



UNIVERSIDAD JAUME I DE CASTELLÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

Grado en Periodismo



Trabajo de Final de Grado

C.2 Elaboración de una Publicación Digital  
Especializada

**Presentado por:**

David Pérez Tichell

20911747-D

Tutora: Rosana Sanahuja

Nombre del medio: Transmitiendo

Temática: Colectivo trans valenciano

Castellón, Junio 2020

Curso académico: 2019-2020

## ÍNDICE

1. Planteamiento .....	3-8
1.1 Introducción .....	3-8
1.1.1 Presentación del producto .....	3
1.1.2 Objetivos .....	3-4
1.1.3 Interés .....	4-5
1.1.4 Justificación de su selección .....	5-7
1.1.5 Planteamiento reportaje audiovisual .....	7-8
2. Informe de adaptación .....	8-17
2.1 Fase de preproducción .....	8-12
2.1.1 Gestión con las fuentes .....	8-9
2.1.2 Selección de contenidos .....	10-11
2.1.3 Previsión de gastos .....	12
2.2 Fase de producción .....	12-16
2.2.1 Enfoque .....	12-13
2.2.2 Secciones y estructura .....	13-15
2.2.3 Diseño .....	15-16
2.2.4 Interactividad .....	16
2.3 Fase de postproducción .....	17

3. Resultado final .....	17-21
3.1 Reflexión crítica .....	17-18
3.2 Comparación global .....	18-19
3.3 Fortalezas y limitaciones .....	19
3.4 Experiencia adquirida .....	19-21
4 Anexos .....	22-36
4.1 Enlaces .....	22
4.2 Realización reportaje audiovisual .....	22-23
4.3 Abstract .....	24-29
4.4 Mapa de fuentes .....	29-31
4.5 Calendario de publicaciones .....	31-33
4.6 Uso de redes.....	34-35
4.7 Bibliografía .....	36

## 1. PLANTEAMIENTO

### 1.1 INTRODUCCIÓN

#### **Presentación del producto**

La realización de este proyecto de final de grado ha consistido en **la elaboración de un medio digital especializado en el colectivo trans**, principalmente valenciano, aunque se han tratado varios temas del ámbito nacional debido a la relevancia informativa que suponían y a las circunstancias extraordinarias que **han obligado a un cambio en algunos aspectos del medio**, como piezas audiovisuales o entrevistas en vídeo. Sin embargo, la esencia sigue siendo la misma y frente a las carencias se han potenciado otros factores como reportajes en profundidad y un mayor uso de las redes sociales.

Este medio cuenta con el nombre de *Transmitiendo* para utilizar los 2 elementos característicos que lo definen. En primer lugar, el concepto **'transmisión'**, es decir, comunicación y en segundo lugar **'trans'**, la temática concreta de este. Así, se puede intuir que la idea principal del periódico es la comunicación de datos, historias, noticias y vivencias sobre el colectivo trans. Este título resulta bastante efectivo debido a su brevedad y concisión, que no da lugar a dudas.

Teniendo en cuenta las características previamente enunciadas, se puede definir al target o público objetivo de *Transmitiendo*. Este sería, lógicamente, todos aquellos **miembros del colectivo trans** que quieran conocer a fondo la situación en la Comunitat Valenciana, **familiares y amigos de dichas personas** que tengan dudas sobre esto y también los **ciudadanos con deseo de aprender** sobre el tema y ampliar sus conocimientos.

#### **Objetivos**

El proyecto de *Transmitiendo* presenta unos **objetivos ambiciosos**, ya que, como se explicará posteriormente, es un tema que ha sido invisible durante muchos años.

Esto supone un punto positivo, ya que **la competencia es escasa por no decir inexistente**, pero también un punto negativo debido a que en muchos ámbitos todavía no hay estudios oficiales sobre los que basarse. Así, los objetivos concretos son:

1. **Cubrir la falta de información** sobre el colectivo trans para evitar los bulos y falsos mitos sobre este.
2. **Ofrecer información de servicio** a personas trans o familiares/amigos de máxima actualidad en ámbitos como la administración pública o la sanidad.
3. **Dar voz a expertos**, mediante contenidos multimedia, en un colectivo tan desconocido.
4. **Hacer protagonistas a aquellos** que nunca han tenido la ocasión de serlo.
5. **Mostrar los derechos y avances de este colectivo** a partir de piezas periodísticas en profundidad.
6. **Explicar de forma atractiva la realidad social** de las personas trans valencianas.
7. **Hacer un uso intensivo de las redes sociales** para dar a conocer todos los artículos, pero especialmente fotografías, vídeos o infografías.

## Interés

El interés de esta publicación parte de la **ausencia o escasez de medios de comunicación especializados en este colectivo**, ya que la casi totalidad de diarios o blogs de ámbito nacional y autonómico que se pueden encontrar tratan sobre la población LGTB en general. De esta forma, se ofrece un enfoque completamente distinto al que se ha dado generalmente y se pone el foco en un sector de la población invisible.

No solo esto, sino que **dentro de la propia Comunitat Valenciana no existen medios como tal sobre esta temática** y lo más similar a un periódico LGTB que hay es la sección 'noticias' de la asociación de ayuda Lambda. *Transmitiendo* apuesta por dar, mayoritariamente, **un contenido informativo relevante para**

**lectores valencianos**, aunque los conceptos e ideas se plantean de forma que cualquier persona del país pueda entenderlas, así como se dan ejemplos muy variados conocidos nacionalmente.

Además, una de las iniciativas que este medio ha tenido ha sido dar voz a aquellos que no la suelen tener generalmente. Por ello, se ha incluido una sección, que se explicará posteriormente, basada en **testimonios de varias personas trans anónimas de diferentes edades que han compartido algunas historias impactantes** y sin este medio nunca habrían ‘visto la luz’.

### **Justificación de su selección**

La elección de este tema se ha debido a varios factores decisivos, como es la actualidad y relevancia, muy ligada a la complejidad social del siglo XXI, teniendo en cuenta **la falta de información relativa a este colectivo concreto -no solo en el conjunto de la sociedad, sino también dentro de la población LGTB-**, que da lugar a bulos, rechazo y estigmatización del mismo. Para justificar esta decisión, se procedió a recoger información a través de estudios, bancos de datos e instituciones, con el fin de partir desde un punto de vista objetivo y no una opinión personal.

El primer dato que se analizó fue un estudio de 2018 de la revista norteamericana *Pediatrics*, que determinaba que **el 50’8 % de chicos trans y el 29’9 % de chicas trans habían intentado suicidarse** debido a factores como la discriminación o el sentimiento de incompreensión, tanto personal como ajeno. Extrapolando esto a España, se observa que las circunstancias no son tan alarmantes, pero la tasa de menores que lo han intentado o conseguido sigue siendo significativa. Así lo han mostrado las principales cabeceras nacionales, que en los último años han hablado de casos como el de Ekai Lersundi (16 años), Alan (15) o Thalía (17), entre otros.

