

UNO DE CADA CINCO MATCHES ES QUEER

TINDER SE REAFIRMA COMO ESPACIO DIVERSO CON LA LLEGADA DE SEXUAL ORIENTATIONS A ESPAÑA

Según la primera encuesta sobre identidades fluidas de Tinder, la Gen Z europea se revela como una aliada de la diversidad en todas sus vertientes

Madrid, 25 de junio, 2020. Se cumple un año del lanzamiento de [Sexual Orientations](#) en Estados Unidos, que revela que uno de cada cinco matches es queer. Aunque este año el Orgullo va a ser diferente (¡pero ni mucho menos se cancela!), Tinder refuerza su compromiso con la diversidad lanzando la funcionalidad Sexual Orientations en España. El objetivo es empoderar a los miembros de la comunidad LGBTQ+ en la app para que abracen su identidad y se muestren más auténticos a la hora de conocer gente.

Creada en colaboración con la asociación [GLAAD](#), Sexual Orientations permitirá a los miembros identificarse con hasta tres de las nueve orientaciones disponibles: heterosexual, gay, lesbiana, bisexual, asexual, demisexual, pansexual, queer y questioning. Esta funcionalidad se complementa con [More Genders](#), que desde hace dos años, permite a los usuarios españoles identificarse más allá del género binario en la app.

“Todo el mundo merece la oportunidad de ser ellos mismos al exponerse a conocer gente nueva, ya sea en la vida real o en nuestra aplicación”, afirma Elie Seidman, CEO de Tinder. “Cuando nuestros miembros usan las funcionalidades que hemos desarrollado en asociación con GLAAD, vemos que crear una experiencia más inclusiva tiene un impacto real, especialmente entre los usuarios más jóvenes, y estamos entusiasmados por ofrecer esta opción a personas de todo el mundo”.

Paralelamente a este lanzamiento, para celebrar y reivindicar la lucha del colectivo en la "nueva normalidad", también habrá acciones en la cuenta de [Instagram de Tinder en España](#), como un filtro original para celebrar el Orgullo y una edición especial de Tinder Confidential, una serie de conversaciones íntimas entre los influencers de la Gen Z, en esta ocasión King Jedet. Además, Tinder se ha asociado en España con la Federación Estatal LGTB (FELGTB). Del 26 de junio al 5 de julio, la app animará a sus miembros a unirse a la primera manifestación virtual del Orgullo en nuestro país y a participar en la acción "Mil balcón es mi Orgullo".

Aliados de la diversidad

Con Sexual Orientations, las conexiones serán mucho más inclusivas, cumpliendo con las demandas de los jóvenes entre 18 y 25 años. Ésta es una generación aliada de la diversidad, según arrojan los datos de la primera gran encuesta sobre identidades fluidas llevada a cabo por Tinder en 6 países europeos. Y es que la radiografía de la llamada Generación Z, que ya es mayoría en Tinder, es clara. Son a la vez aliados y parte de la diversidad, no entienden de etiquetas estancas y tienen referentes personales con un discurso inclusivo.

Descubre las conclusiones más llamativas del estudio:

LA GEN Z, ALIADA DE LA DIVERSIDAD

- Para la Gen Z, la diversidad debería ser uno de los pilares clave de la sociedad actual. En lo relativo a diversidad, parece que avanzamos, pero todavía queda mucho por hacer. El 77% de los encuestados piensa que su generación es más abierta que la de sus padres.
- La Gen Z es crítica: entiende que la cuestión del privilegio es clave para ser uno mismo. Identificarse como fluido es una forma de definirse a uno mismo, que incluye género, sexualidad y un estilo de vida, según el 56% de los participantes. La mayoría está de acuerdo en que el grado de aceptación en su entorno es una cuestión de privilegio (64%), es decir, que entran en juego factores como la clase social, el estatus económico, la etnia, etc.
- Una generación abierta, pero el pasado sigue presente. El 49% de la Gen Z admite que los conceptos tradicionales de género y sexualidad afectan a su identidad o a sus oportunidades futuras. Son conscientes de que en la sociedad todavía tienen mucho peso estereotipos y valores con los que ellos no se identifican. De ellos, el 28% cree que, en el futuro, es probable que sean juzgados con criterios diferentes a los de sus compañeros. El 26% se siente agobiado por las típicas preguntas de la sobremesa en Nochebuena: “¿tienes ya novia?”, “¿Para cuándo el niño?”, e incluso uno de cada cuatro se siente presionado para encajar en los estereotipos asociados a su género o sexualidad.
- ¿Salir o no del armario? El 56% de la Gen Z cree que salir del armario puede ser un concepto anticuado para algunos, pero a otros (20%) todavía les cuesta hablar de sí mismos abiertamente. También admiten que para algunos, todavía es necesario para que los identifiquen como realmente se sienten. Aunque cada vez es menos necesario verbalizar su identidad con sus amigos, sigue quedando pendiente esa “conversación” con familia y generaciones mayores. Por otro lado, el 32% de los Gen Z que necesitaba salir del armario para encontrar su “verdadero yo” lo hizo y tuvo una experiencia muy positiva. Sin embargo, todavía hay un 27% de jóvenes españoles que permanecen en el armario, ya que no se sienten cómodos compartiendo su identidad con su familia y entorno.
- Relaciones sin etiquetas. Según la encuesta de Tinder, el 48% está de acuerdo en que ahora están más abiertos a salir con alguien de género, sexualidad o identidad diversas y es que para eso son la Generación más queer. Pero no es purpurina todo lo que reluce: sólo el 27% admite que está abierto a tener una relación no normativa. ¡Hay que seguir derribando muros!
- La apertura de la Gen Z tiene una familia monoparental: Internet. Su manera de conocer gente nueva está fuertemente influenciada por Internet y las redes sociales, de donde también vienen sus principales referentes. Así lo confirma el 82% de los encuestados, que interactúa con su comunidad a través de las redes sociales. Sólo el 34% lo hace en eventos sociales y fiestas IRL (in real life). Por otro lado, el 30% admite que Internet les ha ayudado a encontrar

referentes para dar forma a la idea de quiénes quieren ser. Y es que la red es una vía de escape del entorno muchas veces limitado que permite conectar con personas que viven realidades diferentes a la suya en cualquier lugar del mundo.

