



# PRÓLOGO

**C**omunicar o no ser. Escuchar y gestionar percepciones: el nuevo liderazgo. El título ya me hace pensar. Entre otras razones, porque alude a conceptos profundamente enraizados en las mejores prácticas de gobierno de personas y organizaciones. Por tanto, resulta sugerente para quienes nos dedicamos al *management*.

Es digno de reconocimiento encontrar una obra en español que aborda la comunicación corporativa en su versión más humanamente integradora: desde la entraña constitutiva de la persona, que es donde se cimenta la ejecución directiva, hasta la proyección pública de las organizaciones. Este peculiar abordaje transpira pensamiento, algo infrecuente en muchos libros de comunicación, que se limitan a pautas de qué hacer o qué evitar.

En estas páginas abundan los casos prácticos, pero no como causa, sino como consecuencia aplicada del pensamiento previamente sintetizado. Y precisamente *síntesis* es otra nota adjetiva de este libro, ya que los capítulos son enjundiosamente breves y legibles de forma independiente.

Percibo congruencia argumental que, como se menciona expresamente en varios capítulos, sintoniza y actualiza conceptos y aplicaciones a la comunicación de referentes internacionales como Drucker, Kotler, Ulrich, Senge y Covey.

Como el propio autor explicita, las praxis de comunicación que desgrana a lo largo de estas páginas conectan con modelos de dirección que he creado y desarrollado en los últimos veinte años: Feelings Management, Gestión de lo Imperfecto, Patologías en las organizaciones, etc.



Un segundo motivo que me sorprende gratamente es, por una parte, la expresividad y el juego de palabras que saltan a la vista ya en el índice. Junto a esta formalidad, celebro que Enrique Sueiro haya elegido *El arte de la prudencia*, de Baltasar Gracián, como hilo introductor de los apartados del libro.

Tras varios años dedicados a estudiar los modelos directivos de la antigua Grecia, el Egipto de los faraones y el Imperio Romano, que culminaron con sendos libros,<sup>1</sup> aplaudo que el autor de *Comunicar o no ser. Escuchar y gestionar percepciones: el nuevo liderazgo* beba de las fuentes de la historia, al aproximarse a la comunicación humana y empresarial.

En tercer lugar, estoy seguro de que no pasa inadvertida la interdisciplinariedad de personajes referenciados en estas páginas por las que asoman briznas de pensamiento de filósofos (Aristóteles, Hegel, Kant, Schopenhauer, Nietzsche, Kierkegaard), literatos (Cervantes, Tagore, Machado, Chesterton, Unamuno, Eliot) y políticos (Talleyrand, Luther King, Kruschev, Goering, Giuliani, Churchill), además de médicos (Fuster, Gómez Sancho, Ortiz de Landáuri), Beethoven y otros músicos, periodistas como Ben Bradlee, y autores como Daniel Goleman, Julián Marías, John Powell, Viktor Frankl, Baruch Lev, Lynda Gratton, C.S. Lewis, Chris Lowney y Robert Spaemann.

Beber en fuentes con sustancia plural alimenta una interdisciplinariedad integradora. Esta riqueza se percibe al leer unas páginas que combinan aporte intelectual madurado con veteranía profesional y narrativa refrescante.

Por último, quisiera subrayar una característica de valor añadido en obras como la presente que ofrecen pensamiento positivo con vocación práctica. Quienes conocemos a Enrique Sueiro y le escuchamos en conferencias cons-

---

<sup>1</sup> *Egipto, escuela de directivos*, LID, (2013), *Roma, escuela de directivos*, LID, 2012 (2ª edición) y *Preparar la postcrisis, enseñanzas de la Grecia clásica*, Crecento (2009).



tatamos su empeño personal en la coherencia entre lo que dice y lo que hace. Me consta su compromiso personal y su apuesta por la ejemplaridad como embajadora de los mejores mensajes. Aunque parezca obvio, no es frecuente encontrar ese correlato vivencial en otros autores a los que su retórica brillante no sigue una acción edificante.

Como es conocida la positiva valoración que emiten quienes le escuchan, estoy seguro de que similar aprecio sentirán quienes ahora le lean.

**Javier Fernández Aguado**  
*Socio director de MindValue*