Dejando de lado el ámbito psicológico, es necesario explicar el panorama sociopolítico actual que ha afectado, positiva y negativamente, al colectivo trans. **La popularización del partido político Vox en los últimos meses y sus polémicas**

**declaraciones y demandas** han puesto en evidencia que los derechos que se veían como ‘intocables’ podían ser reducidos o incluso eliminados. Utilizando el caso concreto de la Comunitat Valenciana, el partido en cuestión impidió una declaración sobre los presos LGTB de Auschwitz en Les Corts y solicitó la implantación del famoso pin parental al igual que conocer los datos penales de las personas que imparten charlas LGTB. Sin embargo, **estos actos han fomentado el activismo trans** por los motivos explicados previamente. Uno de los ejemplos más claros de esto fue el autobús de la asociación ultracatólica Hazte Oír que circulaba por España a finales de 2017 con el lema ‘Los niños tienen pene, las niñas tienen vulva. Que no te engañen’. Esto permitió visibilizar la realidad de los menores trans y agilizó la promulgación de leyes de defensa de este colectivo.

Por ello, en 2018 la Comunitat Valenciana se unía a la lista de territorios como Andalucía, Aragón o Navarra con **una ley autonómica específica para defender los derechos del colectivo trans**, que eliminaba la condición de ‘enfermas’ a estas personas y suprimía la necesidad de contar con un informe psicológico que lo acreditara. Estos eran algunos de los puntos más importantes de la ley, aunque afectaba a todos los niveles competencia de la Comunitat, como son sanidad o educación.

Por lo que respecta a la medicina, se produjeron varios cambios el pasado año que afectaron al sistema de atención sanitaria y permitieron a los hospitales valencianos avanzar en relación al tratamiento de este colectivo. El cambio más importante ha sido que desde septiembre de 2019, **el Hospital General de Castelló realiza operaciones de reafirmación de género mamario** -mamoplastias y mastectomías-, por lo que actualmente se llevan a cabo en este centro, en el Doctor Peset (València) y el Hospital General (Alicante). Esto ha fomentado el desarrollo de las 3 unidades de referencia de Identidad de Género -una por provincia- con las que cuenta la Comunitat Valenciana, y **este aumento de complejidad requiere de explicaciones que la prensa debe dar** para facilitar la comprensión de aquellos interesados en recurrir a estos servicios.

Además, es necesario profundizar en el gran desconocimiento que aparece alrededor de estas personas, aparte de los aspectos que son relativamente nuevos y la sociedad todavía no ha comprendido de forma suficiente (situación sociopolítica, leyes, nuevos servicios médicos...). Se habla de **la falta de educación sexual en centros de enseñanza** que lleva a la mayor parte de la población a no comprender términos como 'sexo', 'identidad de género', 'orientación sexual' o 'persona cis'.

### **Planteamiento reportaje audiovisual**

La idea principal que se tuvo fue mostrar el avance de la subcultura LGTB de los *kikiballs* en València. Estos eventos consisten en **competiciones de diversas categorías como baile, estilismo, maquillaje...** para conseguir una buena reputación y prestigio. El punto fundamental de esto es que surgieron en los 80 en Estados Unidos de forma clandestina, aunque en los últimos años llegaron a España como un fenómeno de masas y no tanto como algo oculto y los títulos ya no son tan importantes, por lo que se entregan premios.

En València se celebraron en 2019 dos *kikiballs*, en dos discotecas de la capital y **para mayo de 2020 estaba previsto celebrarse una tercera** en el club Piccadilly, aunque debido a las circunstancias, no se pudo hacer. El equipo organizador fue principalmente la 'familia' Cosima, es decir, un grupo de personas que actúan juntas. Esta 'familia' es la más importante de la ciudad y la que cuenta con más premios. En definitiva, el objetivo del reportaje pretendía responder a varias preguntas como por ejemplo: ¿Cómo fue el proceso de traer las *Kikiballs* a València?, ¿cuál es el 'planning' concreto de este evento?, ¿cómo funcionan las 'familias' y qué se debe hacer para formar parte de ellas?...

Se contactó con las diferentes fuentes a mitad de marzo para empezar a gestionar aspectos como los pases de prensa, listado con horarios y participantes y competidores dispuestos a explicar cómo funcionan las *kiki*. Afortunadamente, estos primeros contactos fueron muy efectivos, ya que las fuentes aceptaron participar y ayudar en todo lo necesario.



Sin embargo, debido a las circunstancias, el evento se canceló y el reportaje fue imposible de realizar, por lo que se elaboró un teaser con las ideas principales (anexo 1).

## 2. INFORME DE ADAPTACIÓN

### 2.1 PREPRODUCCIÓN

#### **Gestión con las fuentes**

Con el fin de realizar un producto periodístico de la mayor calidad y profesionalidad posible, se ha intentado contactar con **fuentes de todos los ámbitos o sectores que afectan directa o indirectamente al colectivo trans valenciano**. El primer paso a la hora de localizar estas fuentes no fue un rastreo por redes sociales, sino que en un documento de Word se anotaron todos los campos sobre los que se hablaría en las piezas y dentro de ellos se realizó una pequeña lista con aquellas personas que, bien por conocimiento personal o por contactos, la entrevista estaba asegurada. Esto sirvió para partir de una base sólida de 7 fuentes personales, como Rafa Molina, abogado del servicio de asesoramiento LGTB valenciano Orienta o Agustín Zaragoza, profesor de secundaria y experto en la represión franquista en la Comunitat Valenciana.

El siguiente paso fue buscar por internet aquellas personas u organizaciones, que desde el primer momento entraban en la lista de posibles fuentes, pero de las que no se disponía el contacto. Afortunadamente, **se tuvo una respuesta afirmativa de la mayoría de ellas**, como la organización policial LGTB Gaylespol o la Peña Valencianista LGTB, que estuvieron encantadas de participar para hablar de temas desconocidos para una gran parte de la sociedad. Sin embargo, otras como la Asociación de Mujeres Lilith o la diputada de la Asamblea de Madrid, Carla Antonelli, no dieron respuesta y se tuvo que prescindir de estas entrevistas.

De esta forma, se ha contado con muchos expertos en la materia de ámbitos tan variados como el **deporte** (Javier Gil, investigador del grupo 'Actividad Física,

Educación y Sociedad' de la Universidad de València), la **psicología** (Rafael Ballester, experto en sexología y decano de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Jaume I), la **política** (Guillem Montoro, primer concejal trans valenciano), la **formación** (María Homsani, coordinadora del Grupo Trans de Lambda) o la **infancia** (Carola Alonso, presidenta de la asociación de menores trans Chrysallis), entre muchos otros (anexo 3).

No obstante, debido a las circunstancias excepcionales se debió hacer un cambio en algunas fuentes. En este caso, se trató de **aquellas relacionadas con la sanidad o medicina**, ya que los hospitales estaban desbordados y no concedían entrevistas a medios de comunicación. Por ello, **este tema se ha tratado de una forma más superficial a la que estaba prevista**. A pesar de esto, gracias a contactos fue posible hablar con David Martínez, cirujano jefe de la Unidad de Identidad de Género del Hospital General (Castelló), para conocer cómo eran las operaciones de reasignación de género mamario, porque les habían dado órdenes de no dar información sobre la situación actual de hospitales. Por lo que respecta al resto de fuentes, es cierto que hubo que reubicar fechas y modificar la forma de contacto pero **no hubo problemas reseñables**. Tener que realizar todas las entrevistas por teléfono o videollamada fue un contratiempo, ya que el objetivo era hacer vídeos de todas ellas para incluirlas en los respectivos temas, pero la insuficiente calidad de algunas llamadas hizo imposible esto y se optó por solicitar a varios entrevistados un vídeo, complementando mucho sus entrevistas.

