

Reseña de libro

TÍTULO: *La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación.*
AUTOR: Ramón-Cortes, Ferrán
EDITORIAL: RBA integral (Barcelona), 142 páginas.
AÑO: 2006

278

M^a Ángeles Hernández Prados, *Universidad de Murcia*

Con un estilo novelesco el experto en comunicación y colaborador de la Revista *Mente Sana*, Ferrán Ramón-Cortes, nos introduce en un recorrido apasionante por los 5 faros de la isla de Menorca con la única finalidad de hacer una metaevaluación de su competencia como comunicador. De este modo tan original el propio autor se convierte en protagonista de la obra, que tras una intervención como ponente cuidadosamente preparada y llena de informaciones para compartir con el auditorio, pudo comprobar en las caras de los asistentes la indiferencia ante lo transmitido. Generalmente ante esta situación disponemos de cientos de autojustificaciones que tienden a culpar a los demás (no podemos llegar a todos, existe una apatía general en los demás, etc.), sin embargo, en pocas ocasiones se hace una evaluación de la responsabilidad que como ponente tenemos.

Con la finalidad de que actúe como evaluador de su intervención Ferrán invitó a un antiguo profesor, quien como buen maestro-mentor, y no como docente, tras escucharlo emite un juicio negativo hacia su intervención, y en vez de ofrecer respuesta a los interrogantes que le formula Ferrán, quien desesperadamente busca una fórmula para convertirse en mejor orador, le muestra y acompaña en el camino hacia el descubrimiento propio de la respuesta. De este modo, el protagonista de la obra inicia el viaje a los 5 faros de Menorca para llevar a cabo esa comunicación consigo mismo y encontrar las respuestas.



1. El *Faro de Favàritx* le muestra la importancia de *tener un único gran mensaje*, y no cientos de ideas superfluas, tan relevante que rompe la magia de la noche, porque los grandes mensajes nunca pierden su valor.
2. En el *Faro del cabo de Artrutx* descubre *la importancia de que los mensajes tenga fuerza y gran alcance*, de modo que lleguen a más personas, para ello es esencial recurrir a las historias o narraciones más que a los datos, pues éstos se olvidan fácilmente, mientras que los primeros calan en nuestro ser.
3. El *Faro de Punta Nati* le aportó, desde una perspectiva de la alteridad, *ser capaz de situarse en la otra orilla, la del interlocutor*, siendo necesario escoger el lenguaje que ellos entienden, de este modo, le transmitimos también que toda nuestra intervención gira entorno a ellos. Cuando se emplea un lenguaje sofisticado transmitimos soberbia y generamos una niebla que dificulta la comprensión del mensaje.
4. En el *Faro de Cavalleria* descubrió que la luz es fija en el interior, pero diferente para el receptor. Por lo tanto, *“el mensaje que vale es el que se recibe, no el que se emite”* (p.79). La clave para transmitir es el tono, y este varía en función de lo que sentimos. Así pues, debemos conocer lo que sentimos para saber lo que transmitimos, de igual modo que debemos leer en los ojos del interlocutor lo que éste recibe.
5. Por último, el acceso al *Faro de la Isla del Aire* solo es a través de embarcación, y fue así como Ferrán aprendió que el Faro te invita a acercarte sin ningún tipo de coacción. *“Comunicar no es arrastrar ni empujar, es invitar”* (p.97), respetando la libertad del otro. Para conseguir llegar al otro sin coaccionar, son necesarias grandes dosis de generosidad y de seguridad personal, pues es tu convicción la que arrastra al interlocutor, no los esfuerzos por convencer.

Los mensajes ofrecidos por los Faros no son contemplativos, sino que deben promover un cambio en el quehacer de Ferrán. El libro finaliza describiendo una experiencia de comunicación en la que estas cinco premisas se ponen en práctica.

