

Relatório de Análise do Índice de Elogio Servil (IES)

Reportagem Analisada: "Comer (e beber) a Amazônia em Manaus"

Autora: Sandra Silva Costa

Data de Publicação: 4 de Janeiro de 2025

Contexto: Menção no final do texto de que "A Fugas viajou a convite da TAP e da Amazonastur".

1. Proporção de Elogios em Relação a Críticas (0-25 pontos)

- **Análise:**

A reportagem destaca exclusivamente aspectos positivos da gastronomia amazônica, com descrições elogiosas dos pratos, bebidas e ambientes dos restaurantes Caxiri e Fitz Carraldo. Termos como "sobremesa inesquecível" e "uma das melhores saladas que já provámos na vida" reforçam a ausência de qualquer crítica ou ponderação negativa.

- **Pontuação:** 25 pontos.

2. Uso de Linguagem Enaltecedora (0-25 pontos)

- **Análise:**

A linguagem da reportagem é marcadamente exaltante e descritiva, utilizando expressões como "sorvete e caramelo de castanha, cubiu e calda de tucupi negro", "caipirinha amazônica" e "piranha grelhada com molho de pimenta de murupi". Há um esforço evidente em destacar o exotismo e a singularidade dos ingredientes e pratos, patente, por exemplo, na expressão: "e... uau!, o que é isto?". Não se verifica neutralidade linguística, o que cria um tom promocional.

- **Pontuação:** 24 pontos.

3. Dependência de Fontes Comprometidas (0-20 pontos)

- **Análise:**

As principais fontes são diretamente ligadas aos negócios promovidos na reportagem. A chef Debora Shornik (Caxiri) e a chef Jucileide Rodrigues (Fitz Carraldo) são apresentadas com destaque, enquanto Fabíola e Daniel, do projeto Da Cruz Destilados, também recebem atenção significativa. Estas fontes dominam a narrativa, sem contraponto de especialistas independentes ou críticas externas.

- **Pontuação:** 18 pontos.
-

4. Menção ao Contexto do Convite (0-15 pontos)

- **Análise:**
A menção ao convite da TAP e da Amazonastur está relegada para a última frase do texto, sem qualquer contextualização adicional. Não há reflexão sobre como o convite pode ter influenciado a escolha dos temas abordados ou a visão favorável apresentada na reportagem.
 - **Pontuação:** 14 pontos.
-

5. Presença de Publicidade Oculta ou Disfarçada (0-15 pontos)

- **Análise:**
O texto dedica-se a promover os estabelecimentos mencionados, apresentando-os como destinos obrigatórios. A narrativa descreve os produtos e serviços com detalhe e entusiasmo, sem elementos críticos, configurando-se como uma peça promocional implícita. Exemplos incluem a descrição dos pratos (e.g., “*pastel com jambu e queijo coalho*”) e a apresentação do gin Eurydice como um produto único.
 - **Pontuação:** 14 pontos.
-

Resultados Finais

- **Proporção de Elogios em Relação a Críticas:** 25 pontos
 - **Uso de Linguagem Enaltecadora:** 24 pontos
 - **Dependência de Fontes Comprometidas:** 18 pontos
 - **Menção ao Contexto do Convite:** 14 pontos
 - **Presença de Publicidade Oculta ou Disfarçada:** 14 pontos
 - **Total:** 95 pontos
-

Classificação Final: Elogio Servil Total

A reportagem é marcadamente promocional, destacando apenas os aspectos positivos dos estabelecimentos e produtos mencionados. O tom exaltante, a

dependência de fontes ligadas aos negócios promovidos e a ausência de críticas revelam um grau elevado de subserviência ao contexto do convite.