*Transmitiendo* no solo se ha basado en expertos y testimonios, sino que las fuentes documentales han sido bastante útiles a pesar de las dificultades. Es decir, tal y como reconocieron algunos entrevistados y se pudo comprobar que era cierto, **el 'fenómeno trans' es más nuevo de lo que parece y hay pocos estudios oficiales** sobre esto, como por ejemplo, paro de este colectivo. No obstante, siempre se ha podido seguir hacia adelante buscando nuevos caminos. En relación a otros temas, ha sido relativamente sencillo encontrar estudios e informes como la situación de las personas trans en los diferentes países del mundo (informe de ILGA) o delitos de odio (Ministerio del Interior).

## Selección de contenidos

Uno de los aspectos más relevantes para cualquier medio de comunicación es la variedad y esta ha sido la base para *Transmitiendo*. Se han utilizado **el mayor número de géneros periodísticos posibles**, como es el reportaje, la entrevista, la noticia, galerías... Esto ha permitido dar una visión más amplia y completa sobre el colectivo trans, haciendo ameno al lector su visita a la web. Además, hay que aclarar que a excepción del reportaje audiovisual y la galería fotográfica, el resto de contenidos obligatorios han podido, en cierta forma, realizarse sin problemas.

- El reportaje se ha presentado como el género más utilizado, aunque sin abusar de él. Sus beneficios hacen posible explicar un tema concreto mediante un mayor uso de fuentes y datos contextuales. Así, hay ejemplos sobre ámbitos como **los medios de comunicación, las diferencias entre hombres y mujeres, la inmigración o la memoria histórica**, entre otros. Este último, de nombre 'Memoria democrática: Construyendo el futuro trans a través del pasado', contaba con la voz de dos expertos en la materia como son el presidente de la asociación de memoria histórica andaluza Pasaje Begoña, Jorge Pérez, y el investigador sobre represión franquista al colectivo LGTB en la Comunitat Valenciana, Agustín Zaragoza. El reportaje explica la situación de este colectivo durante el franquismo, pero también el funcionamiento de las leyes de protección actuales, tanto nacional como autonómica.

- La entrevista, tanto pregunta-respuesta como reportajeada, permite conocer la opinión del experto de forma directa. Siguiendo los criterios obligatorios de este TFG, se eligió a Rafael Ballester, investigador del grupo Salusex y experto en sexología. Gracias a esta, se pudo determinar el punto de vista psicológico de cuestiones como **el proceso de aceptación, el informe médico requerido o las fantasías y relaciones íntimas que practica este colectivo**.

- El reportaje radiofónico fue uno de los primeros que se realizó, ya que las fuentes pusieron muchas facilidades. El tema de este fue: **la agrupación policial LGTB Gaylespol y la lucha contra los delitos de odio**. Se contactó con la presidenta de

la asociación, Isabel Tapia, y un socio de esta en la Comunitat Valenciana, Manuel Virgos. Además, se utilizó el último informe de delitos de odio que publica el Ministerio del Interior.

- El reportaje audiovisual se planteó como el principal problema de todo el proyecto debido a la imposibilidad de salir de casa. En un primer momento, se propusieron dos temas: **las operaciones de reasignación mamaria en el Hospital General y el fenómeno LGTB de las kikiballs**, pero a causa de la originalidad y el impacto, se seleccionó el segundo tema, ya que estaba previsto realizarse un evento en mayo en València y se elaboró el teaser.

- La galería fotográfica también supuso los mismos problemas que en el caso anterior. Para ella, se tenía pensado **acudir a las manifestaciones que se llevarían a cabo en Castelló o València por el Día de la Visibilidad Trans (31 de marzo)**. Finalmente, se utilizó el mismo tema que para el reportaje, ya que los entrevistados pasaron varias fotografías llamativas de un evento previo en la discoteca valenciana Piccadilly.

Uno de los apartados más representativos de *Transmitemiendo* ha estado dedicado a elaborar entrevistas a personas trans anónimas y ha dado como resultado un enfoque diferenciador con respecto a otros medios, que merece la pena resaltar. Un ejemplo ha sido Carla Millán, una mujer de 50 años que explica la realidad de este colectivo durante las últimas décadas del S. XX. O también ha tenido un peso importante la verificación de bulos, donde se ha analizado, entre otras cosas, si los bloqueadores puberales son perjudiciales para los menores. Debido a la imposibilidad de elaborar ciertos temas, se ha potenciado el uso de infografías para la información de servicio para dar un toque más visual. Estas se han añadido también a la galería fotográfica y clicando en ellas, te redirige a la noticia donde se han usado. Hay muchos ejemplos, como 'centros de Castelló que realizan operaciones a personas trans' o 'recomendaciones para el tratamiento informativo de este colectivo'.

Asimismo, otro de los elementos diferenciadores de este medio es la introducción de breves vídeos para acompañar a las entrevistas que responden a una pregunta concreta.

Hay que destacar que además de los contenidos obligatorios, se ha intentado utilizar el mayor número de géneros posibles: **noticias** (situación de las prostitutas trans durante la cuarentena) o **podcasts** (situación de los menores trans). Uno de los problemas surgidos debido a la pandemia fue la incapacidad para elaborar crónicas, aunque estaba previsto realizar una sobre el festival LGTB QueerFest que se organiza en Castelló durante la semana de Magdalena.

Finalmente, se ha hecho un uso importante de las redes sociales, especialmente de Instagram, no solo para compartir las piezas sino para animar a los seguidores a participar en **encuestas** (qué temas tenían más interés en conocer), **experimentos sociales** (cuántos hombres trans famosos conocen o a qué edad se desarrolla la identidad de género)...

### Previsión de gastos necesarios para su realización

Los gastos requeridos para dicha elaboración **se concentraron básicamente en el reportaje audiovisual y los desplazamientos**. Estos pueden resumirse en las siguientes tablas:

#### Material audiovisual

Cámara reflex (Nikon D3500)	390 €
Trípode (modelo Andoer 360º)	34'99 €
Micrófono de mano (AKG Perception Live P3's)	33 €
Micrófono de corbata (BOYA by-M1)	19'45 €
Adobe Premiere	19'66 €

## Otros

Desplazamientos	75 €
Internet (Vodafone)	30'99 €
Tarifa móvil (Vodafone)	20'99 €

En definitiva, los gastos totales de este proyecto ascendían a **624'08 €**, sin embargo, hay que tener en cuenta que debido a las circunstancias excepcionales solo se ha necesitado internet, llamadas y videollamadas, por lo que el coste real ha sido de **51'98 €**.

