

De cara a poder extreure dades i conclusions pel que fa a les consultes rebudes, aquest qüestionari consta de dues parts.

La primera part és una recollecció de informació sobre els missatges a analitzar.

Descripció

Empresa o institució responsable

Canal

- premsa impresa
- internet
- TV
- ràdio
- senyalística

Contingut, persones i personatges rellevants

Nombre de persones que apareixen a la comunicació en papers rellevants

De sexe femení

De sexe masculí

De gènere indefinit

Edat de les persones o personatges rellevants

- Bebès
- Infants
- Adolescents



- Joves
- Mitjana edat
- Gent gran
- Indeterminada

Rols en funció de la relació entre personatges

- Fills/Filles
- Pares/Mares
- Avis/Àvies
- Parella (marit/muller) de...
- Amics/amigues
- Relació professional
- Cap/rol no definit

Entorn

si hi apareixen diversos entorns, només es considera l'entorn dominant

- Domèstic
- Professional
- Carrer
- Espai de lleure (bar, gimnàs, parc)
- Entorn irreal (ambients luxosos, escenaris de fantasia, etc.)

Persones que presenten el missatge

- És una presentadora explícitament femenina
- És un presentador explícitament masculí
- És de gènere indefinit
- Es tracta de presentadors mixtos
- No n'hi ha

Persones destinatàries de la informació

- És una destinatària explícitament femenina
- És un destinatari explícitament masculí
- Són destinataris mixtos
- És de gènere indefinit

1.El missatge va adreçat únicament a un dels dos sexes, encara que el producte o la informació podria adreçar-se a tothom? Sí/No

2.El missatge transmet la idea que les tasques de la llar o la cura de les persones dependents corresponen únicament a les dones o als personatges femenins? Sí/No/No és el cas

3.El missatge va adreçat explícitament als homes (i per tant exclou les dones i altres identitats) de manera injustificada? Sí/No

4.Les dones o els personatges femenins hi apareixen com a persones dependents, ja sigui en situacions econòmiques o en altres activitats habituals? Sí/No/No és el cas

5.Les dones o els personatges femenins necessiten rebre els consells, la invitació o ser guiades pels homes? Sí/No/No és el cas

6.Les dones o els personatges femenins són objecte d'un tractament que les fa aparèixer com a auxiliars de l'acció dels personatges masculins? Sí/No/No és el cas

7.La funció de les dones o els personatges femenins és purament decorativa, passiva en relació a les funcions dels homes o personatges masculins, que són actius?Sí/No/No és el cas

8. Els homes o personatges masculins són objecte d'un tractament que els fa aparèixer amb un rol decoratiu i/o al servei de l'acció dels personatges femenins?

9. Les dones o els personatges femenins i/o les persones o personatges LGTBIQ+¹ presenten trets de personalitat inestable (hipersensibilitat, nerviosisme, histèria) o presenten una sèrie de defectes de comportament social (enveja, xafarderia, indiscreció, autoritarisme)? Sí /No/No és el cas

10. El missatge utilitza el cos de les dones o dels personatges femenins com a reclam eròtic? Sí/No/No és el cas

11. Les dones o els personatges femenins es representen com a objecte passiu de conquesta o seducció i/o només els homes tenen la capacitat de conquerir o seduir les dones de forma activa? Sí/No/No és el cas

12. El cos de les dones o dels personatges femenins és presentat com un espai d'imperficcions i problemes que cal corregir? Sí/No/No és el cas

13. L'envelliment o l'augment de pes es mostren com una cosa rebutjable i contra la qual explícitament les dones han de lluitar? Sí/No/No és el cas

14. Només el cos de les dones o dels personatges femenins apareix com a vulnerable, associat a malalties o problemes de salut que afecten tothom? Sí/No/No és el cas

¹LGBTIQ+ fa referència a Lesbianes, gais, transgènere, intersexuals, *queer* i més.

15. Les dones o els personatges femenins són objectualitzades (posades al nivell d'un mer objecte) o animalitzades (exhibeixen un desig desbocat, sense capacitat d'autocontrol)? Sí/No/No és el cas

16. El missatge objectualitza el cos de les dones o dels personatges femenins de forma fragmentada i no justificada? Sí/No/No és el cas

17. Hi apareixen escenes de violència explícita o implícita contra les dones o els personatges femenins? Sí/No

17B. Aquesta violència apareix d'una forma gratificant per a les dones o els personatges femenins víctimes? Sí/No

17C. Hi apareixen actituds condescendents o còmplices en relació amb aquesta violència per part de les dones o els personatges femenins? Sí/No

18. Es trivialitza la violència masclista? Sí/No

19. Hi apareixen burles o humiliacions contra les dones o els personatges femenins per raons d'estatus, edat, aspecte físic, comportament, orientació sexual, etc.? Sí/No

