

Este proyecto nace al observar que, **el lenguaje como parte de la cultura** y herramienta de comunicación, juega un papel importante en la reproducción de estereotipos que fomentan el sexismo y la desigualdad de género. Frases como: “ya está en edad de merecer”, “Casa donde manda la mujer “no vale un alfiler”, “el asno y la mujer, se enderezan a palos” o “la historia del hombre” (como sinónimo de la humanidad), “La Senador Angélica”, “la señora de De Los Santos” son expresiones que ejemplifican una visión de la **realidad excluyente y discriminatoria**

En México, la agencia de comunicación e información de la Mujer y el Instituto de las Mujeres del Distrito Federal en el año 2000, monitorea tres periódicos de cobertura nacional, (La Jornada, Reforma y Milenio) y reporta, como una de sus conclusiones, que los periódicos reproducen la Asignación tradicional de los géneros, otorgando voz a las mujeres para hablar de lo privado, y reservando la voz masculina al espacio de lo público.



Se realizara monitoreo (muestra) a los siguientes medios de comunicación:

(2) televisoras:

En el horario tipo A programación local y noticieros

(6) Periódicos impresos

(2) Periódicos en línea Locales:

Por el periodo que comprende de Julio – Noviembre 2010