

Imprensa sensacionalista: análise da cobertura do acidente da Chapecoense pelo Site Catraca Livre¹

Jayne Patrícia de Lima e Silva²
Kátia Regina Azevedo Patrocínio³
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

Este artigo é referente à pesquisa monográfica “Imprensa sensacionalista: análise da cobertura do acidente da Chapecoense pelo Site Catraca Livre”, objetivando buscar a relação das notícias publicadas pelo Portal e o conceito de jornalismo sensacionalista. Com o intuito de formar uma sistematização histórica desse “fenômeno”, foi realizado um estudo de caso e uma análise de conteúdo, desenvolvidos por meio da observação comportamental do público que opinou nas publicações no período de 9h00min da manhã do dia 29/11/2016 às 17h00min do mesmo dia. Conclui-se que a internet assim como as redes sociais, teve um importante papel de enaltecer as matérias sensacionalistas abordadas pelo Catraca Livre, pois foi possível agregar um público distinto para criticar as ações do Site. Para embasar a pesquisa, usamos autores como Angrimani (2005), Amaral (2006), Pedroso (2001) e Traquina (2005 e 2013).

Palavras-chave: site, catraca livre; sensacionalista; chapecoense

Introdução

Esse artigo tem como objetivo apresentar a análise da pesquisa monográfica “Imprensa sensacionalista: análise da cobertura do acidente da Chapecoense pelo Site Catraca Livre”, a qual buscou compreender a relação do sensacionalismo, na construção e no desenvolvimento das notícias do Catraca Livre divulgadas no decorrer do dia da tragédia. Os procedimentos utilizados para abordar o assunto, foi o estudo de caso baseado na observação do comportamento do público, que permitiu a incorporação de procedimentos baseados no raciocínio lógico mediante a utilização de métodos científicos para a coleta de informações. Também com o objetivo de solucionar os questionamentos pessoais do pesquisador foi realizada uma análise de conteúdo das

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da UNIFOR, email: jaynepatricia18@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UNIFOR, email: katiap@unifor.br

matérias publicadas pela página da internet no dia 29 de novembro de 2016. Após a coleta deste material foi possível realizar o estudo bibliográfico de documentos que passaram por avaliação crítica, onde foram verificadas autenticidade, origem textual e relação com o tema.

O artigo começa com um breve recorte teórico sobre o termo sensacionalismo, que surgiu na França a partir do ano de 1560 devido aos recursos chamativos utilizados por alguns jornais da época como *Gazette de France*⁴ e *Nouvelles Ordinaires*⁵.

Em seguida, o leitor é convidado a conhecer a história do Site Catraca Livre que surgiu com o objetivo de disseminar a cultura e informar a população da região metropolitana de São Paulo e do Rio de Janeiro sobre oportunidades gratuitas na área da educação, esportes, consumo, trabalho, saúde e empreendedorismo.

O acidente da seleção Chapecoense é abordado logo em seguida para situar o leitor sobre o ocorrido e posteriormente trazer a análise da cobertura feita pelo Website no período de 9h às 17h do dia 29/11/2016. A partir dos conceitos de imprensa sensacionalista, foram estudadas oito matérias. O estudo é respaldado em livros, teses, dissertações e artigos de autores como Angrimani (2005), Amaral (2006), Traquina (2005 e 2013) e Pedroso (2001).

O Sensacionalismo

O termo sensacionalismo surgiu na França entre os anos de 1560 e 1631. Nesse período, alguns jornais já apresentavam características sensacionalistas, como a espetacularização da notícia e a utilização de manchetes e títulos chamativos, que possuem um tom escandaloso e extraordinário. Os jornais *Gazette de France* e *Nouvelles Ordinaires* eram bastante populares e possuíam matérias fictícias e fantasiosas com natureza sensacionalista. O *Publick Occurrence*⁶, jornal estadunidense

⁴ Jornal fundado em 30 de maio 1631 por Teophraste Renaudot, graças à licença concedida pelos reis de França. Sua última edição apareceu em 30 de setembro de 1915.