20. Les dones o els personatges femenins hi apareixen en una posició d'inferioritat o amb actitud de submissió i/o són victimitzades? Sí/No

21. El missatge presenta construccions de la feminitat estereotipades? Sí/No

22.El missatge utilitza estereotips relacionats amb els rols de gènere a partir de l'assignació de colors, activitats, actituds i altres tòpics atribuïts culturalment als nens i a les nenes o als homes i a les dones?Sí/No

23.Les nenes són representades d'una forma hipersexuada (es maquillen i es vesteixen com dones) o desitgen seduir pel seu físic? Sí/No/No és el cas

24.El missatge invisibilitza les dones o els personatges femenins com a subjectes i/o com a expertes?Sí/No/No és el cas

25. El missatge utilitza un llenguatge verbal o escrit que no és inclusiu? Sí/No

Possibles respostes al qüestionari

1. No s'han detectat indicis de sexisme en la comunicació.

2. La comunicació presenta indicis de sexisme perquè:

1.La comunicació va adreçada únicament a un dels dos sexes, encara que el producte o el missatge podria ser utilitzat per tothom. Cal diversificar els rols associats a la masculinitat i a la feminitat i evitar caure en estereotips excloents o discriminatoris.

2.La comunicació transmet la idea que les tasques de la llar o la cura de les persones dependents corresponen únicament a les dones, cosa que reforça els estereotips sexistes i afavoreix la perpetuació del repartiment desigual de les feines domèstiques entre dones i homes.

3. La comunicació va adreçada explícitament als homes (i per tant exclou les dones i qualsevol altra identitat) de manera injustificada. Cal diversificar els rols associats a la masculinitat i a la feminitat i evitar caure en estereotips excloents o discriminatoris.

4. Les dones o els personatges femenins hi apareixen com a persones dependents, ja sigui en situacions econòmiques o en altres activitats habituals, cosa que fomenta la naturalització de les dones com a persones no autònomes.

5. Les dones o els personatges femenins necessiten rebre els consells, la guia o la invitació dels homes. Cal trencar amb la naturalització de les dones com a persones dependents.

6. Les dones o els personatges femenins són objecte d'un tractament que les fa aparèixer com a auxiliars de l'acció dels personatges masculins. És necessari visibilitzar les dones com a persones autònomes i independents en tots els àmbits.

7. La funció de les dones o els personatges femenins és purament decorativa, passiva en relació a les funcions dels homes o personatges masculins, que són actius. Cal trencar amb aquelles pràctiques que redueixen el cos de les dones a un objecte, a un valor afegit per decorar.

8. Els homes o personatges masculins són objecte d'un tractament que els fa aparèixer amb un rol decoratiu i/o al servei dels personatges femenins. Tot i que és molt habitual en el tractament de les dones o personatges femenins, és necessari trencar aquesta pràctica també en la representació de la masculinitat i evitar reduir el cos dels homes a un objecte amb rol decoratiu i/o atribuir-los actituds injustificadament servicials.

9. Les dones o els personatges femenins i/o les persones o els personatges LGTBIQ+ presenten trets de personalitat inestable (hipersensibilitat, nerviosisme, histèria) o presenten una sèrie de defectes de comportament social (enveja, xafarderia, indiscreció, autoritarisme), de manera que es reforcen estereotips sexistes i/o homòfobs. Existeix una tendència a ridiculitzar o desautoritzar aquells personatges que s'escapen dels rols de gènere socialment establerts. Cal superar aquesta dicotomia en la representació i mostrar la major diversitat de rols possible. Les formes de comunicació han d'esdevenir una eina que permeti una representació de la societat més justa i acurada, on tant dones, com homes, com persones de qualsevol identitat i orientació sexual gaudeixin d'una representació creativa i diversa.

10. L'ús del producte està associat, de forma indirecta, al gaudi eròtic del cos de les dones (aquesta associació pot establir-se verbalment o per mitjà d'imatges). Cal evitar l'ús del cos de les dones com a reclam i les pràctiques que l'utilitzen per dotar de càrrega eròtica un producte.

11. Les dones es representen com a objecte passiu de conquesta o seducció i/o només els homes tenen la capacitat de conquerir o seduir les dones de forma activa. Cal trencar amb la naturalització de les dones com a persones dependents també en l'àmbit emocional.

12. El cos de les dones és presentat com un espai d'imperficcions que cal corregir. Aquest enfocament incideix en la vivència del cos com un defecte, que s'ha de retocar i modelar per adaptar-se a allò que se n'espera.

13. L'envelliment o l'augment de pes es mostren com una cosa rebutjable i contra la qual explícitament les dones han de lluitar. Cal evitar la vinculació entre cos saludable i cànon estètic, i afavorir la representació de cossos diversos.