## 2.2 PRODUCCIÓN

### **Enfoque**

El enfoque de *Transmitiendo* se puede definir en 2 conceptos: **especialización e imparcialidad**. Por lo que respecta al primero, hay que entenderlo desde una doble perspectiva, es decir, es un periodismo especializado, ya que **se han seguido las técnicas concretas** de este como el uso de unas fuentes determinadas o un mayor trabajo de documentación y elaboración. La idea principal residía en no dar los datos básicos, sino tanto los aspectos relevantes como su contexto. La segunda perspectiva para analizar se debe al público objetivo al que va dirigido, teniendo en cuenta que son personas trans o con conocidos de este colectivo. Así, se ha partido de la base que **los lectores tenían, aunque fuera, un mínimo de conocimiento** sobre este tema y hay conceptos básicos -especialmente en la sección de periodismo de servicio- que se ha dado por hecho que se conocían.

La imparcialidad resulta fundamental para cualquier medio de comunicación como forma de no perder la credibilidad y que la audiencia siga confiando. Para conseguir esto, se ha intentado evitar, en la medida de lo posible, **entrar en el terreno de la política** y no se ha mencionado ningún partido a excepción de una entrevista al primer concejal trans valenciano. Al fin y al cabo, este proyecto tenía como plan evitar cualquier sesgo ideológico y apostar por la pluralidad y la objetividad.

## Secciones y estructura

La información de *Transmitiendo* se ha dividido en **varias secciones para agrupar** las piezas de la forma más adecuada dependiendo de la temática, formato o ayuda que se estuviera buscando:

1. ¿Qué debes saber?: Esta fue la inicial y la que estuvo presente desde el principio. Consiste en **información de servicio orientada directamente a resolver dudas concretas** del estilo '¿Cómo puedo iniciar la 'transición' en una empresa y qué leyes me protegen?'. Sigue la línea de este periodismo concreto por lo que evita datos superfluos y utiliza infografías o listas para facilitar su lectura.
2. Nuevos retos: Pretende mostrar cuáles son **los derechos y retrocesos que se están dando actualmente** para las personas trans, como la situación de los migrantes trans en España y las solicitudes de asilo. El género predominante son los reportajes, ya que se ha buscado no solo dar los datos, sino un *background* suficiente para entender el tema.
3. Explorando: Esta sección **muestra la realidad de este colectivo en varios ámbitos**, huyendo de los tópicos. Así, habla de deportes, bailes o medios de comunicación. Como en el caso anterior, se ha optado por el uso de reportajes siguiendo los mismos objetivos.
4. Bajo el micro: En un primer momento, se planteó que fueran **entrevistas a expertos y a personas trans anónimas** para conocer todas las historias que, por no ser ciudadanos públicos, no tienen la opción de 'ver la luz'. Sin embargo, juntar estos dos tipos de fuentes resultaba confuso y poco práctico y se decidió crear **dos subsecciones**: 'La voz de lxs expertxs' (recoge entrevistas a personas con amplios conocimientos) y '1001 vivencias' (muestra las historias más curiosas del colectivo trans valenciano).
5. Desmontando bulos: Se usa un estilo similar al **periodismo de servicios pero aplicado al fact-checking**. Se han compartido varias dudas o bulos relacionados con las personas trans y se ha buscado la solución, como por ejemplo, si los bloqueadores puberales son perjudiciales para los menores.

La web de *Transmitiendo* se ha creado mediante criterios que faciliten su uso y sea sencillo acceder a todas sus partes. La página **se abre con la cabecera del medio y clicando en esta, se redirige al menú de Inicio** independientemente de la sección en la que el lector se halle. La misma cabecera presenta en la esquina inferior derecha las diferentes redes sociales a las que se puede acceder (Twitter, Instagram, Youtube y Spotify).

El menú de Inicio está habilitado para que **solo se visualicen 10 piezas**, ya que en este apartado se encuentran las galerías de imagen y si hubiera muchas noticias, sería improbable que el lector descendiera tanto para verlas. Sin embargo, el resto de secciones no tienen limitación de espacio, por lo que ningún artículo se pierde.

Las piezas que muestran las diferentes secciones **presentan título, subtítulo, autor, fecha y duración estimada de lectura**, mientras que se ha prescindido de los comentarios y los 'me gusta', no obstante, esto está presente en cada noticia. El objetivo era tener un menú lo más limpio posible, pero sin eliminar la posibilidad de *feedback*.

Además, **el uso de hipervínculos está presente en la mayoría de temas**, tanto redirigiendo a otras piezas de la web como a estudios o páginas de organizaciones.

Finalmente, en el fondo se pueden hallar los mecanismos para suscribirse al medio, así como para contactar con él. En ambos casos, se envía un mail a [trasmitiendodigital@gmail.com](mailto:trasmitiendodigital@gmail.com) y se puede **solicitar el acceso a la suscripción**.

No obstante, la web se plantea para acceder a ella tanto con el ordenador como móvil o tablet gracias a la adaptación de diseño y estructuras (responsive design) que permite que sea útil y efectiva en cualquier pantalla.

## Diseño

El estilo corporativo sigue la línea para generar sensación de unidad y cohesión. En concreto, se ha apostado por **la elegancia y la modernidad**, es decir, se ha



utilizado un formato serio -a partir de la tipografía, distribución de contenidos, etc.- para transmitir la idea de medio de comunicación tradicional y especializado y no un blog amateur. Sin embargo, el elemento moderno lo aportan principalmente los **colores seleccionados**, ya que se ha huido en la mayoría de casos de tonos típicos como son el negro o el azul oscuro y se han utilizado el azul claro, rosa y blanco, **los que conforman la bandera trans**, aunque el color corporativo es mayormente el rosa. De esta forma, se consigue apostar por un diseño diferente y que representa la temática del periódico.

La modernidad se puede observar, por ejemplo, en el logotipo. Está formado por **un triángulo negro que en su interior presenta 3 T, una de cada uno de los colores de la bandera trans**. El significado que pretende mostrar es, en primer lugar, la elegancia moderna explicada previamente y, además, que a diferencia de la creencia popular, este colectivo es más complejo de lo que parece. Este uso de colores y tonalidades es evidente sobre todo en las redes sociales, que han seguido el mismo diseño durante todas las publicaciones, historias, etc.

**La tipografía también se ha basado en los mismos esquemas.** Para la cabecera y las secciones se ha utilizado la Helvetica (tanto Bold como Light), que refleja perfectamente el estilo propio de *Transmitiendo*. Por otro lado, para las noticias se ha optado por la Roboto Bold para los titulares y la Raleway Semi Bold para el resto. Este conjunto de tipografías usadas crean buenas sinergias y un efecto adecuado.

## **Interactividad**

Para un buen feedback con los lectores, no basta con permitirles comentar en la web hoy en día, son necesarias las redes sociales. Así, se ha escogido **Twitter e Instagram**, las dos más visuales y aptas para este tipo de temas. (anexo 5).

En Twitter, se han compartido todas las piezas, así como **se han creado algunos hilos cuando la información era demasiado extensa y no se podía publicar en un tweet**. Sin embargo, hay que reconocer que los resultados no han sido tan buenos como los esperados, ya que solo se han conseguido 60 seguidores, a pesar

de hacer un uso casi diario. No obstante, varias organizaciones como Pasaje Begoña han tenido en cuenta a *Transmítendo* y cuando publicaban asuntos de temática trans, etiquetaban a este medio.