⁵ Jornal do século XVII, fundado por Jean Epstein (editor) em 17 de julho de 1631, e traduzido para o francês.

⁶ Primeiro jornal multi-páginas publicado nas Américas. A primeira edição foi publicada em 25 de setembro de 1690 em Boston.

também utilizava de recursos dogmáticos, como fotos e manchetes apelativas, com a finalidade de atrair a atenção do leitor.

De acordo com Mott *apud* Angrimani (1995, p.14): “Sem discutir a questão da morbidez e da imoralidade envolvidas, o termo sensacionalismo poderá ser usado para o tratamento particular que um jornal dá a crimes, desastres, sexo, escândalos e monstruosidades”. Desta maneira o termo sensacionalista é comumente utilizado para definir publicações que causaram efeitos subjetivos, como alguma reação emocional no público leitor.

Esta prática noticiosa focada de forma prioritária na seleção e na ênfase de itens narrativos de ordem imagética exagerada e desproporcional à realidade, deve ser classificada como jornalismo sensacionalista.

A imprensa sensacionalista tem a capacidade de alcançar grandes audiências, especialmente junto às camadas mais populares é agressiva e forte, assim a notícia sensacionalista é transfigurada em um notável episódio de inversão jornalística, já que atua de forma pedagógica e estratégica, tornando limitados os excessos da esfera pública.

Para Amaral (2006, p.21) é importante possuir de forma clara o conhecimento do que é o sensacionalismo, isto evita que surjam teorias redundantes:

O sensacionalismo está ligado ao exagero; a intensificação, a valorização da emoção; a exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão de conteúdo pela forma. O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como superexposição do interesse público; a exploração do interesse humano; a simplificação; a deformação; a banalização da violência, da sexualidade e o consumo; a ridicularização das pessoas humildes (...)

Os noticiaristas, até mesmo os mais amadores, descobriram a fórmula do sucesso, uma equação de sexo, sangue e violência é a matemática perfeita para atrair a atenção e a curiosidade de leitores, os tornando assim, consumidores em potencial. O sensacionalismo está presente, portanto, em manifestações históricas da imprensa e antes disso, pois sempre existiu uma tendenciosidade humana em espreitar as desgraças

do próprio homem, é algo que está enraizado na própria natureza do indivíduo. Segundo Angrimani (1995, p.17):

É na exploração das perversões, fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas. É no tratamento antianódino da notícia, quase sempre embalada em um caleidoscópio perverso, que o sensacionalismo se destaca dos informativos comuns.

Desse modo, o sensacionalismo torna extraordinário algum acontecimento ou fato jornalístico. Geralmente, tal evento, não receberia tal atenção, porém, como a própria definição diz, é função do sensacionalismo tornar algo “comum”, em um objeto excepcional, fora do comum, para isso, é utilizado tom escandaloso e extravagante. Sua produção ultrapassa o real e superdimensiona o fato.

Este tipo de narrativa transporta o leitor para dentro do acontecimento, fazendo com que ele sinta as mesmas sensações emocionais que os protagonistas do fato. Neste caso, as sensações são interiorizadas, através da fictícia participação e do reconhecimento de tais papéis por parte do leitor, desse modo a transgressão da realidade subjetiva aflora internamente no leitor, fazendo com que a sua parte humana e emocional venha à tona e o transformem em personagem autor do que está sendo narrado ou noticiado.

Outro tipo de característica sensacionalista é a inconveniente relação entre a manchete, o texto e o fato. Tal aspecto reforça a posição de descrédito por parte do leitor diante do veículo ou do jornalista responsável por transmitir a informação. Isso acontece porque a manchete deve provocar emoções imediatas e chocar o leitor, deste modo ela adquire valor mercadológico de importância acentuada. Porém, nem sempre estes elementos são bem utilizados devido à falta de “criatividade” editorial. Angrimani (1995, p.16) destaca que, “em casos específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a “notícia” é elaborada como um mero exercício ficcional. O termo “sensacionalista” é pejorativo e convoca uma visão negativa do meio que o tenha adotado”.

