México, así como personajes y sucesos relevantes de diferentes épocas como El Baile de los 41, Nancy Cárdenas, la primera marcha gay en México, entre otros.

Recursos: Redes sociales, contenido digital y creadores de contenido que publican y comparten historias, información, experiencias, etc.

Organizaciones: Un listado de organizaciones, con su respectivo contacto, de la sociedad civil, albergues que acompañan a chicos, chicas y chiques e incluso instituciones que se dedican a prevenir y denunciar la discriminación.

Diccionario LGBT: Un glosario de palabras y términos específicos o que se usan muy comúnmente dentro de la comunidad.

Comparte: Apartado para compartir experiencias y vivencias con otros miembros de la comunidad que tengan la app (este apartado no estaba habilitado al momento de hacer las validaciones).

Aunque no es un apartado como tal, en la parte inferior se mostraba un número de línea de emergencia de atención psicológica, en caso de que el usuario tuviera algún tipo de crisis.

Figura 14. Pantalla de TIRE APP



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 14. Pantalla de TIRE APP



Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Pantalla de TIRE APP



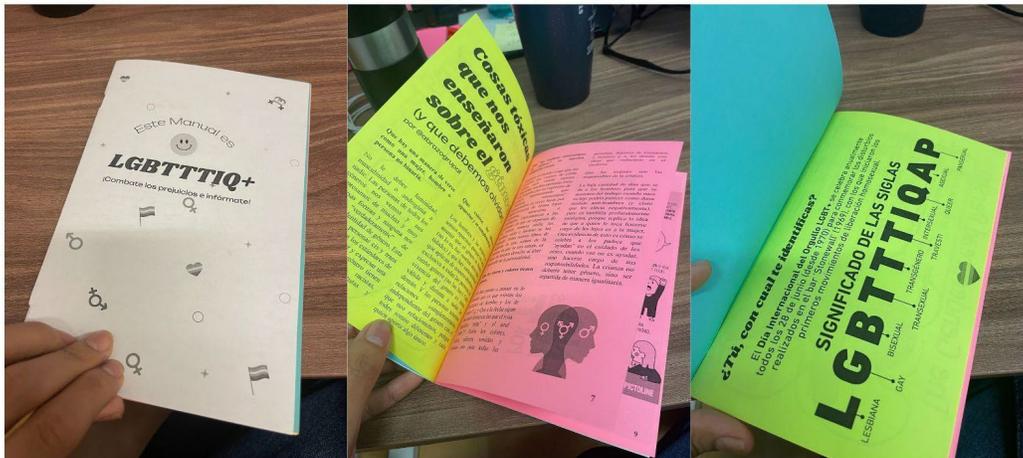
Fuente: Elaboración propia

La prueba de este prototipo se limitó a un ambiente universitario en la ciudad de Puebla. Se probó con 12 jóvenes universitarios de 18 a 25 años, 8 pertenecientes a la comunidad LGBTTTIQ+ y 4 heterosexuales. El experimento tuvo una recepción positiva en cuanto a la idea y apartados, mostrando emoción como felicidad de tener una herramienta enfocada a la comunidad, los que no pertenecían a ella mostraron interés en querer aprender más. A través de la observación, se relevó la forma en que los usuarios navegaron el prototipo, sus dificultades al igual que las áreas de oportunidad. Un punto importante a resaltar de esta etapa, es que el prototipo necesitaba un involucramiento más lúdico por parte de la app con sus usuarios, así como lograr una conexión entre usuarios que favoreciera una comunidad digital.

En un segundo momento, para probar la deseabilidad del presente proyecto, se diseñó, imprimió además se vendió un manual LGBTTTIQ+ en hojas de color con un costo de \$60 MXN (el concepto muy parecido a la app pero ahora en físico) con información básica pertinente para la comunidad, por ejemplo, artículos informativos del lenguaje inclusivo, películas con temática LGBTTTIQ+, personajes que inciden o incidieron en la sociedad mexicana, actividades para dibujar o intervenir el manual, arte de artistas *queer*, entre otros. De igual manera, tuvo una buena recepción por parte de los usuarios. Algunos entrevistados resaltaron la necesidad de este tipo de recurso para ellos mismos y conocidos.

Se vendieron 10 manuales a un psicólogo de la ciudad de Puebla. Esta venta permitió ver la posibilidad de escalar el proyecto a otros sectores que no se tenían en cuenta como el educativo (este tipo de recurso podría ser útil a profesores) y psicológico para un acompañamiento más incluyente con pacientes, etc.

Figura 16. Prototipo Manual LGBTTTIQ+



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Evidencia de validación del prototipo



Fuente: Elaboración propia.

Gracias a estos dos prototipos y validaciones, TIRE dejó de ser solamente una aplicación y se reveló la posibilidad de crear un sistema más complejo que ofreciera productos (app, manual, stickers, bolsas, calendarios, etc.), servicios (talleres, conferencias, capacitaciones, etc.) y experiencias (actividades recreativas, acompañamiento entre pares, tarde de juegos, etc.).

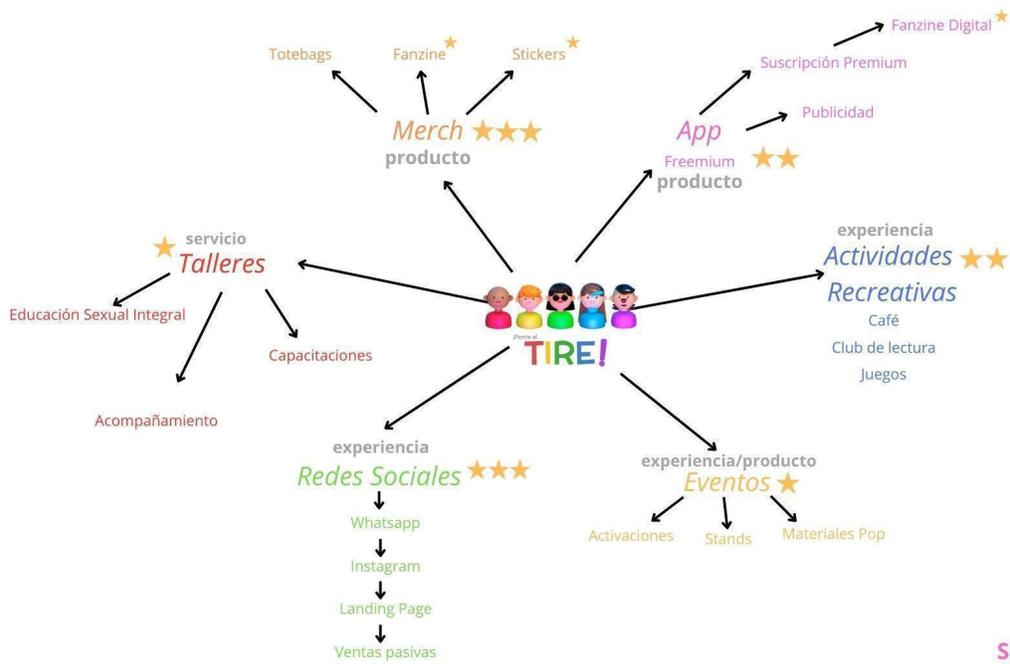
El propósito principal de este proyecto es ofrecer educación sexual integral incluyente para todos. Gracias a las validaciones mencionadas en los apartados anteriores y con todo lo previo trabajado, TIRE se convirtió en *¡Ponte al TIRE!* (un juego de palabras de la frase popular “¡Ponte al tiro!” que hace referencia a “estar alerta de algo” o “no te distraigas”, pero haciendo uso del lenguaje inclusivo donde se utiliza la letra “e” o “x”) y el lema: *Combate los prejuicios e infórmate.*

Figura 18. Nueva propuesta de imagen ¡Ponte al TIRE!



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19. Mapa de Sistema de Oferta de ¡Ponte al TIRE!



Fuente: Elaboración propia

Es así como TIRE terminó siendo todo un sistema que ofrece no solo una aplicación a la comunidad LGBTTTIQ+, pero también experiencias, servicios y demás productos. El enfoque de este proyecto es la educación sexual y respeto a los derechos humanos para una cultura de paz, no solo para personas de la diversidad sexogenérica.

La evolución de este proyecto condujo a formar una estructura organizacional con un enfoque empresarial, deja de ser solamente una aplicación (TIRE) y pasa a ser un sistema de oferta con el nombre de *¡Ponte al TIRE!* Este sistema se desarrolla en los siguientes apartados y está organizada de la siguiente manera.

4.2.1 Visión

Ser una Asociación Civil reconocida a nivel nacional e internacional y lograr una diferencia positiva a favor del bienestar de la comunidad LGBTTTIQ+, contribuyendo con la integración de una comunidad más justa e incluyente.

