

PEDRA SECA

Xavier Gual

EMPRESARI @xaviergual



LA MORT S.A.

Els musulmans del Bages prefereixen repatriar els seus finats abans que deixar-los a l'espai habilitat per a ells al cementiri de Manresa. A Artés, una sentència de l'Autoritat Catalana de la Competència (ACC) ha multat amb 100.000 euros la funerària titular del tanatori. Els responsables d'aquesta empresa han reaccionat tancant la sala que dona servei a alguns pobles del Bages nord, i queden perjudicats els ciutadans d'aquest indret. Un cop més, els enterraments tornen a l'actualitat amb polèmica, tal com passa de tant en tant. Ser inhumat esdevé un car embolic. I parlar-ne és difícil. De fet, és l'últim tabú de la nostra societat. Treure la qüestió es considera de mal auguri o de poc gust. De ben segur que ho han comprovat en multitud d'ocasions. Qui ho fa se'l considera un llunàtic o un amargat. I justa-

ment aquesta és una de les eines a disposició dels que han fet de la gestió de la mort el seu mode de vida i de negoci. Quasi ningú gosa o té ànim per regatejar el preu quan algú proper expira. A més, en molts casos l'oferta és única o condicionada i s'acaben acceptant els preus tancats que presenta el proveïdor. Tot acaba amb una factura feixuga que cal pagar amb enuig. Les famílies dels musulmans traspasats que van optant per retornar-los al Magreb s'estalvien un tràngol administratiu extra que s'afegirà al dolor per la pèrdua. Normalment disposen d'una assegurança que els cobreix l'últim desig del familiar perdut. Un hàbit (l'assegurança per pagar un funeral) que molts avis locals encara mantenen però que en ocasions s'ha de complementar amb un pagament extra. Fer-ho segons els canons i tarifes dels serveis dis-

ponibles a casa nostra se situa en una franja que va dels 4.000 als 8.000 euros. És molt possible que acabi costant més i és quasi impossible reduir-ho. Per a una família modesta la despesa és una bona sotragada a la seva economia. Tots els fan companyies de titularitat privada, les quals acostumen a ocupar-se'n de forma diligent. Però amb uns preus objectivament cars respecte del servei que es dona. Anys enrere, i sobretot als pobles, la gent vetllava a les cases i els enterraments eren senzills i funcionals. Ara, la cosa ha derivat en una parafernàlia a les sales de vetlla amb pastes i suc de fruites, cotxes fúnebres luxosos, conjunts florals i diversos com-

«Tots els fan companyies de titularitat privada, les quals acostumen a ocupar-se'n de forma diligent»

plements que maquillen el cost final. I amb aquestes fonaments han arribat les multinacionals de la mort. Ha estat tota una novetat que ha acabat absorbint algunes de les iniciatives familiars històriques existents, les quals es repartien el pastís mortuori amb alguna sorollosa i periòdica topada. Són grups empresarials internacionals que han descobert en les pompes fúnebres un negoci d'alta rendibilitat i retorn ràpid de la inversió. Tothom que ven un servei, té dret a guanyar-se la vida i rendibilitzar les seves inversions, però l'última sentència de l'administració per pràctiques abusives a Artés torna a posar a sobre de la taula el fet que el model potser no és correcte. Mentre moltes famílies pateixen de valent per afrontar una despesa d'aquest nivell, les empreses del sector estan sotmeses a grups inversors de ca-

pital risc i poca ànima, els quals només posen diners en activitats on el retorn econòmic és molt alt i bastant segur. Observeu que la sanció de la Generalitat l'han afrontat amb la suspensió del servei i amb un recurs davant de la justícia per guanyar tot el temps possible. Mentre alguns dels nous ajuntaments acabats de constituir han adoptat un marcat perfil social molt d'esquerres, diuen representar la nova política i n'hi ha que proposen la recuperació de serveis municipals privatitzats de tota mena com l'aigua potable, potser caldria fer un estudi sobre el que cal fer amb els sepelís. Posar uns topalls als preus a cobrar, cobrar segons el nivell de renda o municipalitzar-los per fer-los assumibles per a tots els ciutadans, podrien ser opcions a considerar. Tothom que traspasa acaba enterrat però les factures sempre es queden.