O Site Catraca Livre

O Site Catraca Livre, objeto de estudo desse estudo, foi criado e coordenado pelo jornalista e ex-colunista da Folha de São Paulo, Gilberto Dimenstein e atualmente conta com a participação de um grupo de estagiários vindos do Curso de Jornalismo de diversas universidades, dentre elas a: Universidade São Paulo - USP; Pontifícia Universidade de São Paulo - PUC/SP; Fundação Armando Álvares Penteado - FAAP e a Mackenzie. Inicialmente o objetivo consistia em informar a comunidade o que havia de graça ou a preço popular nas principais cidades do Sudeste do país, especialmente na área cultural e educativa.

O site busca enfatizar especialmente a disseminação da cultura, mas sem deixar de informar diariamente a população sobre as "melhores oportunidades gratuitas ou a preço popular nos mais variados serviços na região metropolitana de São Paulo e na cidade do Rio de Janeiro, abrangendo educação, esportes, consumo, trabalho, saúde e empreendedorismo." (CATRACA LIVRE *apud* TEIXEIRA & COUTINHO, 2014, p.3).

Ainda segundo o próprio veículo, eles também tinham como objetivo a disseminação de "tendências e projetos que, em qualquer parte do mundo, inspirem soluções comunitárias inovadoras e inclusivas". (CATRACA LIVRE *apud* TEIXEIRA & COUTINHO, 2014, p.3). Daí o slogan Catraca Livre: Comunicar para empoderar.

O seu objetivo principal é agrupar informações que mostrem possibilidades acessíveis e de qualidade, virtuais ou presenciais, em várias áreas da atividade humana - cultura, saúde, mobilidade, educação, esportes e consumo em diferentes capitais do Brasil. Presente também no Facebook, o Catraca se propõe a revelar personagens, tendências e projetos que inspirem soluções comunitárias inovadoras e inclusivas, mas também incitar debates envolvendo questões sociais, culturais e políticas.

Vale ressaltar que os objetivos do Site não consistem apenas em informar, mas sim gerar talentos e incentivar a comunidade a fazer o mesmo, através de projetos que buscam colocar em prática com a ajuda dos seus parceiros, que formam a chamada "teia comunicadora", termo criado pelo próprio veículo para se referir ao meio de propagação das suas publicações. De acordo com o Catraca Livre, esta teia, promove a chegada dos

conteúdos em mais de 5 milhões de pessoas semanalmente, através de websites, TVs, livros, entre outros meios de comunicação.

Essas parcerias são espaços que o site disponibiliza para as empresas que quiserem ajudar na concretização destes objetivos, possam publicar e divulgar informações das suas empresas que considerem importante para alcançar estas metas. Conforme destaca o *Catraca Livre*:

[...] apostamos na engenhosidade da comunidade, a seleção das notícias é complementada por milhares de pessoas cadastradas em nossa Rede. As informações são distribuídas por nossa “Teia Comunicadora” que abrange todos os tipos de mídia: jornal, internet, rádio. Provemos conteúdo, por exemplo, para as televisões dos ônibus e metrô em São Paulo. Isso nos ajuda a enfrentar o apartheid digital e atingir milhões de pessoas todos os dias (*CATRACA LIVRE apud TEIXEIRA & COUTINHO, 2014, p.4*).

O veículo está conectado em todas as redes sociais, além de fabricar ferramentas para celulares, adotando assim, a “tecnologia social”, que traz a informação para mais perto da população através dos meios de comunicação digitais. Sua forma de abordar e os assuntos que são publicados tem conquistado a população não só de São Paulo, onde se encontra a redação do site como também tem conquistado parcerias até de outras faculdades.