- Dating apps. Estas plataformas son ya la principal forma de conocer gente nueva y los jóvenes se sienten a gusto expresándose en Internet. El 43% admite haberse identificado con su verdadera orientación sexual en aplicaciones o comunidades online cuando aún no lo había hecho en su vida real. Y es que Internet es un espacio más democrático y con menos prejuicios, donde los jóvenes encuentran personas con las que comparten gustos. Precisamente por estos entornos seguros de afinidad, el 53% se siente más cómodo conociendo gente en línea que de manera presencial y el 64% está de acuerdo en que las aplicaciones de citas les permiten conocer gente diversa con diferentes antecedentes e identidades.

EL FUTURO ES FLUIDO

- El futuro es fluido, las etiquetas se quedan en la tienda 🛍️. El 56% de la Gen Z entiende el concepto de “fluido” como definición de sí mismos, su identidad, relacionado con todo lo que son y que, definitivamente, no es estanco. Los roles tradicionales de género, sexualidad, raza o clase social se invierten y difuminan ante las miradas atónitas de los mayores. Desde la ropa unisex a los pronombres, el 38% de los jóvenes piensa que su estilo de vida no se ajusta a la norma.
- ¿Por qué somos todos corredores de fondo? 🏃. Sí, hay una ruptura con las etiquetas: el 46% de los jóvenes cree que hay más aceptación hacia las identidades no convencionales, pero todavía hay mucho trabajo por hacer. En cuanto al futuro y las expectativas personales, el 49% de los Gen Z sabe que dependen de personas con menos conciencia de diversidad, y piensa que los conceptos tradicionales de género y sexualidad afectarán a su identidad o a sus oportunidades futuras. De ellos, el 28% cree que, en el futuro, es probable que sean juzgados por criterios diferentes a los de sus compañeros, mientras que el 26% se siente presionado para cumplir las expectativas de sus familias, ya sabéis, las típicas preguntas nochebuenistas: “¿tienes ya novia?”, “¿Para cuándo el niño?”
- La Generación Z es crítica: la aceptación es una cuestión de privilegio. Ya hemos dicho que todo joven lleva su pequeño filósofo dentro 🤔, y la encuesta de Tinder destaca que la mayoría de participantes está de acuerdo en que el grado de aceptación de la propia identidad es una cuestión de privilegio (64%). Es decir, que tu estatus social y económico determina el grado de aceptación de tu entorno. Y es que si lo piensas, en el propio hecho de tolerar o aceptar al otro se te presupone el privilegio de hacerlo como si dependiera de tu buena voluntad, ¿lo pillas? 🙌
- “Salir del armario” 🌈 sigue siendo (lamentablemente) necesario. El 56% de la Gen Z cree que salir del armario puede ser un concepto anticuado para sus amistades, pero a otros (20%) todavía les cuesta hablar de sí mismos abiertamente. Aunque cada vez es menos necesario verbalizar tu identidad con tus amigos, sigue quedando pendiente esa “conversación” con familia y generaciones mayores o ese pánico escénico al comenzar un nuevo trabajo.

¿Cómo funciona Sexual Orientations?

Para editar o añadir más información sobre tu orientación sexual en Tinder, sólo tienes que editar tu perfil. Cuando pulses en “Orientación” podrás seleccionar hasta tres términos: los que sientas que mejor describen tu orientación sexual. A partir de ahí, tú decides si quieres que estos aparezcan en tu perfil o no. También podrás decidir cómo se deberían ordenar tus matches potenciales en Tinder. Al visitar tus preferencias de Descubrimiento, podrás elegir ver gente de tu misma orientación en primer lugar si lo deseas. Tú diseñas tu propia experiencia en Tinder.

Sobre Tinder

Tinder fue creada en un campus universitario en 2012 y es la app más popular del mundo para conocer gente nueva. Ha sido descargada más de 340 millones de veces y está disponible en 190 países, en más de 40 idiomas. En el primer trimestre de 2020, Tinder tiene 6 millones de suscriptores y es la app no-gaming con mayor recaudación mundial.

Sobre el estudio

El estudio de Tinder sobre las identidades fluidas vistas por la Generación Z ha sido desarrollado por YouGov, grupo internacional de investigación y análisis de datos, entre el 30 de abril y el 6 de mayo de 2020. La muestra la conforman 3,453 personas de entre 18 y 25 años de edad de 7 países (Brasil, Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y Reino Unido).

Contacto de prensa

Hotwire Global

tinder@hotwireglobal.com

(+34) 91 744 1265

Additional assets available online:  [Fotos \(1\)](#)

<https://es.tinderpressroom.com/2020-06-25-UNO-DE-CADA-CINCO-MATCHES-ES-QUEER>