Instagram ha sido la gran herramienta, ya que ha permitido dar a conocer bastante los temas entre los usuarios, tanto seguidores como no. En este caso, las publicaciones contaban con imágenes más llamativas y esto ha generado que los seguidores tuvieran curiosidad por entrar en la web. Además de estas, **se han subido casi diariamente historias con encuestas, cuestionarios y experimentos, tanto para utilizarlas en las piezas como para dar vida al perfil.** Asimismo, muchas organizaciones como Gaylespol o la Peña Valencianista LGTB han dado visibilidad a la web, permitiendo alcanzar un número de seguidores relevante, 120 en concreto.

Aparte de esto, se creó una playlist en Spotify con artistas o grupos trans y un canal de Youtube para compartir las piezas radiofónicas como reportajes o podcasts.

### 2.3 POSTPRODUCCIÓN

Para la creación de la web, se ha optado por la plataforma Wixsite. Esta cuenta con **un funcionamiento muy sencillo de controlar**, por lo que el tiempo invertido para el desarrollo de la página no ha sido excesivo y se ha podido utilizar en preparar las diferentes piezas informativas. Como se ha explicado previamente, las redes sociales empleadas han sido Twitter e Instagram y para su contenido, se ha seleccionado **la plataforma Canva**, que permite crear imágenes de excelente calidad y con diseños atractivos y directos.

Por otro lado, para los reportajes radiofónicos, se decidió realizarlos mediante Audacity y Youtube, ya que al poder utilizarse una imagen fija es visualmente más llamativo y no tan frío como plataformas del estilo Spotify.

### 3. RESULTADO FINAL

#### 3.1 REFLEXIÓN CRÍTICA

A pesar de los múltiples -no han sido pocos- inconvenientes, *Transmítendo* ha sido **capaz de elaborar bastantes piezas periodísticas de gran calidad y aceptación por parte de los lectores**, por lo que desde esa perspectiva, hay que destacar que los esfuerzos realizados han dado sus frutos.

Todas las secciones han podido recoger una cantidad considerable de piezas, así que existe suficiente variedad informativa, ya que los temas se ha intentado que sean lo más diversos posibles y  **cubran la mayoría de ámbitos de la sociedad**, así como utilizar fuentes muy diferentes pero siempre expertas. (anexo 4)

Hay que destacar que la cuarentena no ha afectado tanto como se esperaba al principio, sin embargo, ha complicado el desarrollo de las principales piezas, teniendo que crear contenidos con una planificación menos elaborada y un resultado más cuestionable. No obstante, **nunca se ha puesto en peligro la calidad de las piezas** y se han descartado varios temas debido a que no cumplían los estándares periodísticos.

Pero en un plano general, *Transmítendo* presenta unos resultados positivos y perfectamente adecuados para un medio de comunicación profesional.

#### 3.2 COMPARACIÓN

Como se ha comentado previamente, la cuarentena no ha tenido un peso importante y no se han necesitado tantos cambios, aunque sí ha significado que **las principales piezas (crónicas, reportaje audiovisual...) no pudieran realizarse de forma prevista**. Uno de los puntos que pretendían tratarse a fondo era **la retransmisión radiofónica de los principales eventos relacionados con este colectivo como el Día de Visibilidad Trans, Día contra la LGTBfobia o el festival Queerfest, que también servirían para las galerías de fotos**. Además, las

entrevistas eran el 'plato fuerte' de este medio y se tenía en mente grabar en vídeo alguna parte para publicarse con un formato distinto y dar variedad.

Lógicamente, todo esto no ha podido hacerse y se tuvo que pensar en alternativas realistas. En primer lugar, con todos los eventos y actividades suspendidas, **se optó por una selección más teórica, con charlas o directos de Instagram**, así como reportajes radiofónicos de servicio, que tuvieron bastante acogida entre los oyentes. Sin duda, el mayor problema fue el reportaje audiovisual, ya que pretendía grabarse un *kikiball*. Ante la incapacidad de esto, **la solución fue hacer un teaser y una pieza escrita, ya que el tema era muy interesante y sería extraño no publicarlo**. Además de esto, los entrevistados enviaron varias fotos y algún vídeo sobre eventos pasados y se procedió a una galería fotográfica para poder ampliar el conocimiento sobre estas competiciones. De esta forma, **una gran parte del reportaje audiovisual pudo compartirse**. Además, para la galería también se eligieron varias películas y series de temática trans y se promocionaron para darlas a conocer, así como se incluyeron todas las infografías que se han desarrollado durante el proyecto. Debido a estas circunstancias, **se potenció la sección de entrevistas, dividiéndolas entre expertas y personas anónimas**. Para acabar, las entrevistas por video fueron problemáticas, ya que no tenían calidad suficiente debido al internet de algunas fuentes y **se les pidió a algunos de ellos que se grabaran con el móvil durante unos 30 segundos** para incluirlo y que no fuera todo texto.

### 3.3 PUNTOS FUERTES Y LIMITACIONES

Sin ninguna duda, el mayor punto fuerte que ha tenido *Transmítendo* ha sido **el papel colaborativo de la gran mayoría de fuentes**, que ha hecho posible que este proyecto saliera adelante con una calidad óptima y unos formatos variados. Han mantenido una actitud muy proactiva, participativa y con interés en formar parte de esto, así como **han estado abiertos a cualquier forma de contacto que se les proponía y han proporcionado todo el material que se les requería** como imágenes, estudios o vídeos. Además, no solo ellos, sino que los propios

seguidores de *Transmítendo* han servido de mucha ayuda proponiendo temas, colaborando en encuestas o compartiendo las publicaciones.

No obstante, el principal problema al que se ha enfrentado este medio, aparte de la cuarentena y los cambios de guion explicados previamente, es **la falta de estudios y documentos oficiales sobre este colectivo**. Al ser un tema relativamente nuevo, las instituciones y expertos todavía no han analizado la totalidad de su realidad y hay varios vacíos. Sin embargo, no ha sido nada relevante y mediante búsquedas exhaustivas se ha podido sacar todo. Por ello, se puede decir que uno de los inconvenientes que han aparecido durante su elaboración, es a su vez un punto fuerte para los lectores, ya que les permite conocer datos que son prácticamente invisibles.

### 3.4 CONCLUSIONES

Este proyecto me ha ayudado a comprender varios conceptos sobre la profesión periodística. En primer lugar, **la importancia del trato con la fuentes**. Como se ha comunicado antes, el papel de los entrevistados para este medio ha sido necesario y sin duda ha tenido que ver con la actitud con la que el periodista se ‘enfrenta’ a ellas, es decir, hay que conocerlos. A la hora tanto de contactar con ellos como para las futuras entrevistas, **he buscado un estilo propio, acorde con sus características** para hacerlos sentir cómodos y estuvieran más dispuestos a colaborar.

En segundo lugar, **la búsqueda de temas**. En un primer momento, elaboré una lista de posibles piezas según las noticias que observaba en los medios de comunicación. Sin embargo, al crear las redes sociales, descubrí muchos temas y fuentes que sin ellas no habría podido conocer. He visto que **hay que ir más allá de lo obvio e indagar para acceder a aspectos no tan conocidos** pero muy interesantes.

Finalmente, un proyecto de estas características me ha **ayudado mucho a dominar múltiples áreas y salir de la zona de confort**. Al final, he sido yo quien debí

buscar temas, realizar entrevistas, redactar y locutar piezas, editar imágenes y vídeos y llevar las redes sociales. Todo esto permite al periodista evolucionar y ser capaz de enfrentarse a un medio de comunicación real.