INTEL·LIGÈNCIA EMOCIONAL I LIDERATGE

TRIBUNA

Petra Nylund i Xavier Ferràs

PROFESSORS DE LA UVIC-UCC

En comunicació, les expressions emocionals són més autèntiques que les expressions racionals. Com afecten, en el procés comunicatiu, les emocions mostrades? Com modulen els missatges que es volen transmetre? Quan una empresa està en crisi, abans de declarar formalment l'estat de comptes en un consell d'administració, possiblement el director general ha transmès tàcitament aquesta informació mitjançant una alteració de la seva activitat (llargues reunions amb l'equip directiu, entrevistes amb advocats o amb represen-

tants dels treballadors), o mitjançant expressions (sensació de tristor, preocupació o cansament). En processos de comunicació de masses (per exemple, entrevistes a alts executius o en discursos polítics), la comunicació no verbal afecta severament les reaccions dels oients.

En un estudi recentment publicat per investigadors de la Universitat de Vic a Leadership Quarterly (revista científica internacional de lideratge), on s'analitza la comunicació no verbal de 129 directius internacionals en entrevistes televisades a Reuters Television entre 2011 i 2014, es demostra que les emocions transmises involuntàriament tenen un impacte immediat i determinant en la cotització en borsa de les empreses que representaven. Executius que transmeten missatges positius, amb expressions de tranquil·litat, després d'un desastre que ha afectat la seva companyia, aconsegueixen frenar les caigudes dels valors financers. Per contra, executius que transmeten dades positives sobre evolució de resultats, però que mostren frustració

continguda en les seves expressions no verbals (per exemple, per no haver arribat a cobrir expectatives) poden generar pèrdues de valor en les seves empreses. El mercat (o, de forma extensiva, el conjunt d'individus que han de prendre decisions en el si d'un col·lectiu), percep inconscientment, amb gran nitidesa, les emocions dels seus líders, més enllà de les dades analítiques i la comunicació racional de què se'ls proveeixi. Sorprenentment, els resultats de l'estudi denoten que un major nivell de comunicació positiva explícita, i/o un major nivell d'emotivitat en positiu, no comporten una major reacció positiva dels telespectadors. Ans al contrari, tot sembla indicar que com més dades positives s'aportin, i més expressions no verbals d'entusiasme o satisfacció, menys creïble

«L'estudi demostra també que la provisió d'informació serena, acurada i verídica atenua els efectes negatius de les males notícies»

és el líder i més decisions de venda d'actius genera (provocant la baixada de preus de les accions). Les persones, en general, es comporten millor davant l'autenticitat. D'altra banda, l'estudi demostra també que la provisió d'informació serena, acurada i verídica atenua els efectes negatius de les males notícies.

Quines repercussions té això en les tècniques de negociació o en la comunicació política? Extrapolant les conclusions, segons els nostres resultats, expressar emocions en excés tindria rendiments electorals negatius. Dibuixar escenaris de futur extraordinàriament idíl·lics, encara que estiguin refermats amb dades, pot tenir males conseqüències electorals. La clau de l'èxit: la prudència, la veracitat, l'alineament de la informació explícita amb el llenguatge no verbal, i la intel·ligència emocional. El líder del futur, també en política, sembla que serà aquell que mostri una major capacitat de gestionar les seves emocions i alinear-les a un missatge rigorós, serè i conseqüent.

Abona't a partir de 60€ (fins a 18 anys), 90€ (de 18 a 23 anys), o 170€ (adults). Aquesta temporada tenim molts més #MomentsCongost per viure.

93 872 15 03 basquetmanresa.com
facebook.com/BasquetManresaBM @BasquetManresa @BasquetManresa