

**Fuentes Rodríguez, Catalina y Brenes Peña, Ester (Eds.) (2023):**  
***Comunicación estratégica para el ejercicio del liderazgo femenino. Reino***  
**Unido: Routledge, 256 páginas.**  
**ISBN: 978-1032304687**

Paula Barriendo Cebrián  
*Universidad Nacional de Educación a Distancia*  
[pbarriendo@flog.uned.es](mailto:pbarriendo@flog.uned.es)

El volumen *Comunicación estratégica para el ejercicio del liderazgo femenino* coordinado y editado por Catalina Fuentes Rodríguez (profesora Catedrática de Lengua Española y Lingüística General en la Universidad de Sevilla) y Ester Brenes Peña (profesora Titular de Ciencias del Lenguaje en la Universidad de Córdoba) reúne un grupo de trabajos de distintas autoras desde un enfoque pragmalingüístico y de género. Estas investigaciones ponen el foco en la comunicación relacionada con el liderazgo femenino desde distintas perspectivas.

Las editoras introducen el volumen. Este ofrece una evaluación crítica de los estudios previos que han abordado el análisis del discurso femenino desde diversas perspectivas y metodologías. Destaca la importancia y novedad de los temas abordados en los quince capítulos repartidos en cinco secciones, centrados en la interacción entre comunicación y liderazgo femenino. Las autoras defienden un enfoque pragmalingüístico basado en el análisis de corpus reales, que proporciona una descripción imparcial del liderazgo ejercido por las mujeres. Además, se resumen las conclusiones de investigaciones anteriores realizadas en el marco del proyecto “Liderazgo femenino: estrategias de comunicación y gestión de la imagen” (FEDER-US. US-1263310), y se presenta la estructura del monográfico.

La primera sección está compuesta por tres capítulos. En el primer capítulo se examinan los titulares periodísticos generados a partir del uso del lenguaje inclusivo por tres políticas feministas de izquierda, destacando cómo la selección léxica y los mecanismos discursivos influyen en la percepción pública de estas. En el segundo capítulo se analizan las diferencias lingüísticas entre hombres y mujeres en relación con el liderazgo, subrayando cómo los estilos comunicativos femeninos pueden contribuir a nuevas formas de liderazgo y relaciones sociales. Finalmente, en el tercero se aborda el análisis de la desinencia “-e” como un morfema de género para un lenguaje inclusivo, evaluando su estatus morfológico y su potencial para la gramaticalización, comparándolo con el género neutro y masculino.

En la sección dos se presentan tres capítulos distintos. En el capítulo cuatro se aborda la compleja situación de relación entre habilidades comunicativas y liderazgo, destacando cómo los estereotipos de género afectan las percepciones de las mujeres en roles de liderazgo y las dificultades que enfrentan para conciliar ciertas habilidades comunicativas con dichos estereotipos. La metodología consiste en un análisis multidisciplinar donde se combina el enfoque lingüístico del análisis del discurso con la perspectiva de los trabajos de psicología social y de sociología de las organizaciones. El capítulo cinco resalta cómo el deporte, a través del equipo femenino del FC Barcelona, es una oportunidad para desafiar estereotipos de género y promover el liderazgo femenino en el ideario colectivo. Se enfatiza en la construcción de un discurso basado en diversos tipos de comunicación, como la imagen y las redes sociales, redefinir el papel en la sociedad de las mujeres y reforzar su capacidad de liderazgo. Por último, en el capítulo seis se analizan las características del discurso de mujeres líderes en el sector turístico, examinando cómo construyen su autoimagen y las estrategias discursivas que emplean, tanto en la comunicación pública como en la dirigida a otras mujeres desde un rol de poder.