En definitiva, se ha visto que *Transmitiendo* ha funcionado y podría ser una publicación digital a largo plazo, aunque para ello sería relevante contar con una persona más, ya que elaborar un medio individualmente es muy complicado. De esta forma, se podría publicar más a menudo y con una periodicidad más precisa, así como hacer un uso mayor de las redes sociales con contenido más elaborado. Una de las ventajas es que se han conseguido buenas relaciones con muchas de las fuentes, así que podría contar con ellas sin problemas. No obstante, para todo esto también sería necesario adquirir un dominio en la plataforma Wixsite o crear una página web de pago. Esto supondría una mayor visibilidad en la red y posibilidades reales de obtener ingresos por este trabajo.

## ANEXO 1

### ENLACES

URL: <https://transmitiendodigit.wixsite.com/transmitiendo>

Teaser:

<https://drive.google.com/file/d/1V1GNmGzM-6VIISUiE--Qlw3Adyl42FD0/view?usp=sharing>

## ANEXO 2

### REALIZACIÓN REPORTAJE AUDIOVISUAL

Debido a los motivos explicados previamente, la elaboración del reportaje audiovisual tal y como estaba planteado fue imposible de realizar, por lo que se optó por un teaser más breve para presentar el tema. Sin embargo, debido a los problemas circunstanciales, se ha elegido no subirlo a la web y entregarlo al tribunal mediante un enlace de Drive. La idea principal de este fue montar un video atractivo que diera ganas al espectador de querer ver el futuro reportaje completo. Así, se presentaron los datos más interesantes y se descartaron explicaciones históricas.

Las diferentes partes del teaser fueron: en primer lugar una apelación indirecta al público con términos relevantes en este 'mundillo' como *vogue*, *realness* y *pose*, así como un breve resumen sobre el tema a tratar. A continuación, una definición de las *kikiballs* y las diferencias entre aquellas llevadas a cabo en los 80 (clandestinas) y las actuales (un fenómeno de masas).

En tercer lugar, se presentan los eventos realizados en València y se incluye un corte de uno de los organizadores indicando cuál es el 'planning' de una kiki. Para acabar, se habla de la 'familia' más popular en la ciudad y sus logros.

Para su elaboración, se han utilizado imágenes cedidas por la 'familia Cosima' de varios eventos donde ellos han participado. Además, para el corte, debido a la mala

calidad del vídeo, se ha optado por adjuntar el sonido junto a una imagen de uno de los entrevistados proporcionada por él mismo. Para el fondo, no se ha incluido música, ya que al tratarse de eventos de baile, contaban con su propio sonido y resulta más interesante que canciones aleatorias. No obstante, para el inicio y el final del teaser, donde se anuncia que es un teaser, se ha cogido música -la misma que para los podcasts- de un banco gratuito.

A pesar de ser un teaser, ha captado la esencia de lo que habría sido el reportaje final, ya que el evento que se puede ver es similar al que se habría llevado a cabo en mayo. El principal cambio ha sido que se tenía previsto grabar el backstage, mientras los participantes se estaban preparando, maquillándose... así como ver a los jueces valorando a los diferentes competidores y dando al final el trofeo a la persona vencedora. No obstante, la idea y la sensación que se pretendía mostrar está presente.

De esta forma, las dos fuentes personales escogidas para la realización del reportaje audiovisual han sido Ororo Cosima, uno de los pioneros de estos eventos en València y profesor de vogue femme (baile) y Mussa Cosima, maquilladora, estilista y bailarina. Estos dos miembros de la familia poseían habilidades distintas que configuraban una pieza periodística muy completa. Sin embargo, ambos contaban con una situación tecnológica complicada por lo que las videollamadas tuvieron que detenerse a la mitad, ya que no se veía ni escuchaba y se llamó por teléfono. A pesar de esto, los dos informaron de datos muy interesantes y se introdujo en el teaser la declaración más curiosa.

Además, el montaje y edición del mismo fue la parte más complicada. No disponía de programas de buena calidad, debido a mi situación personal, como Premiere y tuve que descargar uno llamado Filmora, que editaba de forma parecida al mencionado previamente, pero la versión gratuita incluye además una marca de agua que estropea la imagen. Sin embargo, esta fue la última solución, ya que se probaron muchas alternativas y ninguna era efectiva. Es por ello por lo que el teaser no ha sido publicado en la web y se comparte por Drive.



## ANEXO 3

### ABSTRACT

#### 1. PLAN

##### 1.1 INTRODUCTION

*Transmitiendo* is an online paper that specialises in the transgender (trans) collective. The initial idea was to focus only on the Valencian Community population. However, due to the exceptional conditions and the media relevance, some topics are treated from a national point of view.

The paper's objectives can be summarised with four points:

1. Covering the lack of information about the trans community in order to avoid rumours and fake myths.
2. Offering current service information to transgender people or their families and friends about aspects like administration or health service.
3. Giving voice to experts and turn into subject those people who never stood a chance.
4. Creating multimedia spaces and social media profiles to upload pictures, videos, and computer graphics.

Therefore, *Transmitiendo's* target audience is, logically, the Valencian transgender collective, as well as their families and friends and other people who may be interested in this topic.

There are some online newspapers about the LGTB community. However, none of them are 100% based on trans people. Besides, all of these have a national point of view, while the only media with an autonomic perspective can be found at the news section of the activism organization *Lambda*. *Transmitiendo* bets on content that focuses primarily on Valencians, in a way that every Spaniard could understand it.

Also, one of the initiatives of this media is to collect stories about trans people who never had the opportunity to publish them, allowing other people to learn from a different point of view.

There are some reasons why it was interesting to create this webpage. One of them is the lack of information, which is the main cause of many fake news and discrimination. Other reasons are the high suicide rate of trans minors, the encountered sociological changes due to the popularity of the far-right political party Vox, and all the advances in trans matters that have occurred in Valencian Community.

## **2. ADAPTATION'S REPORT**

### **2.1 PREPRODUCTION**

*Transmitiendo* has several personal sources, all of them experts in their respective fields. The paper features experiences from Javier Gil (UV researcher of the Sports, Education and Society group), Rafael Ballester (sexology expert), Guillem Montoro (trans city representative) and Carola Alonso (trans minor association Chrysallis' president), among others. In addition, documentary-based sources have also been used, like reports on trans migrant's situation or hate crimes.

However, one of the main problems due to Covid-19 was the impossibility of researching deeper on the medical field since all hospitals were banned to talk about the current centre condition. Despite the hard situation, it was possible to interview David Martínez, Castellón's General Hospital Breast Unity surgeon, about how mammary procedures are.

In order to distribute the information, different journalistic techniques have been used. These techniques feature reports, news, podcasts, and photo galleries. It was planned to elaborate chronicles about different events (Trans Visibility Day, QueerFest Fest, etc.) but they were cancelled. Besides, social media platforms, specially Instagram, have been used for posting surveys or social experiments.

The expenses for the realization of *Transmitiendo's* project came to 624'08 €, considering technical material such as cameras or microphones, displacements, and Internet. Nevertheless, due to the current quarantine, it was just necessary the Internet connection and a mobile rate, lowering the expenses to 51'98 €.

