

Há ou não há almoços grátis? (I)

As notas “A *Fugas* viajou a convite de...” ou “esteve alojada a convite de...” tornam clara uma situação que nem por isso deixa de ser criticada por muitos.



José Alberto Lemos

28 de Dezembro de 2024, 6:47

Ao longo do mandato como provedor fui recebendo irregularmente mensagens de leitores que exprimiam dúvidas ou contestação aberta ao facto de a *Fugas* (<https://www.publico.pt/fugas>), o suplemento de viagens e lazeres que o jornal edita aos sábados, conter inúmeros artigos sobre destinos turísticos, hotéis, pousadas, *resorts*, restaurantes, etc. que resultam de convites feitos pelas entidades que os exploram comercialmente.

No final desses artigos, como é sabido, o jornal coloca uma nota em que dá conta de que a *Fugas* viajou a convite de..., ou esteve alojada a convite de..., tornando assim clara para todos os leitores uma situação que levanta objecções a muitos.

No essencial, as críticas oscilam entre a dúvida sobre até que ponto estas situações comprometem a independência com que o jornalista escreve sobre o local que visita a convite dos anfitriões e a convicção de que se trata de publicidade encapotada.

Só em quatro edições da Fugas no início do ano, o leitor Edgar da Mata detectou nove casos desses, que vão de hotéis a “cottages”, de restaurantes europeus a pizzarias portuguesas, de regiões de turismo a quintas. E pergunta: “Desculpe a linguagem um pouco obscena, mas a *Fugas* é como as mulheres-de-vida-fácil e aceita todos os convites que lhe fazem? Ou estamos perante repetidos exemplos de publicidade encapotada? Será que o PÚBLICO carece de tais subterfúgios? Praticamente não há uma semana em que não haja páginas e páginas de publicidade encapotada a restaurantes, hotéis, *resorts* e outros estabelecimentos turísticos, mas com a menção final de ‘a Fugas viajou/almoçou/jantou/ficou alojada a convite de...’. O que dirão os muitos anunciantes que têm que pagar os seus anúncios perante esta habilidadezinha enviesada e, suponho, ilegal?”

Idêntico ponto de vista exprimiu o leitor João Vasconcelos Costa, que, após ter lido uma peça sobre uma estadia numa quinta, voltou ao início “à procura da habitual referência explícita a publicidade ou, quando muito, a conteúdo patrocinado”. Mas, diz, “para meu forte desagrado, o que encontrei como categorização do artigo foi reportagem”. Para o leitor, “o artigo funciona, de facto, como mera peça publicitária, embrulhada no manto diáfano da fantasia de um trabalho aparentemente jornalístico. O tom ditirâmico é de um panegírico, não de uma reportagem objectiva e isenta.”

Menos assertivas e mais reflexivas são as mensagens do leitor Nunes Carneiro. Após ter lido três páginas sobre um restaurante em Estocolmo, cujo menu custa 228 euros sem bebidas, que “dificilmente se destinará aos leitores portugueses”, interroga: “Este tipo de peças não deviam ser sinalizadas como conteúdo comercial? Se se destina a promover um restaurante, esta peça pode ser considerada jornalismo?”

O leitor confessa a sua irritação com o facto de a Direcção do jornal referir, por mais de uma vez, “os escassos recursos de que dispõe para trabalho jornalístico, mas não hesitar em deslocar uma jornalista sénior ao estrangeiro (2/3 dias?) para ajudar a promover uma empresa que, se tiver interesse em Portugal, poderá sempre comprar publicidade no PÚBLICO ou comprar uma publlirreportagem identificada como ‘[estúdio] P – conteúdo comercial’.”

Esta fórmula foi adoptada pelo jornal para inserir textos promocionais de empresas ou entidades que querem divulgar as suas actividades num registo diferente do tradicional anúncio publicitário. No cimo dessas páginas está claramente assinalado que se trata de conteúdo comercial e o jornal chama-lhes “[estúdio] P”.

Uma solução que o leitor Nunes Carneiro entende como “a mais adequada” para as peças com o perfil mencionado. “Seria transparente. Não digo que a peça escrita fosse diferente, mas o contrato jornalista-leitor estaria intacto”, afirma, porque a Fugas “cada vez mais” lhe parece “um suplemento publicitário de destinos turísticos”.

“Gostava que a dependência das empresas turísticas não existisse. Mas como isso é impossível, eu preferiria que o jornal mantivesse intacto o compromisso de clareza com os leitores informando-os desse facto”, salienta, ressaltando que não põe em causa o profissionalismo dos autores dos textos. Mas “quantos leitores mais distraídos acreditarão que se trata de verdadeiro trabalho jornalístico?”

E concluí com uma “dúvida existencial”. “Se o jornalista do PÚBLICO numa destas viagens pagas encontrar situações anómalas/ilegais/estranhas/etc., conseguirá escrever com clareza e denunciar? Quero acreditar que sim.”

Uma dúvida que o provedor partilha em absoluto, entre várias outras que tentou esclarecer junto da editora da Fugas. Para isso, enviou 12 perguntas para as quais pediu respostas detalhadas. Com salutar ironia, Sandra Silva Costa informou que teria de “meter um dia inteiro de trabalho para responder”, porque “isto parece uma comissão de inquérito”.

