



CARLOS COELHO

O ESPÍRITO NUNCA ATERRA



A 26 de Maio, em dia de aniversário, na base aérea de Sintra, sob as mais altas honras militares e o olhar atento de todos os seus efectivos e convidados, tive o privilégio de assistir, escrita nos céus, a uma das mais belas lições de economia capaz de fazer Portugal voar mais alto.

Pelo patriotismo do Chefe de Esquadra Major Rui Romão, fruto da persistência do Chefe do Estado Maior das Forças Armadas e com o Patrocínio do Millennium BCP, os céus de Portugal viram renascer um dos seus mais emblemáticos símbolos – Os Asas de Portugal.



Os Asas nasceram em 1976 e surgem agora, 40 anos depois, superiormente recontextualizados com uma imagem moderna de um país que, apesar de todos os seus apregoados males, continua a possuir um espírito capaz de produzir todos os remédios.

Este exemplo, que enquadra o início da minha participação nesta publicação Atlântica e liberal, representa a abordagem que pretendo fazer à importância dos aspectos simbólicos da nossa história que, se devidamente recontextualizados, podem influir no desenvolvimento económico do nosso país.

Os símbolos são pela sua natureza elementos agregadores, onde um vasto conjunto de pessoas se revêem. Constituem formas sintéticas de obter o maior número de estímulos e foram desde sempre usados pelas civilizações como provas de poder, de demarcação de territórios, de ideologias e de religiões.

Hoje, os símbolos são essencialmente património do mundo empresarial, onde ocupam um lugar cada vez mais importante e onde não é questionável o facto destes constituírem os principais drivers dos negócios neste século. Estas características, este poder dos símbolos – parte integrante das marcas – deriva dos seus princípios ancestrais e resulta da capacidade que mantêm em estabelecer relações positivas com os seus destinatários/consumidores produzindo, deste modo, ganhos reais nas organizações pela sua capacidade de influenciar as vendas e/ou as margens.

Se estes princípios são universalmente aceites e absolutamente verdadeiros para produtos, empresas e mercados, será então correcto se estabelecermos a sua devida analogia a uma economia, ou num sentido mais lato e agregador, a um país.

É neste enquadramento que devemos analisar os símbolos nacionais, ou seja, pela capacidade que estes poderão ter de influenciar as “vendas” deste nosso empreendimento colectivo. Contudo, estes encontram-se normalmente cristalizados na nossa memória histórica, mais ou menos longínqua, uma vez que raramente são tratados enquanto valiosas marcas e assim objecto de investimento, modernização ou adequação ao contexto e realidades actuais.

O primeiro exemplo que vos trago tem uma história recente, mas um sabor particular para mim. Os Asas de Portugal constituem uma excepção e surgem como um sinal do nosso Presente. Deste modo, não são apenas uma esquadra acrobática capaz de mostrar o extremo rigor e capacidade técnica dos nossos melhores pilotos que, num desafiante jogo de forças com a Natureza, escrevem no céu as palavras e o amor que têm a Portugal.

Hoje, os símbolos são essencialmente património do mundo empresarial, onde ocupam um lugar cada vez mais importante e inquestionável enquanto criadores de riqueza. São, no entanto, pela sua natureza, elementos agregadores que constituem formas sintéticas para obter o maior número de estímulos, tendo sido desde sempre usados pelas civilizações como provas de poder, de demarcação de territórios, de ideologias e de religiões.



Os nossos Asas são, acima de tudo, os nossos heróis dos céus que nos fazem levantar a cabeça e ver que afinal Portugal tem asas, simbolizando a vontade de vencer de uma economia que deverá procurar nos seus símbolos os sinais distintivos do seu património colectivo.

Importa então rever os princípios agregadores das sociedades modernas e aceitar o poder que os símbolos nacionais podem exercer no contexto do país. Importa acreditar que os comportamentos das economias são resultados dos seus sentimentos colectivos e nunca o contrário, que dos sonhos resultam as melhores folhas de cálculo e que, por isso, um dos grandes segredos do “milagre” económico que todos precisamos de fazer acontecer, antes de quaisquer medidas reformistas, reside nas asas que temos que criar em cada um de nós e que no seu conjunto serão, seguramente, suficientes para o país voar.

Nesta medida, os nossos Asas podem bem representar o símbolo e a atitude desta “grande empresa” onde todos temos a obrigação de cooperar, observando nas suas geniais acrobacias o equilíbrio que temos de procurar manter nas nossas vidas e nas nossas empresas, constituindo um exemplo de rigor e devoção à Pátria que tantas vezes parece esquecida.

**“Asas de Portugal que a fama ergueu
Aos píncaros do génio mais profundo
Mostrais à luz do Mundo e à luz do Céu
Que há Céu de Portugal em todo o Mundo”**

Por tudo isto, o exemplo que vos trago não se trata de uma visão romântica que pretende apenas evocar o Passado para esconder os problemas do Presente. Assenta antes na profunda crença de que o património do nosso país é uma valiosa herança e que se encontra sub-aproveitada. Assenta também naquele que julgo ser um dos maiores poderes deste século que são as marcas. E por fim, assenta no princípio de que o desenvolvimento sustentado da nossa economia, a par de questões de natureza estrutural como a educação, reside na coragem de assumir a recontextualização e afirmação das grandes marcas da nossa história, da nossa cultura, da nossa língua, das nossas asas, enquanto agregadores e criadores de riqueza para o nosso país que precisa de voltar a acreditar em si próprio, dando assim corpo ao lema dos Asas de Portugal,

– O Espírito nunca aterra! ■