## 2.2 PRODUCTION

The standpoint of *Transmitiendo* is based on two concepts: specialisation and neutrality. The first means that, in order to elaborate the news, specialised journalism's techniques have been the centre of the project. Besides, the paper is addressed to an audience with certain knowledge about the topic. To guarantee neutrality, this media has run away from politics to avoid ideological bias and respect objectivity.

The webpage has been divided into the following sections:

1. What should you know?: Service information that includes topics such as 'How can you start the *passing* at your job?' or 'Relevant facts about trans children'. It avoids superfluous data.
2. New challenges: Pretends to explain the advances and setbacks in the trans collective rights (trans migrant's situation). It is mainly based on reports to show background in a better way.
3. Exploring: It shows the reality of this community in different fields like sports, media or dance events. It uses reports because of the same reasons as above.
4. Under the microphone: It contains interviews and is divided into two subsections. *The voice of the experts*, which contains the opinion of people with huge knowledge in this topic, and *1001 experiences*, featuring experiences about ordinary people of different gender and age.
5. Dismantling rumours: Service journalism applied to fact-checking (i.e. 'are pubertal blockers dangerous to minors?').

*Transmitiendo's* webpage is created following criteria that facilitate its use, such as clicking on the header to move to the main menu. There are several hyperlinks that connect news with other on the same page, or the organizations involved in the topics. Besides, it is possible to access the media from different platforms (i.e. computer, smartphones, etc.) thanks to its responsive design.

The corporate style pretends to generate a feeling of elegance and modernity. This is accomplished using white, blue, and pink, which represent the trans flag and are the main part of the logo. The corporate's main colour is pink, which can be seen in both the digital publication and social media.

To give a greater visibility, *Transmitiendo* has Instagram and Twitter accounts. This allows the paper to share its publications and have more readers. On the one hand, Twitter has been used to create threads to explain all the information, but the results are not as good as it was expected. On the other hand, Instagram was the big helper during this process, considering that many readers use it to be updated with news, and the majority of them had help participating in surveys and social experiments. In addition, many organizations have shared these publications, allowing *Transmitiendo* to be more popular.

## **2.3 POST-PRODUCTION**

In order to create the website, the platform Wixsite has been used. This has a simple way of working, so most of the time could be dedicated to improve the quality of the publications. As aforesaid, Instagram and Twitter are the social media platforms chosen, whose posts were created with Canva. For sharing radio reports and podcasts, YouTube was the main platform.

## **3. FINAL RESULT**

### **3.1 CRITICAL REFLECTION**

Despite some problems occurred because of Covid-19, *Transmitiendo* was able to elaborate high quality news with great acceptance by readers. All sections include informative variety as well as different expert sources. It is necessary to say that

quarantine has not affected the project as much as I thought at the beginning, but it had a huge impact in some of the most relevant pieces as the audio visual report or the chronicles. However, quality has never been in danger, and all the pieces that were not good enough have been discarded. To sum up, this digital publication presents positive results and could be perfectly suitable for a real media.

### **3.2 COMPARISON**

Bearing in mind what was said before, quarantine did not have a huge impact and not many changes were needed. Nevertheless, some relevant news pieces as chronicles or photo galleries could not be done. The main idea was to broadcast big events like the Trans Visibility Day or the Day against LGTB phobia. These could have been used for podcasts but also for galleries. Interviews were thought to be made by video to give variety. However, some personal sources had insufficient Internet quality.

Due to all the problems, the first solution was to adapt the audio visual report, creating a teaser to show all the images that the sources had sent, as well as elaborating a written piece to allow readers to know more about *kikiball*. In order to fix the interview issue, some of them were requested to record a video saying the main points of their interview to be included on the platform. As for the photo galleries, the solution was to create one with pictures sent by *kikiball* sources and made another with trans-related movies and TV series.

### **3.3 STRENGTHS AND LIMITATIONS**

Without a doubt, the collaborative role of the sources made possible the success of *Transmitiendo* since most of them have maintained a proactive attitude. They did not hesitate to send any required material like pictures or reports. Besides, the readers themselves were very helpful and a relevant part of the project. On the other hand, the main problem (besides quarantine) was the lack of official information about the trans collective, considering it is a relatively new topic and most of the institutions have begun recently to study that.

### 3.4 CONCLUSIONS

This project has been useful to understand many concepts about a journalist job and to complete the four-year degree. Amongst these concepts, one my find the personal sources treatment, since without them there is no way to succeed. It is necessary to know them in order to offer a unique style and to make them feel comfortable. Secondly, it is important the topic's search and to know how to do it. The simple way is to look in different webpages and to write a list with found topics. However, while searching in social media platforms, it may be possible to find more interesting and original subjects. Finally, it helps to control some areas and stepping outside the comfort zone because there is just one person in charge of everything (i.e. elaborating pieces, looking for pictures, managing social media, etc.), making it easier for a journalist to get a job in the real world.

### ANEXO 4

#### MAPA DE FUENTES

NOMBRE	CARGO	FORMATO DE ENTREVISTA
Agustín Zaragoza	Educador e investigador de la represión franquista al colectivo LGTB	Skype
Airto Granell	Hombre trans	Llamada telefónica
Amparo Ramada	Socia de la Peña Valencianista LGTB	Zoom
Carla Millán	Mujer trans	Llamada telefónica
Carmen Navarro	Abogada del servicio de asesoramiento Orienta	Llamada telefónica
Carol Murcia	Mujer trans de Honduras	Llamada telefónica
Carola Alonso	Presidenta de la	Skype

	asociación de menores trans Chrysallis	
David Martínez	Cirujano y responsable de la Unidad de Mama del Hospital General (Castelló)	Skype
Guillem Montoro	Primer concejal trans español	Skype
Isabel Tapia	Presidenta de la asociación policial LGTB Gaylespol	Skype
Izaro Antxia	Futbolista trans federada	Zoom
Javier Gil	Presidente del club deportivo LGTB Samarucs	Skype
Jorge Pérez	Presidente de la asociación de memoria histórica Pasaje Begoña	Llamada telefónica
Kai Escrich	Hombre trans	Skype
Manuel Virgos	Socio de Gaylespol en la Comunitat Valenciana	Llamada telefónica
Mar Cambrollé	Activista trans	Directo de Instagram
Marc Domingo	Hombre trans	Zoom
María Homsani	Coordinadora del Grupo Trans de Lambda	Llamada telefónica
Mussa Cosima	Estilista y bailarina	Llamada telefónica
Ororo Cosima	Pionero de las <i>kikiball</i> en València y profesor de baile	Videollamada por Instagram
Pastora de Florencio	Presidenta de Castelló LGTBI	Llamada telefónica
Paula González	Mujer trans	Videollamada por Whatsapp
Quim Esteban	Periodista en RNE	Videollamada por Whatsapp

Rafael Ballester	Coordinador del grupo de investigación Salusex (UJI)	Skype
Rodrigo Araneda	Presidente de la asociación de migrantes trans Acathi	Zoom
Toño Abad	Director del Observatorio Valenciano contra la LGTBfobia	Llamada telefónica