4.2.2 Misión

Brindar información y recursos accesibles y veraces a los jóvenes de la comunidad LGBTTTIQ+

4.2.3 Valores

- Inclusión
- Tolerancia
- Educación
- Empatía
- Respeto

4.2.4 Filosofía

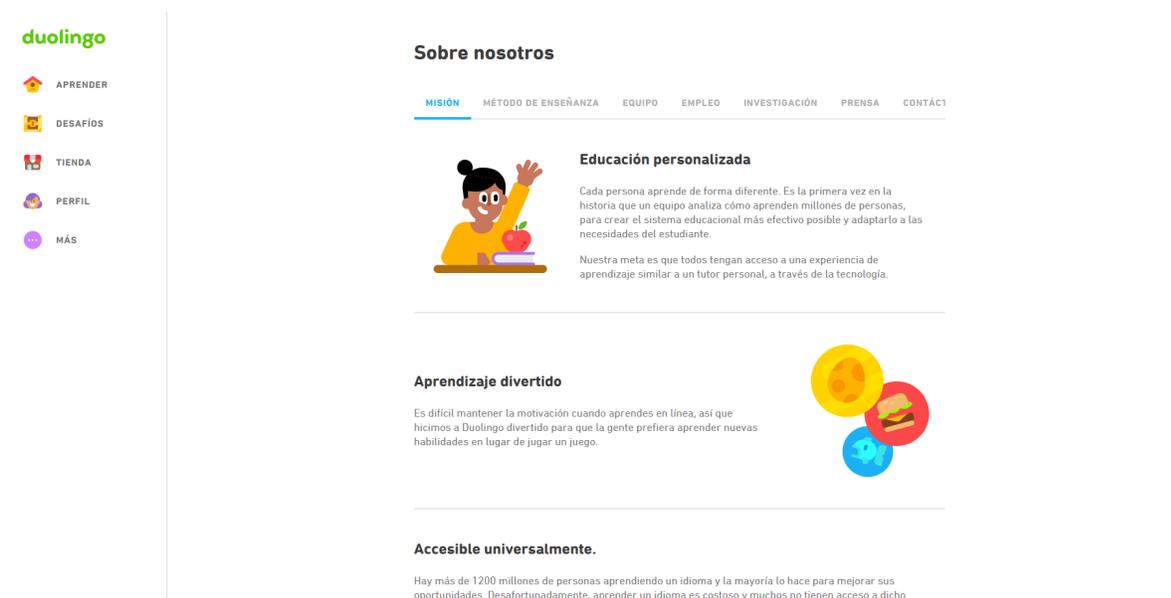
Todos los derechos y oportunidades, para todas las personas

4.3 Casos Análogos

No existe este tipo de aplicación o sistema educativo para la comunidad LGBTTTTIQ+. Las aplicaciones enfocadas a la comunidad son, en su mayoría, de citas y encuentros casuales. Sin embargo. Existen algunas aplicaciones o plataformas que se parecen en la forma que enseñan o acompañan al usuario para su desarrollo como el aprendizaje personal. Una forma lúdica de aprender.

4.3.1 Duolingo

Figura 20. Sitio web de Duolingo



Sobre nosotros

[MISIÓN](#) [MÉTODO DE ENSEÑANZA](#) [EQUIPO](#) [EMPLEO](#) [INVESTIGACIÓN](#) [PRENSA](#) [CONTACTO](#)

Educación personalizada

Cada persona aprende de forma diferente. Es la primera vez en la historia que un equipo analiza cómo aprenden millones de personas, para crear el sistema educacional más efectivo posible y adaptarlo a las necesidades del estudiante.

Nuestra meta es que todos tengan acceso a una experiencia de aprendizaje similar a un tutor personal, a través de la tecnología.

Aprendizaje divertido

Es difícil mantener la motivación cuando aprendes en línea, así que hicimos a Duolingo divertido para que la gente prefiera aprender nuevas habilidades en lugar de jugar un juego.

Accesible universalmente.

Hay más de 1200 millones de personas aprendiendo un idioma y la mayoría lo hace para mejorar sus oportunidades. Desafortunadamente, aprender un idioma es costoso y muchos no tienen acceso a dicho

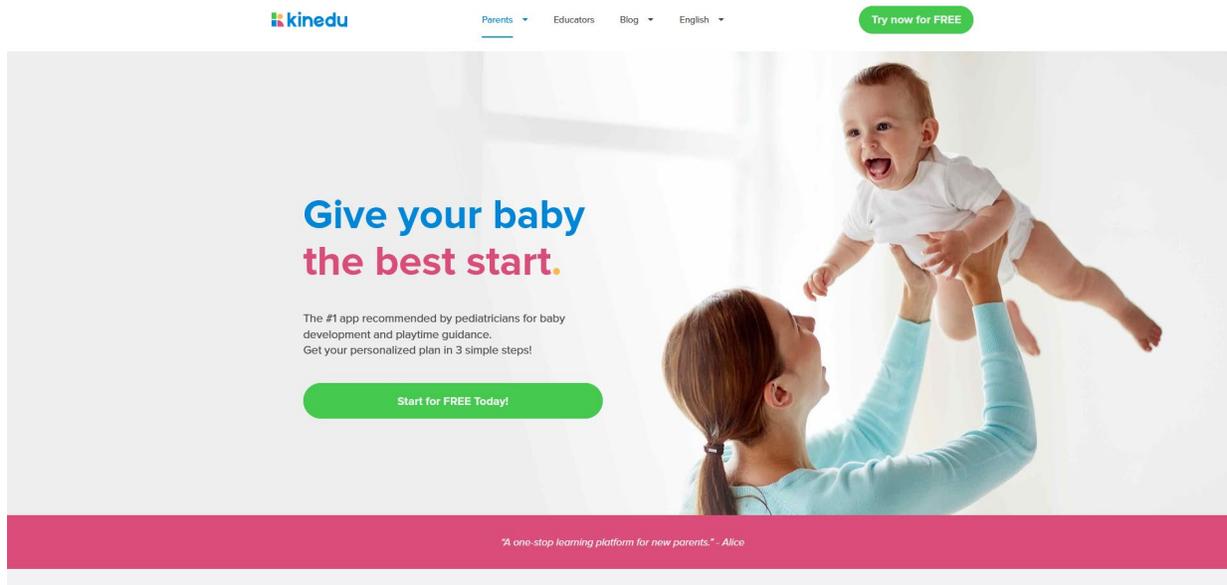
Fuente: Duolingo, 2023, <https://www.duolingo.com/info>

Duolingo es una aplicación (al día de hoy una de las más populares) para aprender idiomas. Esta plataforma ofrece educación gratuita, divertida y accesible para todos. Utiliza la metodología de gamificación al ganar puntos cuando se concluyen lecciones, se desbloquean nuevos niveles a medida de que el usuario avanza en su aprendizaje, desarrollando habilidades nuevas.

“Nuestra meta es que todos tengan acceso a una experiencia de aprendizaje similar a un tutor personal, a través de la tecnología.” (Duolingo, s.f., <https://www.duolingo.com/info>). Cuenta con una membresía gratuita, pero con la opción de una membresía premium de \$149 MXN al mes que da acceso a más herramientas, acompañamiento más puntual y desbloquear contenido que la versión gratuita no ofrece.

4.3.2 Kinedu

Figura 21. Sitio web de Kinedu



Fuente: Kinedu, 2023, <https://app.kinedu.com/>

Kinedu ofrece juegos y actividades de estimulación para el desarrollo de bebés. En su página, presumen que cuentan con más de 1,800 actividades de estimulación temprana además de juegos para el desarrollo del bebé, así como 300+ clases de crianza, así como cientos de artículos sobre el desarrollo del bebé aunado a otros temas de interés.

“Más de 1,800 videos de actividades de estimulación oportuna y juego para fomentar el desarrollo de tu bebé, así como los juguetes ideales para cada juego” (Kinedu, s.f., <https://app-es.kinedu.com/>).

- Juego para el desarrollo del bebé
- Biblioteca de contenido

- Acompañamiento de expertos
- Vinculación con otros padres y familiares para un desarrollo en conjunto.

Es una aplicación gratuita con opción de membresía premium (que te permite tener más opciones, herramientas y demás) con un costo de US\$7 al mes.

