

“Confusion de Confusiones”

JOÃO DUQUE



À Espera, a flutuar

22.08.2020

Quando o “Titanic” chocou com o iceberg os mais informados sabiam que iriam passar três fases. Primeiro, a fase do afundamento que arrastaria consigo tudo ao seu redor numa sucção imparável. Quem não consegue fugir-lhe deve preparar-se para o mergulho mais profundo jamais realizado enchendo os pulmões no máximo. Depois vem a fase da estabilidade mortífera num mar gelado. Finalmente a salvação por um barco próximo.

Esta crise tem estas três fases: o mergulho já realizado a que o Estado tentou ajudar com umas (parcas) garrafas de liquidez; o barco de salvamento vem a caminho num transatlântico gigante de €750 mil milhões; nós estamos na fase da espera com a economia de consumo gelada e com as pessoas que estão confortáveis nas balsas a não quererem sair de lá nem dar a mão aos que deles necessitam. Assim, se nada for feito, milhares irão morrer de hipotermia...

Este ano, o sector do alojamento, restauração e similares está numa situação deplorável. Dos 135 mil empregos que a economia destruiu entre março e junho de 2020, 33% são deste sector! E não vale a pena financiar as empresas para manter estruturas moribundas e vazias. Se os portugueses as vão subsidiar então que as usem. É, pois, importante que se criem mecanismos de incentivo à saída de casa de todos os que são saudáveis e sem risco aparente. Ao contrário do slogan “Fique em Casa”, é urgente dizer aos portugueses “Saiam de Casa!” Cumpram as normas de segurança, mas saiam! Se não o fizermos, temo que acabemos a flutuar num mar de cadáveres com os cabelos transformados em estalactites de gelo.

Ao contrário do slogan “Fique em Casa”, é urgente dizer aos portugueses “Saiam de Casa!” Cumpram as normas de segurança, mas saiam!

Os britânicos criaram um programa de apoio à restauração em que cada cidadão pode ter a sua conta da refeição paga em 50% com um limite de £10 por pessoa. É uma medida direcionada à procura, porque se percebeu que após o estímulo ao confinamento e depois de proteger a oferta é necessário incentivar a procura.

A hotelaria, o alojamento e a restauração nacionais ou mesmo a cultura estão a precisar de estímulos destes. Trata-se de ocupar o espaço, dar uso ao capital instalado, ocupar e

dignificar as pessoas, dando o poder de decisão ao cliente/consumidor. O mesmo se deveria ter feito no apoio à comunicação social: deixar na mão do leitor, espectador, ouvinte o direito a dirigir o seu apoio através da sua escolha.

Claro que isto tem um grande inconveniente: repõe na mão do povo os impostos que lhe são cobrados e retira da mão do governante a moeda com que compra votos.