## ANEXO 5

### CALENDARIO DE PUBLICACIONES

MARCH 2020						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

APRIL 2020						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2

MAY 2020						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6



## LISTADO DETALLADO

### -Marzo

1. 24/03: «Las mujeres trans no tenemos que pedir permiso para unirnos a la lucha feminista»

### -Abril

1. 08/04: Medios de comunicación como escaparate de la realidad
2. 12/04: Memoria democrática: Construyendo el futuro trans a través del pasado
3. 15/04: Toño Abad: «Solo se denuncian el 10% de agresiones LGTB»
4. 18/04: Izaro Antxia: «Las deportistas trans no tenemos una ventaja»
5. 19/04: ¿Qué esperar de la 'transición' en el entorno profesional?
6. 22/04: El 'gol' contra la intolerancia
7. 25/04: ¿Es lo mismo la orientación sexual que la identidad de género?
8. 26/04: Los hombre trans no existen
9. 30/04: La Covid-19 evidencia la situación de vulnerabilidad de las prostitutas trans

### -Mayo

1. 01/05: «Los referentes que existen tienen vidas complicadas y piensas '¿Eso tendré que pasarlo yo?'»
2. 03/05: Mastectomía y mamoplastia, ¿Qué se debe saber?
3. 04/05: Los torneos deportivos inclusivos ganan fuerza
4. 06/05: Guillem Montoro: «El 'autobús naranja' marcó un antes y un después en el activismo trans en España»
5. 08/05: Ballrooms: Fusión entre clandestinidad y necesidad de expresión
6. 10/05: «Los hombres lo tienen más fácil: nadie piensa que una persona con barba sea una mujer»
7. 11/05: Gaylespol y la lucha contra los delitos de odio

8. 12/05: Rafael Ballester: «Hay gente que se lesiona los genitales porque los odia y siente aversión»
9. 13/05: «Me han dado palizas diarias por no ser normativo»
10. 14/05: Migrante y trans: una doble barrera
11. 15/05: Resolviendo dudas sobre lxs niñxs trans
12. 17/05: Galería fotográfica series y películas sobre temática trans
13. 17/05: «En los 80, las mujeres trans vivían excluidas del sistema»
14. 18/05: ¿Los bloqueadores puberales son perjudiciales para lxs menores?
15. 20/05: «La UJI tiene un buen protocolo de atención trans pero se debe ir a más»
16. 25/05: ¿Se dedican todas las mujeres trans a la prostitución?
17. 27/05: Universidades, centros de formación en tolerancia

## ANEXO 6

### USO DE REDES

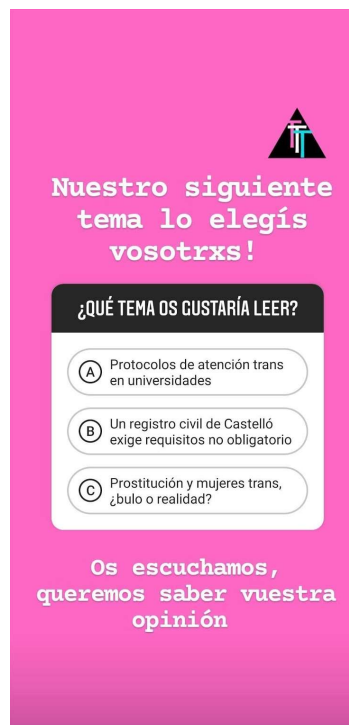
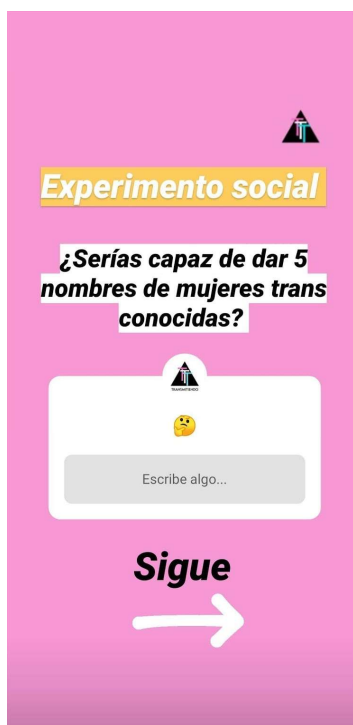
Como se ha comentado previamente, Twitter e Instagram han sido las dos redes utilizadas para dar visibilidad a Transmitiendo y aumentar la cifra de lectores. Por lo que respecta a Twitter, se ha usado un diseño basado en el color rosa, seña de identidad del medio. De esta forma, varias organizaciones han compartido las publicaciones del medio y han ayudado a dar difusión, como han sido la asociación policial LGTB Gaylespol y la Peña Valencianista LGTB.



Feedback recibido en Twitter

Por su parte, en Instagram se ha hecho un uso más intensivo debido a las herramientas que presenta, como las stories. Se ha preguntado a los seguidores sobre qué querían leer, han participado en encuestas que han servido posteriormente para piezas y han puesto a prueba sus conocimientos sobre el

colectivo trans. Todo esto ha contribuido a generar expectación, que se ha visto reflejada en la interactividad de esta red.



Actividades llevadas a cabo a través de Instagram

## BIBLIOGRAFÍA

A3 Noticias. (20/01/20). Vox quiere aplicar el 'pin parental' en la Comunidad Valenciana. En: *Antena 3 Noticias*. Recuperado de:  
[https://www.antena3.com/noticias/espana/vox-quiere-aplicar-pin-parental-comunidad-valenciana\\_202001205e25e3170cf2f884f21b42ff.html](https://www.antena3.com/noticias/espana/vox-quiere-aplicar-pin-parental-comunidad-valenciana_202001205e25e3170cf2f884f21b42ff.html)

EFE. (1/11/19). Denuncian el suicidio de una joven trans en Llíria por el acoso que sufría. En: *El Mundo*. Recuperado de:  
<https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2019/11/01/5dbc9f90fdddff4f2d8b4650.html>

EFE. (30/01/20). Vox impide una declaración sobre la liberación de Auschwitz en el Ayuntamiento de Valencia. En: *Las Provincias*. Recuperado de:  
<https://www.lasprovincias.es/valencia-ciudad/ribo-denuncia-impida-20200130134022-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

Flick. (15/09/2018). Más de la mitad de los chicos trans adolescentes han intentado quitarse la vida, según un estudio americano publicado en «Pediatrics». En: *Dos Manzanas*. Recuperado de:  
<https://www.dosmanzanas.com/2018/09/mas-de-la-mitad-de-los-chicos-trans-adolescentes-han-intentando-quitarse-la-vida-segun-un-estudio-americano-publicado-en-pediatrics.html>

ROMERO, V. (01/07/19). La última de Vox: pide los informes penales de personas LGTBI que trabajan con niños. En: *El Confidencial*. Recuperado de:  
[https://www.elconfidencial.com/espana/comunidad-valenciana/2019-07-01/vox-lgtbi-informes-penales-daros-personales\\_2099610/](https://www.elconfidencial.com/espana/comunidad-valenciana/2019-07-01/vox-lgtbi-informes-penales-daros-personales_2099610/)

VICENTE, D. (07/01/2020). El Hospital General de Castellón ha operado ya a una decena de transexuales. En: *El Mundo*. Recuperado de:  
<https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2020/01/07/5e145a96fc6c83cf038b4591.html>