

NOME: Martinha da Conceição Rebeca Cardoso

MESTRADO EM: Comunicação Social – Vertente Jornalismo

ORIENTADOR: Professora Doutora Carla Cruz

DATA: 7 de Fevereiro de 2018

TÍTULO DA TESE: O *infotainment* no jornalismo: O impacto da vida privada, social e pública junto da imprensa popular portuguesa

RESUMO

A imprensa popular, ligada a um estilo sensacionalista, privilegia o interesse do público para solidificar audiências. O *infotainment* relaciona-se com esta lógica editorial e cresceu a tendência para fundir informação e entretenimento. Elevar as emoções a expoente máximo, potenciar o factor entretenimento e noticiar a vida pessoal de figuras públicas não gera unanimidade entre os teóricos. Uns defendem a necessidade de equilíbrio entre informar e distrair, outros sublinham que esta estratégia implica perda de qualidade e credibilidade, e acusam-na de mau jornalismo.

Esta dissertação, com a problemática do fenómeno do *infotainment* na noticiabilidade da imprensa popular, contempla as dimensões da vida privada, social e pública dos protagonistas das histórias e compara a força que exercem aquando a tomada de decisão e selecção valorativa. Analisamos a Secção “Vidas” do jornal diário generalista Correio da Manhã e os Suplementos semanais “Sexta” e “Vidas”, porque este jornal alia a informação ao entretenimento, é líder de mercado e um sucesso de imprensa popular a nível nacional.

Os resultados revelaram-nos que as notícias de *infotainment*, que visam alcançar o interesse do público, preferem a vida social e privada das figuras públicas, abordando *inclusive* a intimidade, dentro da dimensão privada. Porém, são inerentes à noticiabilidade de questões privadas e íntimas uma série de questões éticas e deontológicas, que nem sempre são respeitadas pelos jornalistas e órgãos de comunicação de cariz sensacionalista. Também percebemos que a audiência é um factor que exerce influência em todo o processo de construção noticiosa (*newsmaking*), o que não surpreende dado o cariz comercial da publicação e seus Suplementos.

Palavras Chave: *Infotainment*; Imprensa popular; *Newsmaking*; Usos e Gratificações;

Método misto