4.3 Planeación

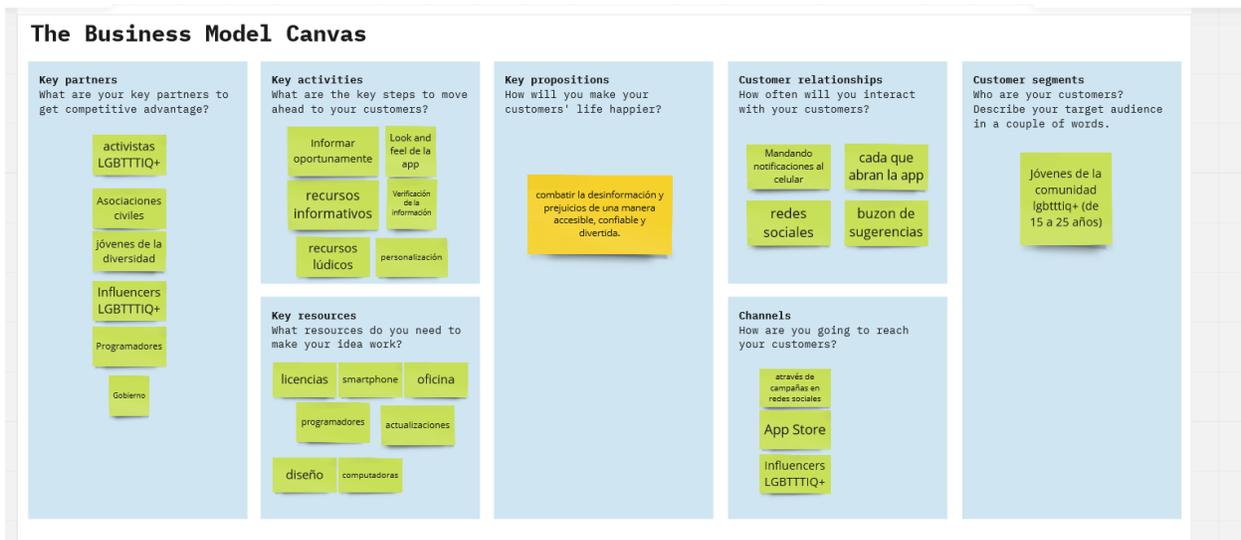
A partir de lo investigado se hizo una primera propuesta en forma de app, pero conforme la investigación así como las validaciones avanzaban, se reveló que el presente proyecto no podía quedarse solamente en eso, las herramientas utilizadas dieron pie a ver más allá de una simple app. Como resultado final se propone el sistema de oferta *¡Ponte al TIRE!* (ver figura 19). Un sistema que ofrece servicios, productos y experiencias de aprendizaje lúdico (en este primer momento de temas relacionados con la diversidad sexogenérica) con posibilidades de abarcar más temas.

En este apartado se desarrolla más a profundidad la estrategia y planeación de una proyección (desde el supuesto previamente señalado en el apartado de investigación) de los recursos necesarios que son el esqueleto para la creación como del mantenimiento del presente proyecto.

4.3.1 Recursos

El Business Model Canvas (conocido en español como Modelo Canvas) es un modelo que se compone de varios bloques que muestran la lógica de cómo una compañía, empresa o proyecto tiene la intención de entregar valor para generar ganancias monetarias. Si bien, este proyecto tiene la intención de aliviar dolores de una población también persigue lograr un impacto social; debe ser factible, deseable, además de viable. Este modelo es la herramienta base para puntualizar los recursos necesarios para el modelo de negocios.

Figura. 22 Business Model Canvas



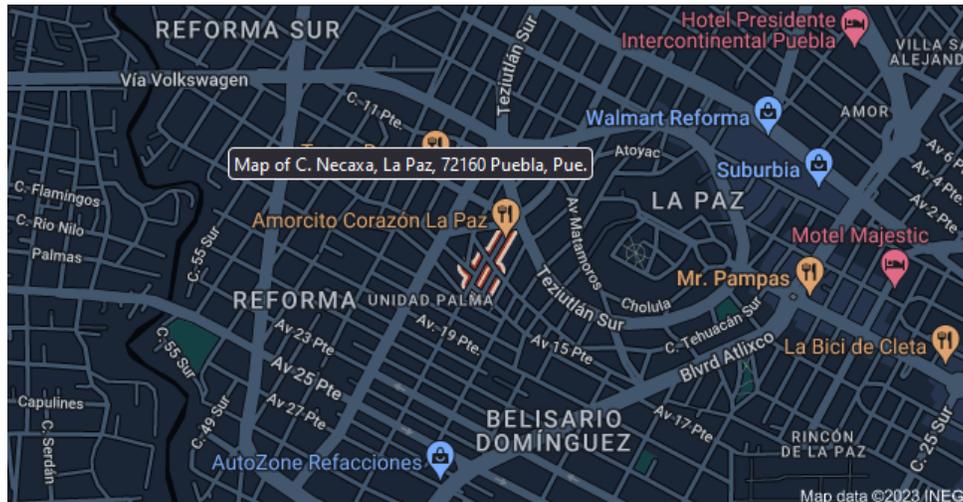
Fuente: Elaboración Propia basado en el modelo proporcionado por Strategyzer.

A continuación, se describen los recursos necesarios para el desarrollo del presente proyecto. Se toman en cuenta los elementos físicos (correspondientes al espacio y elaboración del proyecto), tecnológicos (relacionados con el equipo técnico necesario para su desarrollo y difusión), así como recursos humanos (organización y perfiles profesionales necesarios), por último, los recursos financieros (aspectos que tienen que ver con los ingresos y crecimiento del negocio).

4.3.1.1 Recursos Físicos y Tecnológicos

Si bien, la empresa puede comenzar operando en plataformas digitales, es necesario prever una locación física, en algún establecimiento comercial para atender las necesidades y garantizar el funcionamiento del negocio. Algunos procesos se llevarán a cabo a través de intermediarios, como la producción, por ejemplo, el desarrollo de app, impresión de materiales además de maquilación de mercancía, etc. aquí se llevará a cabo toda la gestión, planeación, análisis, estrategias, entre otros. *¡Ponte al TIRE!* se ubicaría en una oficina de 30 m² en la Calle Necaxa, La Paz, Puebla.

Figura 23. Micro y macrolocalización.



Fuente: (Google, s.f.)

Para el presente trabajo hay dos áreas de recursos tecnológicos necesarios para ponerlo en marcha, software y hardware. En un principio las siguientes tablas muestran los requerimientos mínimos relativos al software (ver figura 25) y el hardware (ver figura 26) para llevar a cabo el trabajo. A medida que la empresa crezca, se podrán considerar nuevos recursos.

Figura 25. Tabla de Software.

2 licencias Creative Cloud (Todas las Aplicaciones)	\$749.00 al mes por usuario (\$1498.00 mxn)
SWIFT (desarrollar para IOS)	Gratis
NativeScript (desarrollar para Android)	Gratis
Licencia para AppStore (anual)	\$2000.00 mxn
Licencia para Google Play Store (pago único)	\$500.00 mxn
Total	\$3,998.00 mxn

Fuente: Elaboración propia.

Figura 26. Tabla de Hardware.

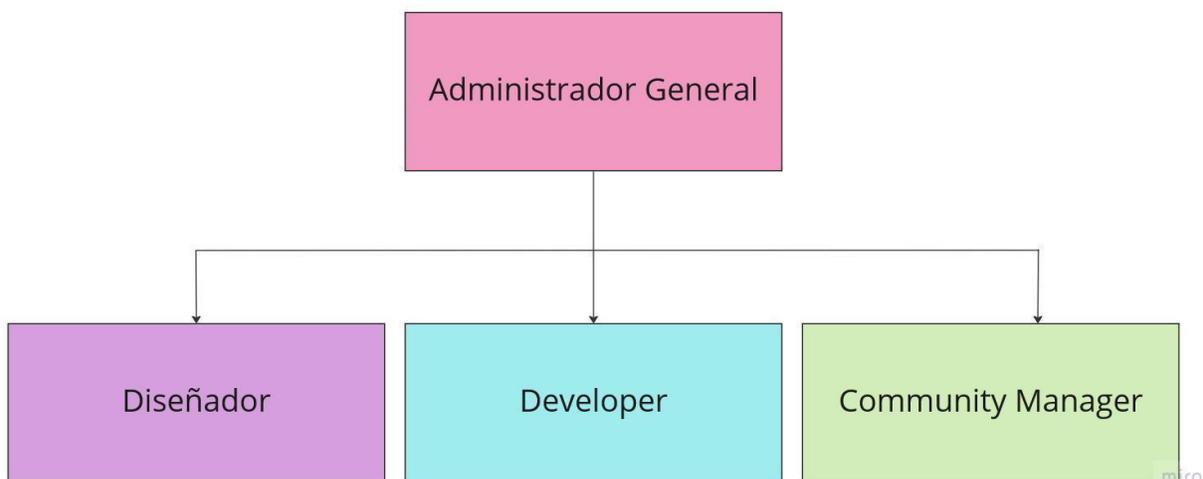
1 Laptop con Windows	\$4,000.00 mxn
1 Laptop para Mac	\$25,000.00 mxn
2 Pc's para diseño y renders	\$40,000.00 mxn
Smartphone con Android	\$10,000.00 mxn
Iphone	\$22,000.00 mxn
Total	\$101,000.00 mxn

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.2 Recursos Humanos

Para el presente proyecto, se elaboró un organigrama indicando los puestos, sus jerarquías y los perfiles necesarios para llevar a cabo los roles indicados en la figura 27, 28, 29, 30 y 31.

