

**CARLOS FIERRO Y ANTONIO FRÍAS**

Reserva Marina de Cabo de Gata-Níjar

**Proteger e investigar para mantener la biodiversidad del Mar Mediterráneo**

Contar con un espacio tan especial como es Cabo de Gata, además de ser un lujo, conlleva una gran responsabilidad. El equipo de la Reserva Marina se encarga de proteger y regenerar la biodiversidad en una zona considerada la incubadora del Mediterráneo. Ahora, con una nueva normativa que permite la pesca recreativa, su tarea se duplica.



**ISMAEL RODRÍGUEZ**

Tenista almeriense

**Gana el Trofeo de la Feria**

Ismael Rodríguez, la mejor raqueta almeriense y número 95 de España, derrotó en la final a Daniel Monedero, 20 del ranking nacional, por 7/5 y 6/0.



**EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS**

**LUIS CORTÉS**

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA



**Estrategias de comunicación para mujeres dirigentes**

La atutía, que es una mezcla de óxido de cinc y otros cuerpos, se empleaba para hacer ungüentos medicinales, de manera que determinadas enfermedades, si no había atutía tenían difícil solución. De ahí viene el dicho "no hay tu tía", modificación de "no hay atutía", con el que indicamos también que algo tiene complicada explicación. Me he acordado del citado dicho al leer algunas conclusiones de los estudios sobre el estilo de habla que han de usar las mujeres dirigentes. Más adelante intentaremos explicarlo.

Hablábamos en nuestra columna anterior de la distinta mentalidad comunicativa de ambos sexos. Actualmente, antropólogos, lingüistas y psicolingüistas inciden en las diferencias y, en general, en una actitud comunicativa más positiva en mujeres que en hombres. Así, en lenguas como la española y la inglesa, por ejemplo, se ha demostrado que las mujeres emplean con más frecuencia partículas como *creo que, pienso que, me parece, ¿sabes?*, etc. Tal uso no se debe a que tengan menos confianza en lo que dicen, sino, todo lo contrario, que las emplean para respetar la imagen de su interlocutor evitando la imposición de sus opiniones y por tanto la posibilidad de ofender a los demás. Por otro lado, sus propuestas son más indirectas; utiliza con frecuencia, por ejemplo, construcciones imperativas en forma de pregunta: *¿no vas a ir a ver a mi madre?, ¿me vas a esperar un minuto, que ahora salgo?*, etc.; con ellas, se muestra una cortesía superior. Y así podríamos aludir a algunas otras divergencias. Se trata de estrategias diferentes.

¿Y las mujeres dirigentes utilizarán sus propias estrategias o tomarán 'prestadas' las del discurso más agre-

sivo del hombre dirigente? Los estudios llevados a cabo por los investigadores de la comunicación han demostrado que cuando estas mujeres pretenden tomar el lenguaje más directo y autoritario del hombre dirigente -que era el único lenguaje existente en ese contexto profesional- se encuentran con el rechazo de sus subordinados, o sea, lo mismo que dicho por hombres es bien acogido, aceptado como algo normal, dicho por ellas no resulta del agrado de sus interlocutores. Otros estudios, estos realizados en nuestro país, han conducido a unas tesis que causan aún mayor desazón: cuando las mujeres dirigentes actúan de acuerdo con modelos

**El estilo comunicativo de la mujer debería resultar prioritario en ámbitos empresariales, directivos o políticos**

propios del estilo comunicativo femenino son tildadas por los hombres de *inseguras, insinceras y carentes de autoridad*. Al margen del rigor científico de estos estudios, lo que sí parecen concluir es que, sea por exceso sea por defecto, para el éxito comunicativo de nuestras ejecutivas "no hay tu tía". ¿Pero no lo hay realmente?

He de confesar que el título de esta columna, así como el interés por el tema, me lo ha suscitado la lectura de un interesante libro: *Estrategias de comunicación para mujeres directivas*. Su autora, Estrella Montolio (catedrática de la Universidad de Barcelona) parte de dos aseveraciones y una pregunta. Las aseveracio-

nes son: a) es aceptado que la mujer, en general, muestra un lenguaje más empático, caracterizado por establecer con mayor facilidad puentes con sus interlocutores y la búsqueda de un sentido negociado frente al del hombre, más dominante y dado a la imposición y a la poca presencia del interlocutor; y b) también parece cierto que la mujer tiene una capacidad comunicativa mayor para escuchar, negociar e incluir al resto de los participantes en el propio discurso; ambas premisas hacen pensar que las aludidas actitudes deberían resultar prioritarias en ámbitos empresariales, directivos o políticos; entonces... y aquí viene la pregunta ¿cómo no aprovechar dicha condición en puestos en los que es esencial consensuar voluntades, intereses y actitudes más que impartir instrucciones inapelables desde el poder?