O acidente da Chapecoense

A fatalidade aconteceu na madrugada do dia 29 de novembro de 2016 com o Voo 2933 da Línea Aérea Merideña Internacional de Aviación (LaMia), operado pela companhia com a identificação LMI2933, a serviço da Associação Chapecoense de Futebol, proveniente de Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, com destino ao Aeroporto Internacional José María Córdova em Rionegro, Colômbia.

O avião que levava a delegação da Chapecoense, caiu matando 71 dos 77 passageiros a bordo. Os seis sobreviventes confirmados foram o goleiro Follmann, o zagueiro Neto, o lateral Alan Ruschel, o jornalista Rafael Henzel e dois membros da

tripulação, Ximena Suárez e Erwin Tumiri. O goleiro Danilo foi resgatado com vida, mas não resistiu aos ferimentos e faleceu no hospital.

O time brasileiro da Associação Chapecoense de Futebol viajava para o jogo de ida da final da Copa Sul-Americana de 2016 contra o Atlético Nacional em Medellín, na Colômbia.

Por volta das 22h, o piloto relatou à torre de controle que o avião apresentava problemas elétricos e declarou situação de emergência, quando voava entre os municípios de La Ceja⁷ e La Unión⁸. O contato entre a torre de controle e a tripulação foi perdido às 22h15, entre as cidades de La Ceja e Abejorral⁹.

A aeronave deu duas voltas e depois reduziu a velocidade para 263 km/h antes de cair próximo do Aeroporto José Maria Córdova, em Rionegro, arredores de Medellín, em um monte chamado *Cerro El Gordo*, de 2.600 m de altitude.

Helicópteros foram inicialmente incapazes de chegar ao local devido à névoa densa na região, e o acesso dos socorristas da Força Aérea da Colômbia teve que ser por terra.

A cobertura do acidente

Considerada oportunista pela audiência, a abordagem trazia manchetes como “Medo de voar? Saiba como lidar com isso! ”. “Passageiros que filmam pânico em avião”. “10 mitos e verdades sobre viajar de avião”. O Site Catraca Livre recebeu uma “tempestade” de críticas em suas redes sociais pela maneira como tratou o trágico acidente aéreo na Colômbia, que matou 77 pessoas, entre elas jogadores da Chapecoense e jornalistas esportivos. A atitude custou uma queda total de 400 mil seguidores e curtidores na página do Facebook do Catraca.

A polêmica começou na manhã do dia 29 de novembro pouco depois das 9h, quando o Site postou, em seu perfil no Facebook, uma matéria, publicada em agosto de

⁷ Cidade e município da Colômbia, no departamento de Antioquia. Distante 41 quilômetros de Medellín, a capital do departamento.

⁸ Cidade e município da Colômbia, no departamento de Antioquia. Distante 57 quilômetros de Medellín.

⁹ Cidade e município da Colômbia, no departamento de Antioquia. Distante 109 km de Medellín.

2016, três meses antes da tragédia, com dicas para quem tem medo de viajar de avião. O post mencionava diretamente a tragédia com o voo do time brasileiro, ocorrida na Colômbia.

Em uma outra matéria divulgada na mesma manhã, os jornalistas utilizaram como recurso para a atração dos leitores, a selfie do último dia de vida dos jogadores, postada pelos próprios integrantes do time em suas redes sociais. Esta publicação foi o estopim para o que seria um dos dias mais movimentados ou “descurtidos” da página.

Figura 1: Selfie publicada pelo Site dos jogadores pouco antes do avião cair



Fonte: Site AD News¹⁰

Em outra postagem, feita poucos minutos após a anterior, o Site Catraca Livre divulgou imagens filmadas pela câmera de celular do passageiro, Ferdinand Puentes no ano de 2014. As imagens que mostravam a reação dos viajantes durante a queda da aeronave Cessna Grand Caravan na costa do Havaí foram exibidas pela rede norte-americana ABC.