14. Només el cos de les dones apareix com a vulnerable i afectat per malalties o problemes de salut que pot tenir tothom. Aquesta pràctica no és necessàriament sexista, però ho acaba sent per reiteració i saturació. L'ús continuat de les dones com a única imatge de persona malalta perpetua la seva condició de víctimes.

15. Les dones o els personatges femenins són objectualitzades (posades al nivell d'un mer objecte) o animalitzades (exhibeixen un desig desbocat, sense capacitat d'autocontrol). El cos és la manifestació física de l'individu, per això, cal trencar amb aquelles pràctiques que separen els cossos de les dones de la seva persona i el redueixen a un objecte. Com a conseqüència, aquest cos s'utilitza com a valor afegit per decorar, per dotar de càrrega eròtica un producte o, per exemple, per complementar l'estatus d'un personatge masculí. En el terreny visual, això genera unes imatges que fragmenten el cos, el violenten o l'emmotllen en un cànon i que, pel seu ús recurrent, esdevenen estereotips visuals.

16. La comunicació utilitza el cos de les dones d'una forma fragmentada. Aquesta pràctica no és necessàriament sexista, però molt sovint la fragmentació del cos femení està associada al fetixisme i al plaer masclista. Es tracta de pràctiques que solen separar els cossos de les dones de la seva persona i, per tant, les redueixen a un objecte.

17. Hi apareixen escenes de violència explícita o implícita contra les dones. La violència masclista és una violació dels drets humans i reproduir aquesta violència en la comunicació no és acceptable en cap cas.

17B. Aquesta violència apareix d'una forma gratificant per a la dona víctima. Això trivialitza la violència masclista i contribueix a agreujar un problema estructural greu i complex.

17C. Hi apareixen actituds condescendents o còmplices en relació a aquesta violència per part de les dones o els personatges femenins. Es tracta d'una pràctica que, a més a més, contribueix a culpabilitzar la víctima.

18. Es trivialitza la violència masclista. La violència masclista és un problema estructural greu i complex. Tal com diu la llei, es tracta d'una manifestació de la discriminació i de la situació de desigualtat en el marc d'un sistema de relacions de poder dels homes sobre les dones, que es produeix a través de diversos mitjans i en diferents àmbits. Cal tractar-la amb rigor, fugint del reduccionisme i el sensacionalisme.

19. Hi apareixen burles o humiliacions contra les dones per raons d'estatus, edat, aspecte físic, comportament, orientació sexual, etc. Existeix una tendència a ridiculitzar o desautoritzar aquells personatges que s'escapen dels canons estètics o dels rols de gènere socialment establerts. Les formes de comunicació han d'esdevenir una eina que permeti una representació de la societat més justa i acurada, on tant dones, com homes, com persones de qualsevol identitat i orientació sexual gaudeixin d'una representació creativa i diversa.

20. Les dones o els personatges femenins hi apareixen en una posició d'inferioritat o amb actitud de submissió. Això contribueix a la representació de les dones com a persones febles i dependents i a perpetuar estereotips no desitjables i fins i tot perillosos.

21. La comunicació no té en compte les dones en tota la seva diversitat i cau en construccions de la feminitat estereotipades i poc diverses. Les dones no són un col·lectiu, és a dir, un grup definit per un model únic compartit. Tenen dret a gaudir d'una veritable varietat en la seva representació, a no ser reduïdes a un únic model, sigui quin sigui, i a poder sentir-se identificades amb diferents tipus de representació.

22. La comunicació utilitza estereotips relacionats amb els rols de gènere a partir de l'assignació de colors, activitats, actituds i altres tòpics atribuïts culturalment als nens i a les nenes o als homes i les dones. Això va en detriment de la recomanable diversificació en els rols associats a la masculinitat i a la feminitat.

23. Les nenes són representades d'una forma hipersexuada (es maquillen i es vesteixen com dones) o desitgen seduir pel seu físic. La reproducció d'estereotips sexistes en persones vulnerables, com és el cas de les menors d'edat, és especialment perillosa.

24. La comunicació invisibilitza les dones com a subjectes i/o com a expertes. Cal considerar l'experiència de les dones com a font d'informació i expertesa i fer visibles les seves aportacions en tots els àmbits de la societat, tenint també en compte les contribucions fetes per dones al llarg de la història.

25. La comunicació no utilitza el llenguatge inclusiu. En la majoria de casos, l'ús del masculí genèric en el llenguatge escrit i visual contribueix a perpetuar la invisibilització de les dones. En el cas de la senyalística, pot contribuir a invisibilitzar-les com a usuàries de l'espai urbà o fins i tot a excloure-les com a subjectes socials. Cal parar esment en visibilitzar les dones en tots els àmbits, també des de l'ús dels llenguatges.