

Aliança das Estrelas

Walter Longo

Há duas semanas estive em Londres por apenas um dia e meio. Fui de AirFrance e voltei de Varig somente por conveniência de horários. Viagem rápida, agenda apertada e pouco tempo para fazer tudo que estava programado. Volto para o hotel sexta à noite e, conforme instruções da minha agência de turismo ligo para a Varig para reconfirmar a volta. Ninguém atende e uma gravação diz que é para discar o número do aeroporto. Ligo para o número fornecido e nada. Nem gravação para dar novas instruções. Sábado de manhã tento de novo e tudo como antes. Gravação de um lado e ninguém do outro. Única solução: ligo para o Brasil e peço à minha mulher para chamar a Varig e confirmar. Trabalhei o resto do dia e a noite fui para o aeroporto.

Os taxis de Londres continuam os mesmos. Espaçosos, confortáveis e abundantes. Do Lanesborough Hotel na Knightsbridge até Heathrow não levou mais de meia hora. A viagem de retorno estava começando bem. Procuro o balcão da Varig e encontro uma placa que diz Star Alliance. Era lá. Sou atendido por uma funcionária oriental da SAS que parecia não ter nem idéia de onde ficava o Brasil. Desconhecia também onde se localizava a Sala Vip e sugeriu que olhasse nos monitores para descobrir o portão de embarque. O boarding pass que me foi entregue era da empresa aérea escandinava. Não havia nenhum logotipo, marca ou nome que lembrasse, ainda que vagamente, a companhia aérea que havia escolhido para voar de retorno e da qual sempre tive orgulho. Tempos de fusões e alianças!

Após o natural périplo por corredores e esteiras rolantes, entro no avião da Varig e o calor está insuportável. A cabine da classe executiva estava lotada e fui um dos últimos a embarcar. Chamo o comissário, outro oriental, e solicito que seja reduzida a temperatura. Ele, então responde que esses aparelhos, os MD-11, são assim mesmo, muito quentes ou muito frios. Como a maioria reclama muito nas temperaturas baixas, resolveram deixar na opção tropical. Fim da conversa.

Tento não deixar que esse diálogo estrague o meu humor e peço alguma revista para ler. Não havia nenhuma pois alguém do despacho tinha esquecido de trazer a bordo. O jantar é servido. A comida parecia aquelas oferecidas em restaurante a quilo. Bandejas eram atiradas à nossa frente e cada prato estava envolvido por uma camada ou filme plástico transparente daqueles que se usa para embrulhar sanduíche em lancheira. Cabia ao passageiro retirá-los, se bem que o gosto da comida não ia mudar muito com ou sem o invólucro. Me conforto tentando imaginar qual estaria sendo o tratamento na classe econômica. A verdade é que tendo voando de Air France na ida, a comparação não podia deixar de ser feita. Infelizmente, os franceses haviam ganho na Copa e na cozinha.

Na hora de pedir o filme para assistir individualmente, outro drama. A fita

estava no fim e passei quinze minutos esperando o rewind. O headphone estava desmontado e a esponja da orelha deveria ser colocada por cada um. Escolhi para assistir um filme cujo título deveria inspirar o serviço de bordo: “As good as it gets” traduzido no Brasil por “Melhor é impossível”. Havia só a versão dublada, o som baixo e a locução péssima. Ainda bem que o Jack Nicholson não estava a bordo.

Se essa tal de Star Alliance foi concebida para juntar cias. aéreas excelentes e nivelá-las por baixo, tudo bem. Estão fazendo um grande trabalho. Identidade de marca, posicionamento estratégico, padrão de qualidade, ambiente exclusivo, personalidade, parece que tudo isso não vale mais. O avião da campanha publicitária está ficando cada vez mais comprido, mas nossa paciência e fidelidade cada vez mais curtas. E olhe que no comando do marketing dessa empresa aérea brasileira está um dos mais competentes profissionais que conheço. Pena que uma andorinha só não faz verão. E nem voa alto.