A Fugas recebe dezenas de convites por semana e aceita apenas entre 10 e 20% deles, revelou a editora. “Na selecção dos convites, o primeiro critério é a relevância para os leitores, exactamente como nas restantes secções do jornal – conhecimento prévio do trabalho de um restaurante, um *chef* de cozinha ou um hotel, escolhemos aqueles que dão à partida garantias sobre potencial consistência e qualidade. Quando não temos este conhecimento prévio, fazemos o que mandam as regras do jornalismo: pesquisamos o interesse para o leitor”.

Por regra, não é dada qualquer justificação para a recusa dos convites e, em 16 anos de edição, a jornalista não recorda nenhuma acusação ou insinuação de favorecimento por parte de alguém preterido, nem qualquer *feedback* negativo.

Porque vai identificado e a convite, o repórter da Fugas terá sempre um tratamento privilegiado, colocando a sua experiência num plano diferente do cliente normal. A editora mostra “consciência de que a experiência pode ser diferenciada”, mas há que tirar partido disso, como por exemplo ser acompanhado pelo responsável pelo projecto de arquitectura e revelar aspectos a que os leitores não terão acesso. “No momento da escrita, damos conta da nossa experiência pessoal, mas também tentamos que o relato seja próximo do que pode experimentar o leitor”, sublinha.

A tónica dominante dos textos é positiva, naturalmente. O que reflectirá o cuidado posto pelos anfitriões na recepção aos jornalistas para que tudo decorra sem mácula. Interrogada sobre a ausência de notas críticas nos textos, a editora explica que “há uma distinção entre apresentação e crítica, tal como na apresentação de um livro ou de um disco. Um texto de apresentação pode incluir entrevistas, mas não tem como função particular ressaltar aspectos negativos, ainda que, nalguns casos, reflectam a experiência que tivemos e incluam, não raras vezes, alguns reparos. Reservamo-nos o direito de escolher aquilo sobre que escrevemos, há coisas que não nos merecem referência, não escrevemos sobre tudo o que nos mostram.”

Sandra Silva Costa rejeita a ideia de que os jornalistas se sintam constrangidos em apontar, nestas circunstâncias, aspectos negativos. “Todos os jornalistas têm liberdade total para relatar a sua experiência pessoal. Não há nenhuma indicação ou directriz editorial para evitar referências negativas nas peças. Os jornalistas são livres de noticiar, relatar, reportar, tal como sucede nas restantes secções do jornal”, garante. “Sempre que são detectados defeitos dignos de nota, em qualquer tipo de reportagem, estes são apontados.”

Mas na medida em que a Fugas trata de lazeres e prazeres, genericamente falando, o provedor perguntou se havia alguma directriz no sentido de evitar relatos de experiências negativas, já que é suposto dar ao leitor apenas sugestões recomendáveis. A editora esclareceu que essa era a ideia correcta. “Gastar espaço precioso e tempo a falar de um projecto que não aconselhamos, sendo coerentes com o conceito da revista, não faz muito sentido.

Já houve situações dessas. Numa viagem de três ou quatro dias, correu tudo mal, tornou-se impossível apresentar um trabalho com substância, logo não escrevemos. Descrever a viagem com tudo o que correu mal não teria qualquer utilidade para o leitor.”

E este critério diverge ou não da linha editorial do jornal, quis saber o provedor. A editora elabora: "Embora com especificidades decorrentes da sua natureza – uma revista que pretende funcionar como uma espécie de ‘pausa’ no caudal informativo quotidiano, dedicada aos prazeres da vida e àquilo que de melhor podemos sugerir aos nossos leitores –, a Fugas orienta-se pelos mesmos princípios jornalísticos que o PÚBLICO. É divergente no conceito específico do resto do jornal, mas não do todo da linha editorial”.

O director do jornal, David Pontes, entendeu também contribuir para este debate, mas por manifesta falta de espaço, a sua opinião, bem assim como a do provedor, ficarão para a próxima semana.



Abrir portas onde se erguem muros

Siga-nos

- ✉ Newsletters
- 🔔 Alertas
- f Facebook
- ✕ X
- 📷 Instagram
- in LinkedIn
- 📺 Youtube
- 📡 RSS

Sobre

- Provedor do Leitor
- Ficha técnica
- Autores
- Contactos
- Estatuto editorial
- Livro de estilo
- Publicidade
- Ajuda

Serviços

- Aplicações
- Loja
- Meteorologia
- Imobiliário

Assinaturas

- Edição impressa
- Jogos
- Newsletters exclusivas
- Estante P
- Opinião
- Assinar

Informação legal

- Principais fluxos financeiros
- Estrutura accionista
- Regulamento de Comunicação de Infracções
- Política para a prevenção da corrupção e infracções conexas
- Plano de Prevenção de Riscos de Corrupção

[Gerir cookies](#) | [Ajuda](#) | [Termos e condições](#) | [Política de privacidade](#)

@ 2025 PÚBLICO Comunicação Social SA

EMAIL MARKETING POR