Figura 27. Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

Figura 28. Perfil de Administrador General

Administrador General	Nivel de Estructura:	1
Perfil del Puesto		
Competencias y Habilidades	Liderazgo, capacidad de resolución de conflictos, trabajo en equipo, negociación, relaciones, proactivo, innovación, estrategia	
Escolaridad y Experiencia	Licenciatura en Administración de Empresas o afines: 2 - 3 años en puestos similares	
Funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar el trabajo de sus subordinados 2. Ser efectivo y eficiente en la distribución de recursos económicos y materiales 3. Diseño de estrategias digitales, económicas y operativas 4. Análisis e implementación de KPI's 5. Estar al tanto de tendencias y vinculaciones 6. Aprobación de contenido en redes sociales 		

Fuente: Elaboración propia.

Figura 29. Perfil de Diseñador

Diseñador	Nivel de Estructura:	2
Perfil del Puesto		
Competencias y Habilidades	Trabajo en equipo, diseño, tendencias, proactivo, innovación, comunicación efectiva	
Escolaridad y Experiencia	Licenciatura en Diseño o afines: 2 - 3 años en puestos similares	
Funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar contenido para la app y publicidad 		

Fuente: Elaboración propia.

Figura 30. Perfil de Developer

Developer	Nivel de Estructura:	2
Perfil del Puesto		
Competencias y Habilidades	Trabajo en equipo, programación, rapidez en resolver, proactivo, innovación, comunicación efectiva	
Escolaridad y Experiencia	Ingeniería en Sistemas o afines: 2 - 3 años en puestos similares	
Funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prestar soporte técnico para la actualización y mantenimiento de la app 2. Resolver errores, bugs, y asegurar el funcionamiento correcto 		

Fuente: Elaboración propia.

Figura 31. Perfil de Community Manager

Community Manager	Nivel de Estructura:	2
Perfil del Puesto		
Competencias y Habilidades	Trabajo en equipo, diseño, tendencias, proactivo, innovación, comunicación efectiva	
Escolaridad y Experiencia	Licenciatura en Marketing o afines: 2 - 3 años en puestos similares	
Funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reporte de KPI 2. Implementación de estrategias para redes sociales 		

Fuente: Elaboración propia.

Figura 32. Tabla de Costos

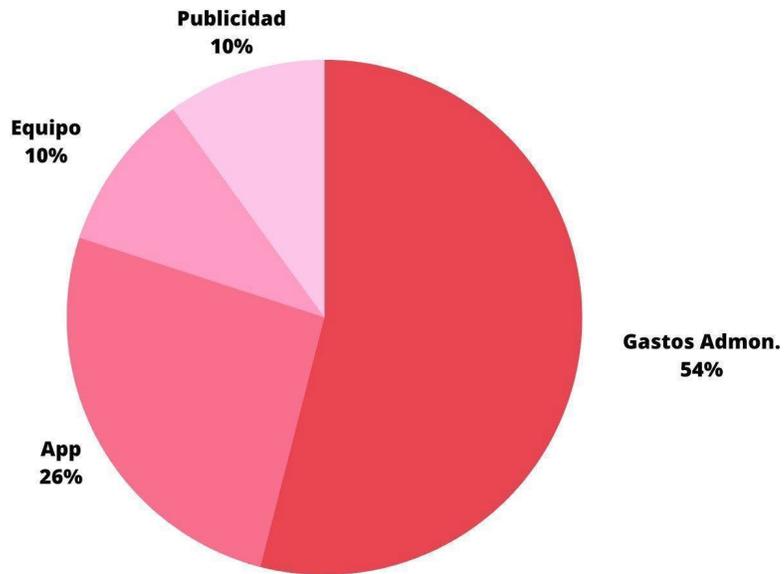
Puesto	Sueldo mensual bruto
Administrador General	\$25,000.00 mxn
Developer	\$20,000.00 mxn
Diseñador	\$10,000.00 mxn
Community Manager	\$10,000.00 mxn
Total	\$65,000.00 mxn

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.2 Recursos Financieros

Con la estructura organizacional previamente mencionada, se tiene considerado un gasto de nómina de \$65,000 MXN al mes (\$780,000 MXN al año). El costo del hardware y software (ver figura 25 y 26) tiene un valor de \$104,998 MXN, el desarrollo de la app tendría un costo aproximado de \$300,000 MXN por último se necesitan aproximadamente \$100,000 MXN para campañas de publicidad además de difusión en redes sociales. Es necesaria una inversión inicial de 1,284,998 MXN.

Figura 33. Gráfica de Distribución de Inversión Inicial



Fuente: Elaboración propia.

La venta de productos (app, calcomanías, posters, etc.) es la principal fuente de ingreso de la empresa. Proyectando entre un 67% y 70% del ingreso total. La segunda fuente de ingreso se recibe de los servicios como experiencias ofertadas (entre el 20% y el 30%). Por otro lado la venta de espacios publicitarios un estimado del 10% aproximadamente. En la siguiente figura se tiene una proyección estimada de ventas de los rubros mencionados a 3 años.

Figura 34. Tabla de proyección a 3 años

Año / No. Meses	2023/12	%	2024/12	%	2025/12	%
Ventas Producto	250,000	67%	500,000	65%	1,000,000	69%
ventas publicidad	25,000	7%	75,000	10%	135,000	9%
Servicios y Experiencias	100,000	27%	200,000	26%	320,000	22%

4.4 Comunicación

En este bloque, se describen las estrategias y herramientas de difusión así como de comunicación que se utilizaron en el proyecto. Cada apartado de este sistema de ventas tiene una función específica. Lo que se reporta en esta sección es la parte inicial, más adelante se hará mención de las recomendaciones para continuar el proyecto como con la relación con clientes potenciales, incluso actores que puedan aliarse en un futuro.

Se plantean 3 etapas para la captación de clientes potenciales. La primera que se llevó a cabo fue el uso de redes sociales como Instagram y Whatsapp, plataformas de difusión usadas en su mayoría por personas jóvenes. Este primer momento funciona para descubrir la marca, así como para empatizar con la propuesta de valor ofrecida.

En un segundo momento, se presentó la *Landing Page* y se vinculó con las redes sociales mencionadas previamente. Es aquí donde la gente interesada que proviene de estas plataformas puede saber más del proyecto, marca y dejar un nombre y correo electrónico si están interesados en saber más. Por tiempos y presupuesto, no se pudo echar a andar una prueba de la landing page en tiempo real.

Una vez con el correo brindado, en un futuro se llevará a cabo un contacto directo además de con el personal con el cliente. De esta forma se profundizan sus necesidades, se recibe retroalimentación y ver qué elementos del sistema de oferta pueden funcionar mejor para cada persona. Esta etapa queda pendiente de llevarse a cabo pues es necesario publicar la landing page en internet para la recolección de datos de los interesados.