En la sección tres del texto se presentan cuatro capítulos que abordan diferentes aspectos del discurso en contextos políticos e institucionales. En el capítulo siete, se analiza la “identidad discursiva” de la diputada Margarita Nelken durante la II República española, destacando estrategias persuasivas y de construcción de imagen desde el enfoque de la pragmática lingüística de Fuentes Rodríguez, de la teoría de la argumentación y de los estudios sobre (des)cortesía e imagen. El capítulo ocho, destaca cómo las mujeres en la sociedad portuguesa han pasado de posiciones marginales a una centralidad política. Se contrastan las intervenciones parlamentarias de géneros diversos para analizar la construcción discursiva de emociones, revelando que, en el discurso sobre la pandemia, la función política prevalece sobre las distinciones de género en la expresión emocional. El capítulo nueve analiza la identidad discursiva de Ana Pontón, líder del BNG en Galicia, a través de un corpus elaborado a partir de entrevistas, debates, mítines electorales y vídeos promocionales difundidos en sus redes sociales durante la campaña electoral de 2020. El estudio se centra en estrategias argumentativas y de proyección de imagen. El capítulo diez se centra en el discurso institucional de las rectoras universitarias en España, destacando su evolución hacia un estilo más corporativo y persuasivo, abandonando estilos tradicionales. Se analiza específicamente el discurso de las rectoras españolas, mostrando cómo se construye su dimensión argumentativa con un estilo personalista y estratégico, sometido a una elaboración discursiva detallada. Además, se examina si persisten estereotipos de género en este tipo de discurso.

En la cuarta sección se exploran dos aspectos distintos del discurso

femenino en la sociedad contemporánea. En el capítulo once se analizan blogs de pediatría escritos por mujeres y hombres para determinar si el sexo del emisor influye en el tipo de comunicación empleada. Utilizando conceptos de pragmática emotiva y roles sociales, se realiza un análisis cuali-cuantitativo del uso de formas deícticas y evidenciales, revelando que la empatía y asertividad dependen más del rol del médico que de su sexo. Se concluye que las pediatras blogueras muestran habilidades comunicativas destacadas, combinando una comunicación asertiva con un enfoque empático hacia los lectores, influido por su rol como madres. Por otro lado, en el capítulo doce, se investiga cómo las mujeres que dirigen programas de entrevistas en el ámbito mediático construyen su identidad estratégica y establecen relaciones con los entrevistados, destacando la potenciación del juego de imágenes y mecanismos argumentativos cuando la entrevistada es otra mujer líder. Se analiza esta dinámica en figuras como Thais Villas y Mara Torres, buscando ofrecer un retrato de la sociedad contemporánea en su búsqueda de igualdad de género.

En la última sección se abordan cuestiones históricas y lingüísticas relacionadas con la identidad y el discurso femenino en diferentes contextos. El capítulo trece examina la construcción de la identidad femenina en dos periódicos franquistas, destacando las diferencias en la representación de la mujer y su papel en la sociedad. El análisis se centra en cómo ambos periódicos utilizan el concepto de “femenino” para definir la identidad de la mujer durante el gobierno de Franco, empleando principios teóricos de Lingüística Pragmática, Análisis Crítico del Discurso y Teoría de la Argumentación. En contraste, el capítulo catorce se centra en el siglo XVIII español y la formación intelectual de las mujeres, impulsado por la aparición de salones literarios que facilitaron su inclusión en el ámbito público, aunque su educación continuó siendo principalmente privada. Se enfoca en la obra de Joaquín Cil (Barcelona, 1827) que ofrece un programa formativo retórico y pragmático para las mujeres, revelando los estándares sociales de la época y fusionando diferentes disciplinas académicas. Por último, el capítulo quince estudia la presencia de la ideología de género en el *Diccionario académico* a lo largo de diferentes ediciones, evidenciando cambios en la representación de la mujer a lo largo del tiempo.

En definitiva, tal y como concluyen las editoras de esta obra, se han investigado los comportamientos comunicativos y estratégicos de mujeres líderes en diversos ámbitos sociales, corporativos y empresariales. También se han explorado las opciones discursivas para el ejercicio del liderazgo, así como las opciones lingüísticas que promueven la igualdad en una sociedad diversa y en constante cambio. Además, se han reflexionado sobre la evolución histórica de la imagen y el discurso de la mujer. Sin embargo, aún quedan aspectos por abordar para comprender mejor la relación entre género, discurso y comunicación.

**Fecha de recepción: 01/04/2024**

**Fecha de aceptación: 04/04/2024**