No podemos entrar en el comentario de la obra, pero sí aludir a una de las conclusiones. Para la autora, las mujeres dirigentes deben conservar los rasgos propios del estilo femenino: rasgos que las identifiquen como mujeres; rasgos con los que se sientan cómodas; y rasgos de los que piensen que son adecuados y eficaces para la comunicación en el seno de las organizaciones. Pero eso no impide que al mismo tiempo controlen y atenuen algunas características femeninas que puedan resultar peligrosas para su imagen profesional, a la par que se sepan servir, cuando lo consideren oportuno, de ciertos mecanismos tradicionalmente atribuidos a los hombres.

La mujer directiva, por tanto, ha de aprovechar su estilo comunicativo, pues en él se aprecian muchos de los mecanismos eficaces y adecuados para la comunicación en las organizaciones del siglo XXI.

**OPINIÓN**

**CARLOS CARNICERO**

PERIODISTA



**El Madrid en la era de Mou**

Hay instituciones a las que uno respeta aunque no comulgue. Ocurre con el Real Madrid: tiene filias y fobias, incondicionalidades y desapegos, pero siempre se le reconoció que era un gran club de fútbol y una de esas instituciones que no se pueden desacreditar permitiendo que quienes la representan pierdan los papeles.

Florentino Pérez fichó a Mourinho en su filosofía de que obtener títulos permite cualquier tropelía: el fin, para él, justifica cualquier medio. Incluso tener un entrenador tan cesarista como para no poder convivir con Valdano. Ni con nadie: todo el poder para Mourinho.

**Está convirtiendo una plantilla de las mejores del mundo en un universo de segadores de piernas**

No saber perder es el último eslabón de la degradación del fútbol: incitar a la violencia y practicarla es un estadio barriobajero que contamina lo que pueda quedar de noble en un deporte que es un hervidero de millonarios.

Observar como el entrenador del Real Madrid, después de una entrada asesina de Marcelo, se dirige con premeditación al segundo entrenador del Barcelona y le mete el dedo en el ojo es desolador.

Es un chulo de barrio bajo de los que no tendrían que tener cabida en el fútbol como tampoco deberían existir en la política ni en la sociedad. Es un barrabrava un ultrasur un peligro para el fútbol y el peor ejemplo para los jóvenes.

Está convirtiendo una plantilla de las mejores del mundo en un universo de segadores de piernas. Lleva el fútbol a la lucha tribal y al Real Madrid a una caricatura de lo que ha sido. Está consiguiendo lo que parecía imposible: que la gente ame al Barcelona, en España y fuera de ella, y empiece a preguntarse que le ha pasado al Real Madrid. Cuanto antes se marche será mejor para todos. Porque además, pierde.

**la Voz de Almería**

**PRESIDENTE:** José Luis Martínez.  
**CONSEJERO DELEGADO:** Juan Fernández-Aguilar.  
**DIRECTOR:** Pedro M. de la Cruz.  
**SUBDIRECTORA:** Antonia Sánchez Villanueva.

**REDACTORES JEFES:** Antonio Fernández Camacho, Antonio Fernández Compán, Manuel León y Simón Ruiz.

**JEFES DE SECCIÓN:** Evaristo Martínez (Vivir), Eva de la Torre (Ciudades y Fin de Semana) y Eduardo del Pino.

**COORDINADOR DE ESPECIALES:** Miguel Arranz.  
**La Voz de Almería S.L.U.**

**DIRECTOR TÉCNICO:** Manuel Gázquez. **DIRECTORA FINANCIERA Y DE CONTROL DE GESTIÓN:** Gemma Salinas. **DIRECTOR DE MARKETING:** Juan Felipe Navarro.

**REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y TALLERES:** Avenida del Mediterráneo, 159 -1ª planta. 04007 Almería -Teléfono 950 18 18 18. Fax: 950 25 64 58. **DELEGACIÓN EN EL EJIDO:** Plaza Zenete, 11 - EL EJIDO. Teléfono 950 57 30 73. Fax 950 48 62 12.

**PUBLICIDAD: CM-2000.**

**DIRECTORA:** María José Iglesias. **Teléfono:** 950 28 20 02 **Fax:** 950 28 20 01. **Clasificados Tel.:** 950 28 20 00

**IMPRESIÓN:** Servicios de Impresión de Levante, S.A. **DISTRIBUCIÓN:** Distribuidora Almeriense, S.L.

**DEPOSITO LEGAL:** AL 2-52.

**ISSN:** 1576-5296. Difusión controlada por OJD.

Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1, párrafo segundo, de la Ley de Propiedad Intelectual, quedan expresamente prohibidas la reproducción, la distribución y la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición, de la totalidad o parte de los contenidos de esta publicación, con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin la autorización de La Voz de Almería S.L.U., empresa editora del diario "La Voz de Almería". E-mail: propiedadintelectual@lavozdealmeria.com