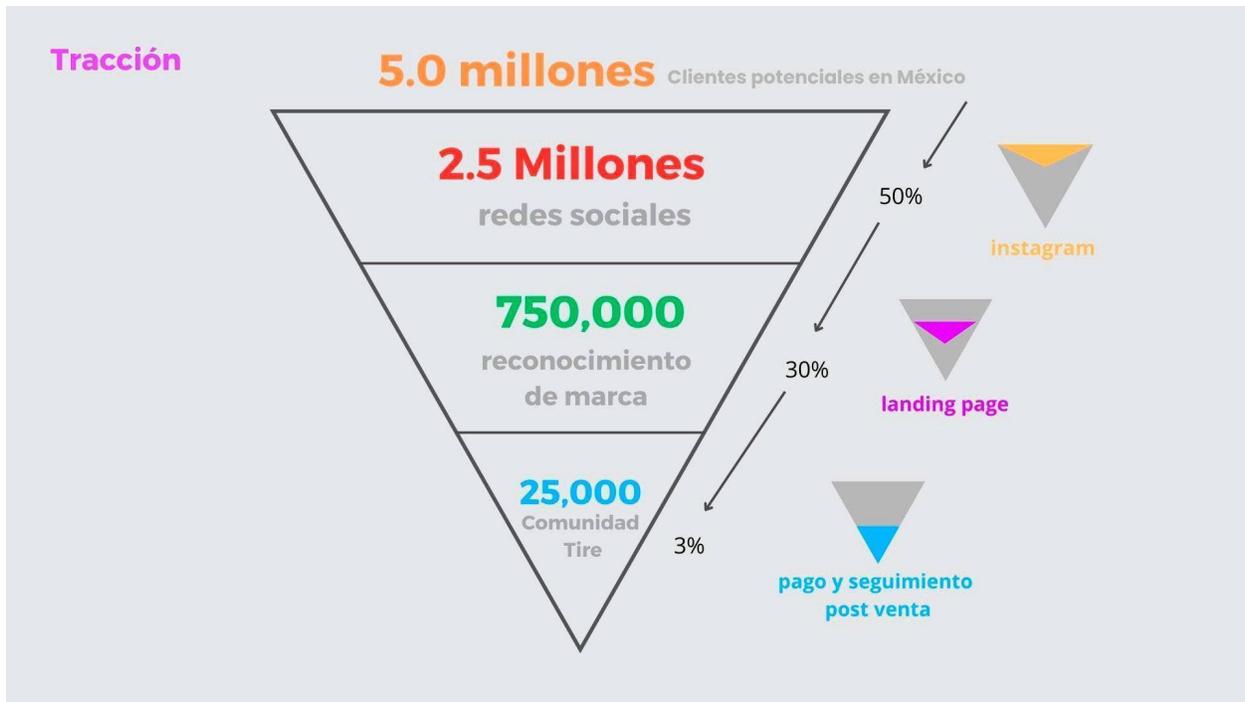
4.4.1 Embudo de Ventas

Para la difusión del presente proyecto se elaboró una estrategia basada en la estructura de embudo el Funnel de Ventas, una herramienta que funge como sistema de captación de clientes potenciales.

El embudo de ventas es la forma en que una empresa planea y establece procesos para ponerse en contacto con los diferentes usuarios y así llegar a cumplir un objetivo final, que bien puede ser la conversión de clientes, lograr un registro, cerrar una venta, entre otros. (Giraldo, 2017, <https://rockcontent.com>)

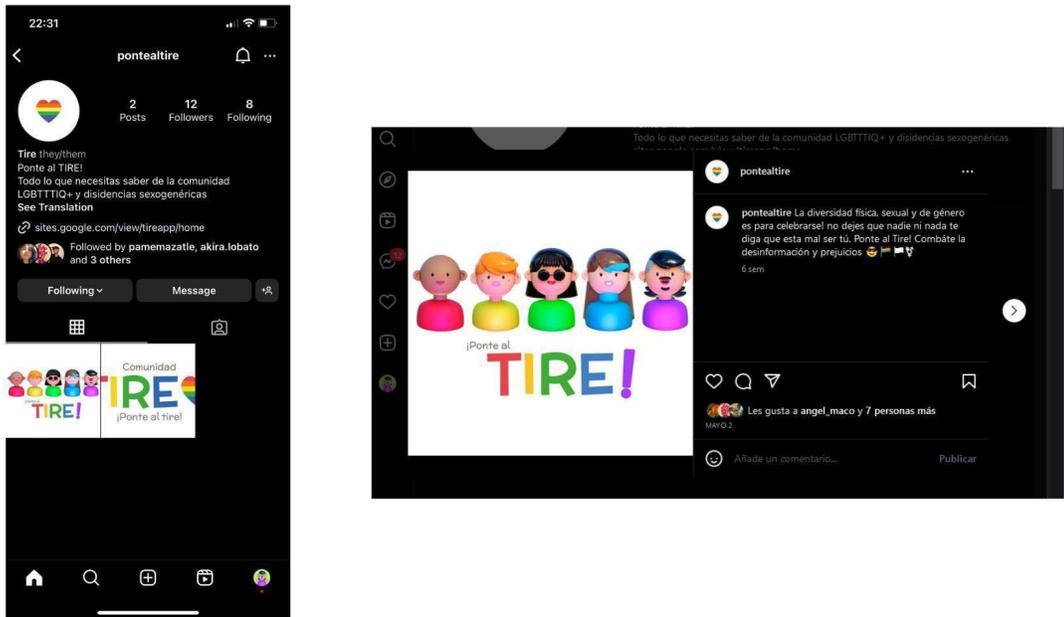
Cómo se menciona en el apartado de planteamiento de este texto, existen aproximadamente 5.0 millones de personas que se autoidentificaron LGBTTTIQ+, lo que equivale al 5.1% de la población que se observa en los rangos de edades de 15 años en adelante en el país. Es muy posible que este número aumente conforme pasen los años, sin embargo es un buen punto de partida para la viabilidad de mercado, así los usuarios potenciales de la comunidad *¡Ponte al Tiro!* Se deben identificar los elementos como las estrategias pertinentes para cada parte del embudo, las cuales se mencionan en la siguiente imagen:

Figura 35. Embudo de Ventas



Fuente: Elaboración propia.

Figura 36. Presencia en Instagram



Fuente: Elaboración propia.

Figura 37 . Landing Page



4.4.2 Elevator Pitch

Esta herramienta es un discurso o presentación que debe ser ágil además de rápida. Es importante que impacte, por lo que el mensaje deberá ser entendido en aproximadamente de 30 a 45 segundos. Este discurso debe ser claro, conciso y breve con la intención de persuadir a quien escuche el mensaje a comprar, donar, sumarse a un proyecto o idea.

En la siguiente imagen se muestra el *elevator pitch* (un discurso persuasivo y breve para despertar interés en algún trabajo, proyecto, organización, actividad, etc) que se usó para vender algunos de los productos del sistema de oferta (prototipo app y manuales) previamente mencionados.

Figura 38. Elevator Pitch

Elevator Pitch

Edgar Pérez



HOLA! YA ESCUCHASTE ACERCA DE TIRE? ELLE VA POR LA VIDA SIENDO AUTÉNTIQUE Y LIBRE. YA QUE HA APRENDIDO MUCHO ACERCA DE LA COMUNIDAD DE LA DIVERSIDAD SEXUAL Y QUIERE AYUDAR A MÁS JÓVENES DE LA DIVERSIDAD DE ENTRE 15 A 25 AÑOS A ENCONTRARSE A SI MISMOS, BRINDANDO INFORMACIÓN CONFIABLE Y ACCESIBLE. DE ESTA MANERA, ELLE COMBATE EL PREJUICIO Y DESINFORMACIÓN QUE EXISTE RESPECTO A LA COMUNIDAD LGBTTTIQ+.

**¿Te gustaría ayudar a que haya menos discriminación?
¡Con tu apoyo será posible!**

EL AMOR NO TIENE LÍMITES

Fuente: Elaboración propia.

4.5 Implementación

¡Ponte al TIRE! Se encuentra en una etapa de estructuración con la intención de implementar servicios, experiencias resultando en nueva mercancía en el futuro. Por el momento el indicador de éxito de esta propuesta ha sido con la venta de algunos productos previamente mencionados, particularmente la venta del MVP a un profesional de la salud. Teniendo en cuenta el apoyo de este proyecto como herramienta educativa y facilitador de procesos psicológicos, además de la compra individual de jóvenes de la comunidad LGBTTTIQ+, la intención es tener un sistema de

productos, servicios como experiencias a través de una plataforma digital, de igual manera productos análogos que sean tangibles que complementen la experiencia del proyecto.

Métricas consideradas:

Descargas y venta de productos: El número de descargas mensuales de la aplicación y la venta de los diferentes artículos de mercancía disponibles.

Tiempo de uso: Cuánto tiempo el usuario utiliza la aplicación.

Encuestas de satisfacción: Una herramienta digital que se difunda por correo.

Cupo en talleres: El número de usuarios que se inscriben a talleres y actividades.

Tasa de retención de clientes: Cuántos usuarios renuevan la membresía o son constantes en las actividades de *¡Ponte al TIRE!*

4.5.1 Innovación

Existen aplicaciones como organizaciones que ofrecen algunos servicios dirigidos a la comunidad LGBTTTIQ+ y público en general. Sin embargo, no existe un sistema de oferta que integre diversos elementos además de herramientas que ayuden a la experiencia *queer* de una forma positiva al igual que lúdica, es aquí donde el presente proyecto encuentra una oportunidad.

