

► TEMA

Més enllà de les croades

El Sobirà Orde Militar i Hospitalari de Sant Joan de Jerusalem, de Rodes i de Malta, més conegut com l'Orde de Malta, és l'orde religiós catòlic més antic i en funcionament. Té la seu a Roma i és àmpliament considerat com un subjecte sobirà pel dret internacional.

L'Orde de Malta, un Estat sense terra

♦ Bernat Sacares Salas *



A vui en dia quan pensem en un país, solem associar-lo a diversos elements materials o immaterials, així com situar-lo espacialment en una porció de terra del món. Així i tot, el cas de l'Orde de Malta és particular perquè, tot i tenir el reconeixement com un Estat sobirà, no presenta

un territori físic des d'on governar.

Per entendre aquesta situació particular, hem de viatjar a l'edat mitjana, concretament l'any 1048, quan un grup de mercaders va fundar un hospital a Jerusalem pels peregrins que viatjaven a Terra Santa. El papa Pasqual II, per les seves tasques, els va formar com l'orde religiós dels hospitalers. Estigueren per aquella regió fins a finals del segle XII quan foren expulsats contra les tropes musulmanes. Després s'establiren a Xipre durant



dos segles a Rodes, però foren expulsats per l'imperi otomà. Uns anys després Carles I d'Espanya amb el suport del Papa els va cedir l'illa de Malta, nomenant-se com Orde de Malta d'es d'on foren expulsats per Napoleó.

Després de la pèrdua definitiva dels seus territoris, entraren en un procés de decadència que quasi

acaba amb la seva existència. Finalment, s'establiren al Palau Magistral i la Vila del Priorat on funcionen com una ambaixada amb certa sobirania.

Sens dubte, la seva peculiaritat també s'observa amb la seva presència a l'ONU, com un país reconegut. Com un Estat, és una monarquia electiva on el cap de l'Estat és el Gran Mestre de l'Orde i emet passaports o la seva moneda, tot i no tenir valor d'intercanvi. De totes maneres, obtenir aquest document, és complex i exclusiu pels seus requisits molt restrictius. Tot i això, actualment té 13.000 membres per tot el món entre els quals s'inclou Felip VI i altres membres de la noblesa europea. Com podem veure, aquest Estat, és una curiosa anomalia, ja que funciona com un orde religiós, però que és considerat com un país tot i no tenir cap espai físic.

* Historiador per la UIB

► TEMA

Trencant rècords

Tenia 27 anys quan va fer el vol rècord en què va volar des d'Anglaterra a Nova Zelanda en un total d'11 dies i 45 minuts i des d'aleshores el món sencer la coneix i la recorda. Vinculada a Mallorca, aquesta neozelandesa fou la primera dona a rebre la FAI Gold Air Medal

Jean Gardner Batten: 'La Garbo de los cielos'

♦ Juan Ramón Pons *



A finales del siglo XIX y principios del XX, la humanidad comenzaba a buscar alguna forma de dominar el aire.

Jean Gardner Batten nació en Nueva Zelanda en 1909 y desde pequeña mostró interés por la aviación, su madre tenía unas fuer-

tes convicciones feministas y la apuntó en el Club de Aviación de Londres.

En 1930, realizó su primer vuelo en solitario y dos años más tarde lograba la licencia para pilotar aviones tanto privados como comerciales. En 1934 logró volar desde Inglaterra hasta Australia en 14 días y 22 horas y en el mes de septiembre del mismo año realizaba el vuelo de regreso. En 1935, se subió a bordo del 'Perceval Gull Six' con



el que completó el primer viaje que se hizo desde Gran Bretaña hasta Brasil cruzando el Atlántico. Aunque su mayor gesta fue en 1936, cuando completó el trayecto en solitario desde Gran Bretaña hasta Nueva Zelanda en 11 días. Todo el mundo comenzó a reconocer sus hazañas, especialmente, en Inglaterra, donde le otorgan el título de Comendadora de Orden del Impe-

rio Británico y en Francia es condecorada con La Legión de Honor.

Durante la II Guerra Mundial, por ser mujer, no pudo alistarse para pilotar con la RAF y hacer frente a la poderosa Luftwaffe alemana. Después de la contienda se instaló en España donde vivió unos años. No fue hasta 1969 cuando regresó a Nueva Zelanda, donde pudo participar en varias conferencias

Por último, en los años 80 regresó a España, ya nadie se acordaba de ella y sus hazañas habían caído en el olvido. En 1982 se instaló en Palma y aquí falleció ese mismo año. Sus familiares pensaban que ella había desaparecido y en 1987 se localizó su tumba en la fosa común del cementerio.

El Ajuntament de Palma le dedicó una calle a esta heroïna del aire en el barrio de La Bonanova.

* Graduado en Historia

► TEMA

Qualitat i màrqueting

Actualment, es fa imprescindible l'ús de tècniques de màrqueting per a poder competir en el Mercat. El magnífic producte local fet a les Illes Balears li cal, en molts de casos, capacitar-se en aquesta disciplina i especialment en comunicar-se eficaçment amb el client actual o potencial.

Balenciaga i el producte local

♦ Roger Gotarredona Fiol *



Cristóbal Balenciaga és el títol d'una deliciosa minisèrie recentment estrenada a Disney+ on els seus directors, José Mari Goenaga, Jon Garaño i Aitor Arregi, ens conviden a recórrer part de la vida de la gran figura de la moda que fou Balenciaga. L'argument ens situa en

un París on el creador basc era considerat la figura més emblemàtica de l'alta costura mundial. En aquest context li sorgeix un inesperat competidor, Christian Dior.

Balenciaga no podia entendre com un nou-vingut aconseguia expandir-se, obrir tendes, exportar moda i anar més enllà que una deïtat com ell. En un moment de la sèrie Virgília, l'esposa del seu soci Nicolás Bizkarrondo, li diu: «Tu ets el més gran dissenyador, però Dior



comunica millor». En tres paraules li donà una classe magistral de màrqueting a l'artista. Li feia avinent com Dior estava interpretant les noves necessitats dels clients. Davant un Balenciaga, enamorat del seu producte, havia sorgit un competidor enamorat de satisfer els clients i obsessionat en com comunicar-se amb ells.

Això em va fer pensar en com el nostre producte local sovint, i amb honroses excepcions, és poc valorat,

per no fer prou focus en aspectes com són la construcció de marques sòlides i recolzades en una solvent estratègia de promoció, que contempli aspectes fonamentals com la diferenciació del producte, el posicionament o la investigació de mercats.

Caure en l'enamorament del producte i obviar-ne la comunicació efectiva amb els clients sempre és un error. Si bé és imprescindible oferir productes d'alta qualitat, capaçs de satisfer les necessitats del client, no és menys cert que sense una adequada planificació estratègica, el possible èxit pot esdevenir fracàs. La bona notícia és que el magnífic producte local balear té molt de recorregut per a capturar moltes i noves oportunitats que el mercat ofereix, si som capaços de comunicar-ho de manera eficaç.

* Professor Associat Departament Economia de l'Empresa de la UIB i soci Tàndem Comunicació i Màrqueting