

DNOTICIAS.pt - Serviço de documentação e impressão

Ricardo Fabrício

[O ridículo socioeconómico do low cost](#)

Data: 11-12-2007

(In)felizmente pertenço a uma geração que foi massacrada. Quer dizer: foi embalada, cresceu e começou a amadurecer num ambiente socioeconómico volátil. Que nunca soube o que foi estabilidade ou previsibilidade. Que fez da mudança constante o seu habitat, mas que tem sobrevivido.

Na verdade, tal como tantos outros milhões de congéneres, que como eu foram socializados para viver em e na mudança, oiço e olho para as parangonas de alguns fazedores de opinião, quero dizer, comentadores do óbvio, e dá-me um ataque de riso. Compulsivo. Mas de que falo em concreto? Fundamentalmente, o meu ataque de riso provém do ridículo a que chegámos em termos socioeconómicos. Refiro-me ao valor absoluto que a ambivalência e o paradoxo alcançaram nas tendências e nos comentários que povoam este sistema económico-empresarial contemporâneo.

Fazer uma acusação destas implica ter que exemplificar. Por isso, cá vai o exemplo que escolhi, sendo certo que a escolha não foi inocente.

Na Europa, essencialmente durante o início da década de 90, passámos muito tempo a contemplar a maravilha empresarial que representava o fenómeno low cost nos EUA. Recordo-me de ter feito formação pós-graduada em que os case studies de empresas como a Southwest Airlines ou a BlueJet eram mais do que apresentados; quase que me atrevo a dizer que eram mesmo idolatrados. Padronização no equipamento, recursos humanos polivalentes, custos de operação reduzidos, sobretudo, por via da utilização de aeroportos secundários, entre outros aspectos que não importa agora dissecar, foram argumentos esgrimidos para revelar a sumptuosidade e a inevitabilidade do fenómeno; essa nova forma de estar na aviação comercial contemporânea.

Levou alguns anos, mas na verdade também a Europa acabou por aderir ao low cost. E mais alguns anos – como é habitual nestas coisas – o low cost finalmente chegou cá. Andamos neste momento entretidos a contemplar um fenómeno maduro, mas também já podemos ver os aviões no frills a sobrevoar a Ponta de S. Lourenço. Só que agora os aviões das companhias de preços baixos que no início da saga apregoavam preços baixos como bandeira, resultantes dos atributos de uma espécie de gestão alquimista, bem como de sistemas de reserva avançados que evitavam intermediários, possibilitado que assim se passasse a eventual comissão paga às agências de viagens para o passageiro, curiosamente, estão a começar a dar o dito por não dito. Reina a ambivalência e o paradoxo. Já explico porquê.

A crucificação massificada dos agentes de viagens, cuja participação no resultado económico das companhias de aviação era na realidade mínima, quando comparada com a estrutura global de custos, finalmente, parece estar a caminho de ser revogada. Em Outubro a Easyjet passou a integrar os GDS's Amadeus e Galileo; e a BlueJet começou a vender os seus voos através das agências de viagens on line. É este o ridículo socioeconómico. Tudo é ambivalente: os intermediários não eram importantes, porque faziam a erosão da margem, que se dizia querer passar para o passageiro, mas agora já são importantes outra vez. Tudo é paradoxal: os agentes de viagem não serviam os interesses da aviação de baixo custo, mas as companhias de low cost querem agora aceder os clientes destes.

Ricardo Fabrício

© Está expressamente proibida a distribuição e a utilização dos diferentes conteúdos dos serviços do DNOTICIAS.pt, sem consentimento prévio da Empresa Diário de Notícias, Lda.