¡Ponte al TIRE! aplica la metodología del Design Thinking en la investigación (cualitativa), desarrollo del proyecto y el sistema de oferta. Se utilizó la herramienta 10 types of innovation (en español 10 tipos de innovación), la cual plantea distintos aspectos de posible innovación de un proyecto en 3 grupos como la experiencia (la relación de la empresa con usuario), la oferta (aspectos clave de los productos y servicios que la empresa ofrece) aunado a la configuración (cómo funciona la empresa).

Partiendo de los prototipos y validaciones, se identificaron los elementos en los que hay un avance significativo (marcados con una estrella en la figura 39). Con esto se proyectó a 3 años qué elementos deberían fortalecerse para que otros podrían ser un área de oportunidad dirigiéndose a la consolidación. Esta proyección se observa en la siguiente imagen:

Figura 30. Diez tipos de innovación de *¡Ponte al TIRE!*



Fuente: Elaboración propia.

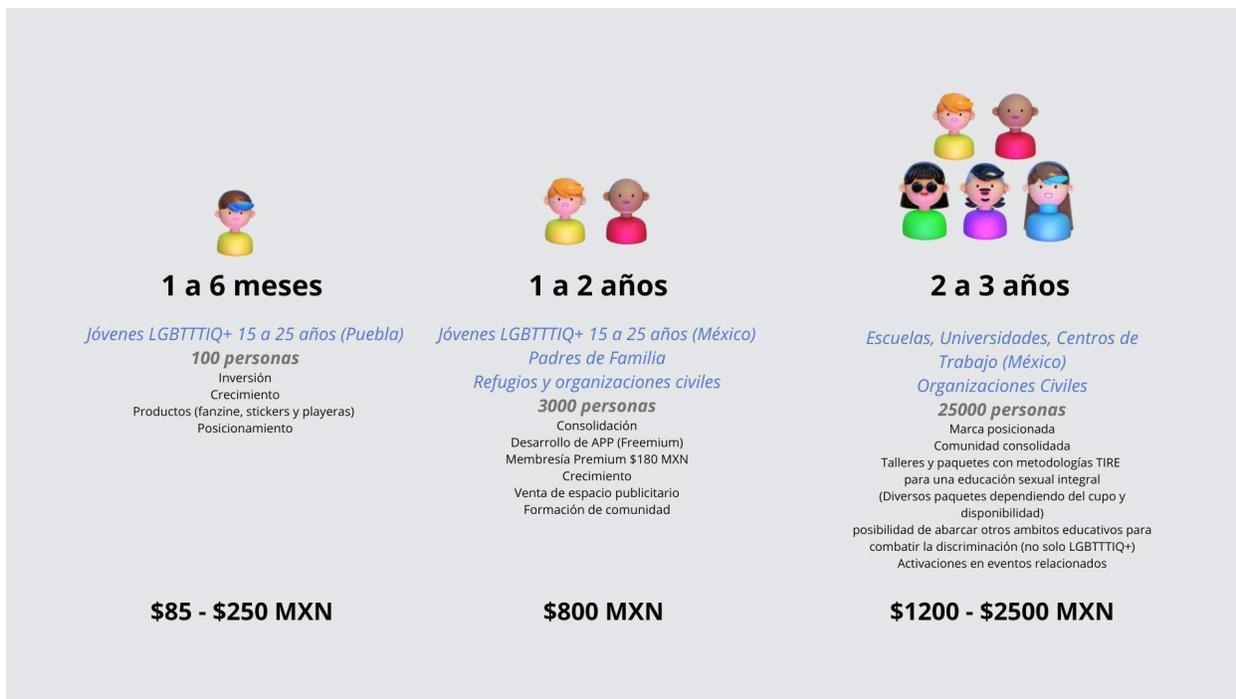
4.5.3 Escalabilidad

Actualmente se abordan las necesidades de la comunidad LGBTTTIQ+, sin embargo, a partir del proceso y desarrollo de este proyecto, se plantea la posibilidad de ampliar escalando el proyecto con la intención de abarcar más temas educativos, desarrollar una metodología única que de forma lúdica e innovadora trabaje temas de inclusión, no solo de diversidades sexogenéricas. En un futuro se plantea abordar temas de discriminación racial, perspectiva de género (enfocado a mujeres), personas con discapacidad, entre otros.

En un primer momento, se ofrecerían productos como el manual, calcomanía, posters, playeras, peluches, etc. con la identidad del proyecto. La intención es posicionar la marca para empezar a captar usuarios. En uno o dos años, se proyecta crear redes de trabajo como de apoyo con otras organizaciones, refugios, otros usuarios interesados en el tema, etc. se atenderán más personas dirigiendo a la consolidación de la comunidad activa, habrán más productos y mercancía; por último de 2 a 3 años se habrá desarrollado una metodología propia *¡Ponte al TIRE!*, así podrán ofrecerse capacitaciones a empresas interesadas, presencia en instituciones educativas como

universidades, preparatorias. Se estaría piloteando otras líneas de interés como los temas que tengan que ver con la inclusión anulando la discriminación. Por el momento, el plan a 3 años de escalabilidad de *¡Ponte al TIRE!* es el que se muestra en la siguiente imagen.

Imagen 40. Plan de Escalabilidad *¡Ponte al TIRE!*



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

A continuación, se describe en los apartados correspondientes, la síntesis de los resultados obtenidos del presente proyecto, algunas observaciones de los hechos o fenómenos que sucedieron en su desarrollo y por último recomendaciones para seguir construyéndolo en el futuro.

5.1 Síntesis de los resultados

Al comienzo de este estudio de caso, la intención principal era la de abordar la relación que tiene la comunidad LGBTTTIQ+ con la religión y Dios en México. Desde el diseño estratégico, se aplicaron diferentes metodologías para ver cómo podría abordarse el tema, es a partir de la categorización de las entrevistas y el desarrollo del Value Proposition Canvas, mencionado en el apartado de metodología, que sobresalen un par de necesidades con mayor prioridad. La educación sexual integral para poder entender la complejidad del sexo y género al igual que su diversidad, así como conocer recursos como herramientas (incluso leyes) que puedan favorecer a las personas de esta comunidad (particularmente jóvenes) a mejorar o gozar de una buena calidad de vida, independientemente si tienen apoyo de sus padres o si creen en alguna religión.

Recordando la pregunta de investigación previamente mencionada en el planteamiento del presente estudio de caso ¿Cómo brindar **educación sexual integral** dirigida a la **comunidad LGBTTTIQ+** para una mejor convivencia y **calidad de vida** en México?

La respuesta es con un sistema de oferta que brinde experiencias y productos como manuales con información, recursos gráficos, una app de aprendizaje lúdico, en un futuro servicios que puedan ofrecerse una vez que haya un posicionamiento de marca obteniendo fondos para realizarlo. Los resultados de esta investigación han sido positivos gracias a las validaciones y comentarios de los usuarios. Los más relevantes para el enfoque de este proyecto fueron “me hubiera gustado tener algo como esto cuando estaba saliendo del closet”, “tenía que buscar información en muchos lados y en inglés” “aprendí algo nuevo hoy”. El trabajo cercano con las personas como los usuarios involucrados revelan que al día de hoy México carece de una buena además de una satisfactoria educación sexual integral (con una fuerte cultura de abstinencia en vez de una cultura de prevención/ información).

Algunos temas referentes al sexo son aún prohibidos o mal vistos por la sociedad mexicana, por ende no se tocan e incluso no se enseñan en escuelas. Sin embargo, las diversidades sexogenéricas logran informarse por su propia cuenta; pero de una manera lenta, dispersa y a veces por no saber o conocer se ponen en situaciones de riesgo.

Es así que se planteó el objetivo general que a continuación se expone:

Generar una estrategia que integre un enfoque inclusivo de la educación sexual para todos y todas para una mejor convivencia y calidad de vida en México.

El objetivo se cumple parcialmente, pues se generó una estrategia innovadora (teniendo en cuenta la deseabilidad, factibilidad y viabilidad necesarias con validaciones) e inclusiva (pensada principalmente para la comunidad LGBTTTIQ+ pero accesible a otro tipo de público) sin embargo, falta medir en un futuro a medio y largo plazo si es que el aprendizaje y experiencias vividas favoreció y mejoró su calidad de vida.

En cuanto a los objetivos particulares del presente estudio de caso, a continuación, se enlistan y desarrolla su análisis, así como se argumenta qué es lo que se logró en cada uno de ellos.

- **Analizar cómo afecta la deficiente educación sexual en México.**

Se cumplió por medio de la investigación del presente proyecto, las entrevistas también revelaron información importante acerca de cómo algunas personas (particularmente de la comunidad LGBTTTIQ+) aprenden y buscan temas referentes a la sexualidad y género .

