

OPINIÃO

A COR DO
DINHEIRO

CAMILO LOURENÇO
Analista de economia
camilolourenco@gmail.com

Eles comem tudo... e outras tretas

Uma das questões mais glosadas na campanha eleitoral é a adoção de uma “flat tax”. O assunto tem sido sabiamente aproveitado pela esquerda para dar cabo dos líderes da direita que trouxeram o assunto para a campanha (ver artigo de segunda-feira). Porquê? Porque conhecem mal a matéria (Rio, Ventura e Chicão) e por sobrançeria (Cotrim Figueiredo).

É fácil perceber a armadilha em que a direita caiu. O eleitor comum não percebe nada de economia e muito menos de impostos. E quando um líder da direita fala na “flat tax”, políticos como Catarina Martins

e António Costa acenam logo com a rábula da vitimização: o rico que ganha 250 mil euros vs. o pobre que ganha mil euros. A mensagem que passa para o cidadão comum (formatado no conceito de “igualitarização”) é que os dois vão pagar o mesmo. Ora, isso não é verdade. Só que ninguém da direita explica o logro, deixando-se enrolar na conversa da esquerda.

Acréscimo outro “pormenor”: ninguém da direita lembra às Catarinas e aos Costas que outros países, que há poucos anos estavam atrás de Portugal no “ranking” da UE, e que entretanto nos ultrapassaram, adotaram

“flat taxes”. E não consta que a taxa de pobreza nesses países seja superior à portuguesa. Nem o nível da educação. Nem a qualidade dos serviços de saúde...

Há um mito terrível que a esquerda portuguesa (Álvaro Cunhal, Mário Soares, António Guterres, António Costa...) conseguiu impor: a ideia de que só se elimina a pobreza tributando duramente quem cria riqueza. Seja IRS, seja IRC. Infelizmente, ninguém da direita conseguiu ainda dar a volta a esta mentira. Enquanto assim for, Portugal vai continuar dominado pelo socialismo que afundou o país nos últimos 20 anos. ■

ACADEMIA
E REALIDADE

PEDRO BRINCA
Professor Auxiliar da Nova
School of Business and
Economics

É preciso limpar a imagem do Benfica

A 27 de maio de 2015, o Departamento de Justiça dos EUA acusou 14 oficiais da FIFA e executivos comerciais de receberem mais de 150 milhões de dólares em subornos – acusações que incluíam burla, lavagem de dinheiro, extorsão, fraude fiscal e obstrução de justiça. Em consequência, três grandes patrocinadores – Castrol, Continental e Johnson & Johnson – não renovaram os respetivos contratos de patrocínio e a FIFA partiu para a renegociação dos restantes patrocínios em posição de desvantagem. O impacto negativo dos escândalos desportivos na capitalização bolsista dos patrocinadores é confirmado por vários estudos.

Neste momento e considerando apenas o processo Cartão Vermelho, temos o ex-presidente e membros da atual direção do SL Benfica a serem investigados por suspeitas de crimes de abuso de confiança, burla qualificada, falsificação, fraude fiscal e branqueamento de capitais. As constantes referências a Rui Costa, Domingos Soares de Oliveira e Miguel Moreira – e ao papel que tiveram ou têm neste processo – transformaram-se

numa fogueira onde a marca Benfica está continuamente a arder.

É importante fazer uma declaração de interesses. Fui candidato vencido a vice-presidente do SL Benfica nas últimas eleições, numa lista liderada por Francisco Benítez, que surgiu do movimento “Servir o Benfica”. Mas, a partir do momento em que Rui Costa foi o escolhido pelos benfiquistas, salvo desenvolvimento dos processos em curso na justiça que justifique o contrário, este mereço que todos se mobilizem para que o seu mandato seja o mais bem-sucedido da história do clube. Enquanto presidente mais votado na história do clube, a legitimidade democrática de Rui Costa é total.

Dito isto, pela percepção dos danos que esta contínua feira mediática está a fazer ao SL Benfica e à sua capacidade de monetizar a marca, e ainda considerando os valores fundamentais e históricos do clube, é imperativo que sejam tomadas iniciativas capazes de relançar a marca e imagem do clube. À tão falada auditoria forense tarda em aparecer e as dúvidas sobre a real situação do clube e da sua

gestão vão-se acumulando.

Um novo tipo de certificação está a ganhar “momentum” pelo papel que pode ter ao proteger o investimento de patrocinadores de riscos reputacionais. A Sports Integrity Global Alliance criou um sistema de certificação que visa a gestão de instituições desportivas em três dimensões: boa governança, integridade financeira e apostas desportivas. É um movimento único a nível mundial que conta com o apoio de vários patrocinadores com uma presença contínua na indústria como a Qatar Airways e Mastercard.

Recentemente, a Liga Euro-

peia de Rugby obteve a certificação e outras instituições desportivas estão na calha, como a UEFA e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional. Existem conversações para que a médio prazo este modelo de certificação possa ser exigido para participar nas competições europeias – à imagem do licenciamento da UEFA e do fair play financeiro, dentro do esforço que tem sido feito para proteger o futebol noutros países.

O SL Benfica pode dar um passo decisivo na proteção da atratividade para patrocinadores e investidores ao tornar-se no primeiro clube a ter a sua governança certificada, beneficiando da exposição e impacto mediático que esse passo traria. Pode implicar mudanças difíceis dentro do clube e da SAD, mas está na hora de Rui Costa mostrar que quer realinhar a imagem do clube com os princípios e valores históricos que estão na sua génese e grandeza. ■

Está na hora de Rui Costa mostrar que quer realinhar a imagem do clube com os princípios e valores históricos que estão na sua génese e grandeza.

O impacto negativo dos escândalos desportivos na capitalização bolsista dos patrocinadores é confirmado por vários estudos.