- **Desarrollar contenido informativo veraz y accesible para reeducar.**

Se elaboraron dos propuestas a partir de los descubrimientos y diferentes metodologías en el desarrollo de este proyecto. Primero, un prototipo de app y segundo, un manual impreso. Ambos contienen información relevante para la comunidad LGBTTTIQ+, incluso para gente que no pertenece a este grupo, este material fue sacado de fuentes confiables y concentrado. No se cobró por usar el prototipo de la app y un manual se vendía en \$60 MXN.

- **Plantear la diferencia entre el sexo y género desde una postura a favor de una vida digna.**

El contenido de los prototipos previamente mencionados fueron cuidados para que reflejara este punto. No solo hace énfasis en términos, también se propone información para prevenir la discriminación, leyes que protegen ante situaciones de riesgo, experiencias para compartir con otros y otras, artistas y contenido *queer*. Este tipo de oferta diversa (particularmente contenido de esta temática hecho por gente del mismo colectivo) favorece una integración en la comunidad LGBTTTIQ+.

- **Difundir el contenido creado con un lenguaje accesible para todas las personas.**

El contenido compartido y desarrollado en el presente proyecto tiene un lenguaje sencillo de entender, además de apoyarse de elementos visuales y didácticos que cualquier persona puede usar o probar.

5.2 Observaciones

Gracias al acercamiento con los usuarios, los hallazgos, su análisis y el desarrollo de propuestas se revelaron datos e información de la complejidad que es la experiencia de vida de la comunidad LGBTTTIQ+, una de las cosas más importantes para este grupo (que se puede rescatar de este proyecto) es poder asumir su sexualidad como la expresión de género libremente, sin represión, violencia, etc.

Falta identificar y medir a largo plazo el impacto de las herramientas como del sistema de oferta. Si bien, los objetivos del presente proyecto se cumplieron, se requiere de trabajo adicional pues es necesario medir la reducción de factores de riesgo y analizar cómo se mejoró la calidad de vida de los individuos participantes.

Las validaciones iniciales muestran que hay un interés y un público que busca al igual que necesita este tipo de recursos, sin embargo, un área de oportunidad es la de generar contenido específico para padres de familia incluyendo a profesores (habría que definir para qué niveles educativos es más pertinente) sumando otras instancias de la sociedad civil para revisar las posibles vinculaciones y tejer redes sexogenéricas.

El éxito que tenga el sistema de oferta podrá medirse a través de diferentes rubros dependiendo del tipo producto, sistema o experiencia adquirida o vivida. Es importante considerar algún tipo de recurso de evaluación que permita medir el impacto que tenga en las personas a medio y largo plazo.

5.3 Recomendaciones

Por ser un proceso de diseño basado en la metodología de Design Thinking, el proceso es iterativo, es por eso que el presente trabajo se encuentra en constante desarrollo y mejora. El proyecto aún no alcanza su totalidad. Es posible seguir desarrollándolo como adaptándolo a los usuarios además de a los contextos necesarios. Las pruebas, prototipos así como las validaciones fueron solo una parte del trabajo necesario para comenzar, sin embargo hay factores, propuestas, herramientas que necesitan abordarse de una forma tan profunda como detallada, de esta forma podría elaborarse una propuesta más integral buscando que sea más adaptada a las necesidades de la comunidad LGTBTTIQ+, proyectando otras áreas al igual que temas de trabajo.

Seguir ampliando la oferta de productos, servicios y experiencias de este sistema a través de diferentes propuestas no solo generadas por el autor de este trabajo, se deberá tener apertura para la incorporación de nuevos *stakeholders* capaces de aportar ideas nuevas, vinculaciones para el desarrollo de este proyecto estratégico, priorizando los elementos que funcionan en el ámbito de la discapacidad.

Uno de los puntos pendientes es elegir el enfoque educativo que se utilizará para educar. Un modelo o teoría para apoyarse y generar conocimiento en temas de sexualidad, género e inclusión. De primera instancia, se recomienda el enfoque constructivista, corriente pedagogía que proporciona al sujeto, usuario, estudiante, herramientas para que desarrollen la capacidad de aprender a construir sus propios conocimientos y vincularlos con el medio que los rodea.

El proceso iterativo no se ha concluido aún. Se propone una revisión constante del sistema de oferta *¡Ponte al TIRE!* Para escalar el proyecto es necesario desarrollar una metodología lúdica propia del presente proyecto que pueda llevarse a otros ámbitos educativos.

REFERENCIAS

¿Qué es el Design Thinking?. Recuperado el 30 de Mayo 2023
<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Barrientos, J. Lovera, L. (2020). Diversidad sexual y educación en americana Latina y el Caribe. Documento de referencia para el informe GEM 2020. https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000374763&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_image_3afa4b95-dbdb-44e4-b98f-5db35f6095ce%3F%3D374763spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000374763/PDF/374763spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A181%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C54%2C464%2C0%5D

COMMCA, Consejo de Ministras de la Mujer de Centroamérica y República Dominicana (2012). Guía práctica de género y comunicación. El Salvador, Centroamérica.

Concise Oxford English Dictionary. (s.f.). Citación. En el Concise Oxford English Dictionary. Recuperado el 28 de Febrero, 2022.

Córdoba, D., Sáez, J., & Vidarte, P. (2005). *Teoría Queer, Políticas Bolleras, Maricas, Tran, Mestizas*. EGALES.

Echagüe, C., Barrientos, J. (2018). El baile de las que sobran. Interrogando la violencia homofóbica en un liceo público chileno.

Foucault, M. (1977). *Historia de la Sexualidad I*. Siglo veintiuno editores, s.a. de c.v.

Fundación Arcoiris. (2020). Informe 2020 Observatorio Nacional de Crímenes de Odio contra personas LGBT en México. Recuperado el 1 de Febrero 2020.
<http://www.fundacionarcoiris.org.mx/wp-content/uploads/2020/07/Informe-Observatorio-2020.pdf>

Fundación Bill & Melinda Gates. (s.f.). *Field Guide to Human Centered Design*.

Heredia, A. & Rodríguez, A., (2021). *Antecedentes de la educación sexual en México a un siglo de su creación: eugenesia y moral*. Elementos 121
<https://elementos.buap.mx/directus/storage/uploads/00000005801.pdf>

INEGI. (2021). Encuesta Nacional sobre diversidad sexual y de género. ENDISEG. Recuperado el 1 de Febrero 2020.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endiseq/2021/doc/endiseq_2021_resultados.pdf

Interaction Design Foundation. (2020). *What is Emotional Design?*
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/emotional-design>

La Letra Ese. (2021). *Crímenes de Odio*. Recuperado el 1 de Febrero 2020.
<https://letraese.org.mx/crimenes-de-odio-archivo/>

Landry, L. (2020). *What is human-centered design*. Recuperado el 18 de Agosto 2023.
<https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-human-centered-design#:~:text=Human%2Dcentered%20design%20is%20a,tailored%20to%20your%20audience's%20needs.>

ONU. (2023). Salud derechos sexuales y reproductivos. El ACNUDH y los derechos humanos de las mujeres e igualdad de género.
<https://www.ohchr.org/es/node/3447/sexual-and-reproductive-health-and-rights#:~:text=La%20salud%20sexual%20y%20reproductiva,la%20prohibición%20de%20la%20discriminación>

Organización Mundial de la Salud. (2012). *Programme on Mental Health*.
<https://www.who.int/tools/whoqol>

Secretaría de salud. (2022). Panorama Epidemiológico VIH. Fuente de recuperación: 19 de

Octubre del 2022.

<https://ss.puebla.gob.mx/salud-publica/item/2607-panorama-epidemiologico-vih-puebla-preliminar-a-la-semana-epidemiologica-38-2022>

UNESCO (2018). Orientaciones técnicas internacionales sobre educación en sexualidad.

<https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/265335spa.pdf>

UNFPA. (2023). Educación sexual integral.

<https://mexico.unfpa.org/es/topics/educación-sexual-integral>

Visocky, J., & Visocky K. (2009). *A Designers Research Manual*. Quarto Publishing Group USA Inc.

ANEXOS

Anexo 1. Contenido del Prototipo App

TIRE

BIENVENIDO
BIENVENIDA
BIENVENIDX



EMPEZAR



¿CÓMO TE IDENTIFICAS?

HOMBRE

MUJER

NO BINARIE

TRANS

AÚN NO LO SÉ



Hola! Soy Tire, tu acompañante queer. Sé mucho de la comunidad lgbttiq+ Cualquier duda o inquietud, pregúntame!

CONTINUAR



Estoy para ayudarte!



PREGUNTAS FRECUENTES

HISTORIA

RECURSOS

ORGANIZACIONES

DICCIONARIO LGBT

COMPARTE

**LÍNEA DE EMERGENCIA:
5533-5533**



DICCIONARIO LGTTTIQ+

Arromántico (adj.) – Una orientación que describe a una persona que experimenta poca o ninguna atracción romántica hacia otros o falta de interés en formar relaciones románticas.

Buga (sust.) - Heterosexual. Suele aplicarse tanto a personas como lugares. “Hoy toca ir a un antro buga” es la forma de decir que esta noche toca ir a un antro hetero.

Chichifo (sust.) - Persona que sostiene relaciones sexuales y/o emocionales con alguien a cambio de algún beneficio, ya sea material, en especie o por estatus.

Disforia de género (sust.) – Angustia experimentada por algunas personas cuyas identidades de género no corresponden a las del sexo que se les asignó al nacer. Se manifiesta como angustia de gravedad clínica o discapacidad en lo social, ocupacional u otras áreas importantes del desenvolvimiento. El Manual de Diagnóstico y Estadísticas de Trastornos Mentales (DSM-5) incluye como diagnóstico a la disforia de género.

Regresar



Anexo 2. Contenido del Prototipo Manual

Lenguaje Inclusivx

Escrito por Jardín LAC

Seguramente tú, lector, te habrás topado en varias ocasiones con algunos textos que hacen énfasis en algo que desde hace décadas (casi) nadie notaba: que el lenguaje que usamos cotidianamente refleja una manera supuestamente neutra de concebir la realidad y ayuda a reproducir ciertos valores y comportamiento.

Hoy muchos sabemos que este lenguaje supuestamente neutro -con sus usos orales, inflexiones y variantes es una herencia cultural atravesada de privilegio masculino. Oculta la violencia machista y ayuda a perpetuar maneras opresivas de vivir. Lo más importante es poner al descubierto que no se trata solo de palabras, sino de propiciar con ellas posibilidades de relacionarnos con otros y con nosotros mismos. De reiterar o alterar conductas, juicios y prejuicios. De perjudicar o liberar a los demás.

En ese sentido el llamado lenguaje inclusivo (y el lenguaje inclusivo no binario) pretende visibilizar a sectores marginados y olvidados. Quiere facilitar otras maneras de vivir y relacionarse. De abrir posibilidades y de vincular las expresiones y los deseos. De alterar las relaciones de poder y brindar posibilidades de libertad a seres diversos.

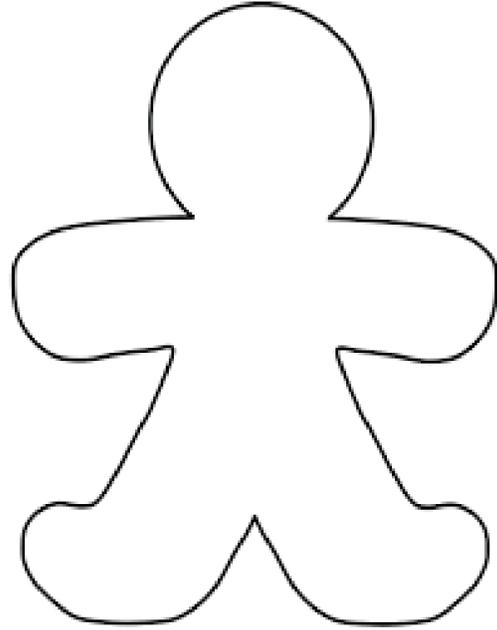
El lenguaje inclusivo utiliza las letras “e” o “x”, por ejemplo: amigxs en lugar de amigos o amigas; todes en lugar de todos o todas; hije en lugar de hijo o hija, etcétera.

Pero una cosa es lo que se propone y otra lo que acontece.

El lenguaje inclusivo e incluyente genera todo tipo de reacciones. Algunos se sienten sorprendidos, no entienden (o no quieren entender). Otros se sienten, por fin, reconocidos. Hay quien piensa que es una moda y quien considera que se trata de una ruptura. Es claro que el uso oral y escrito del lenguaje inclusivo ha generado debate y controversia. Por fortuna, nadie parece tener la última palabra.

tod@s tod@s tod@s
todxs todxs todxs
¹²tod@s tod@s tod@s

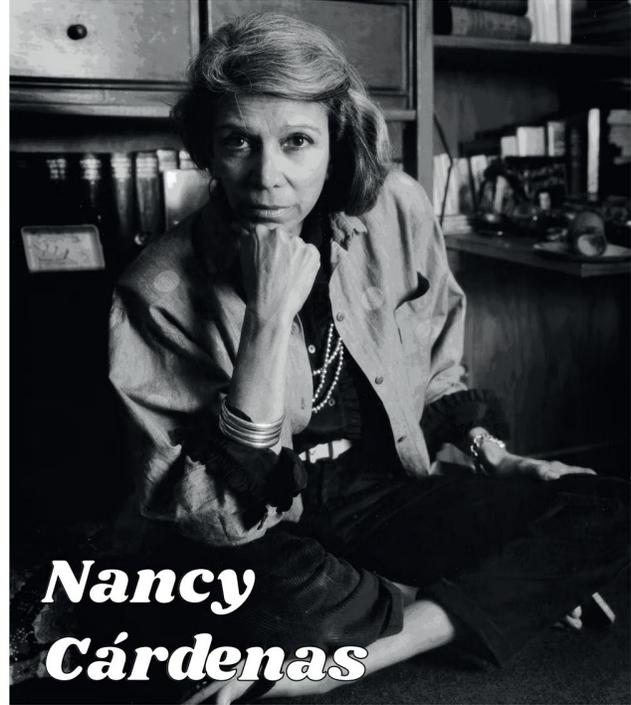
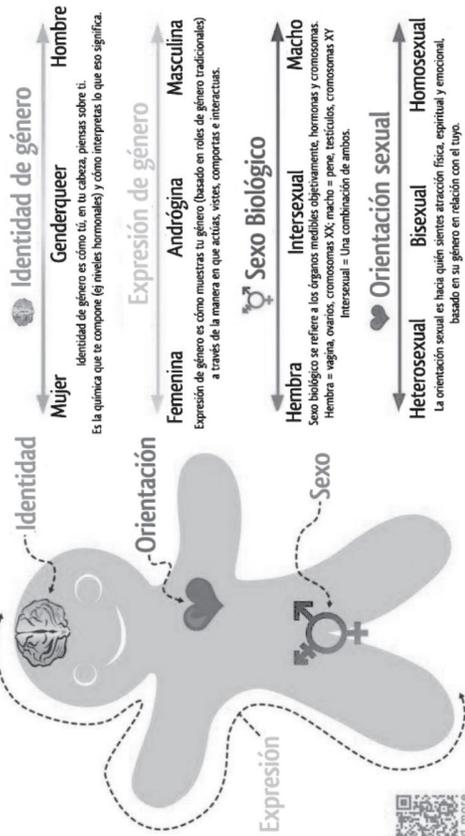
Pinta cómo te identificas/ves/sientes/



5

The Genderbread Person

Por www.tbspromuncedmicrosexual.com/ / traducido por La Mosca Cujinera ([blogspot.com](https://www.blogspot.com))



Nancy Cárdenas

29 de Mayo de 1934, nace Nancy Cárdenas Martínez, dramaturga, productora teatral y activista en defensa de los derechos homosexuales. A la edad de 39, reveló su orientación como lesbiana en el programa de televisión 24 horas de Jacobo Zabudovsky, durante una entrevista acerca del despido de un trabajador homosexual. En 1971 inicia como cofundadora y activista de la primera organización homosexual en México, el **Frente de Liberación Homosexual (FLH)**.

Activista y defensora de los derechos humanos. En 2016 es testiga del transfeminicidio de Paola Buenrostro que la lleva a fundar en 2018 la asociación civil Casa de las Muñecas Tiresias y en 2019 el primer albergue para mujeres trans en México, Casa Hogar "Paola Buenrostro".

En su trayectoria como activista lleva acumulados más de 200 reconocimientos y premios por su trayectoria y participación en espacios educativos, académicos, legislativos, foros institucionales y medios de comunicación.

En 2019, con el acompañamiento legal de Equis Justicia para las Mujeres logra la recomendación 02/2019 emitida por la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México a la Fiscalía General de Justicia por el caso del transfeminicidio de Paola Buenrostro.

Es una de las principales promotoras de la "Ley Paola Buenrostro" que busca lograr la tipificación del delito de transfeminicidio en la Ciudad de México. En 2022 como víctima indirecta en el caso del transfeminicidio de Naomi Nicole, logra la primera sentencia con perspectiva .

14



Kenya Cuevas

Cónoce más de ella en el podcast:
*Más allá del rosa - Ser mujer trans:
adversidad y resiliencia*