O Jornal O Estadão prestou solidariedade ao ocorrido e fez uma montagem em homenagem aos jogadores trazendo uma frase de consolo do diretor da Chapecoense,

¹⁰ Disponível em: <<http://adnews.com.br/internet/catraca-se-livrara-das-criticas.html>>. Acesso em: 1 mai. 2017.

imediatamente o Catraca plagiou¹¹ a arte e replicou na própria página, não creditando os autores da homenagem. O Estadão comentou logo abaixo no meio de todas as críticas feita pelos leitores e seguidores da página. “Pessoal, vocês usaram nossa homenagem ao time, mas esqueceram de linkar para nossa página, O Fera. A cobertura completa da tragédia está lá #ForçaChape”, escreveu o jornal Estadão em um dos comentários na publicação.

Figura 2: Plágio já corrigido feito pelo Site Catraca Livre



Fonte: Site LinkedIn¹²

Imediatamente, após o comentário feito pela página do Estadão, o perfil do facebook do Portal fez uma publicação com a seguinte frase: “Estadão, agradecemos pelo toque #ForçaChape”.

Diante de reações negativas, inclusive xingamentos, o Site tentou se explicar, o que só aumentou a indignação entre os internautas. Em uma publicação na internet, o Catraca Livre disse: "Entendemos as críticas e as respeitamos. Mas consideramos relevante jornalisticamente mostrar outros aspectos da tragédia como, por exemplo, o medo de voar e os mitos. Em momentos assim, o pânico se espalha: é necessário mostrar que o avião é o meio mais seguro de transporte". Segundo o Catraca, eles queriam "contribuir" para que as pessoas soubessem lidar com o problema.

¹¹Expor ou mostrar alguma coisa (trabalho, livro, teoria etc.) como se esta fosse de sua própria autoria, embora tenha sido criada e/ou desenvolvida por outrem: o aluno plagiava os trabalhos com frequência.

¹² Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/catraca-livre-e-click-bait-da-relev%C3%A2ncia-ao-ana-talavera>>. Acesso em: 9 mai. 2017.

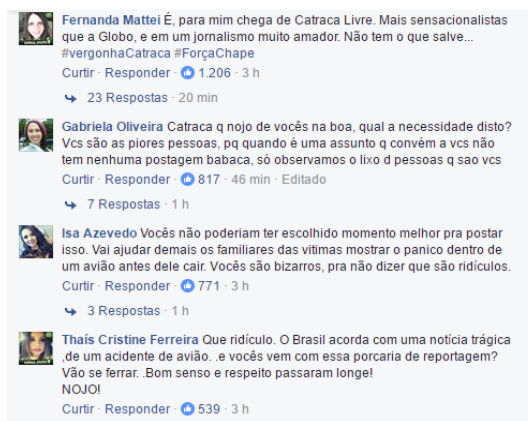
Figura 3: Posicionamento do Site Catraca Livre



Fonte: Site AD News¹³

A explicação deixou a situação do Site ainda pior e as pessoas iniciaram um movimento pedindo para que os leitores deixassem de seguir a página do Catraca Livre no Facebook.

Figura 4: Comentários feitos na página do Facebook do Site



Fonte: Site Jornal Livre¹⁴

Por volta de 14h, a página mudou sua abordagem e postou os avisos de “Desculpas” e “Erramos”, com o seguinte comunicado: “Diante do impacto da notícia do acidente com o time do Chapecoense e premido pela rapidez, o Catraca Livre fez posts que feriram a sensibilidade de seus leitores, ao mostrar diferentes ângulos da

¹³ Disponível em: <<http://adnews.com.br/internet/catraca-se-livrara-das-criticas.html>>. Acesso em: 1 mai. 2017.

¹⁴ Disponível em: <<https://jornalivre.com/2016/11/29/catraca-livre-e-execrado-apos-fazer-cobertura-asquerosa-sobre-tragedia-da-chapecoense/>>. Acesso em: 1 mai. 2017.

tragédia. Lamentamos que nossa abordagem tenha provocado essa dor e fosse interpretada como desrespeito. Erramos ao não sermos mais cuidadosos. Pedimos, assim, desculpas ao leitor e agradecemos suas críticas que nos ajudam a fazer um jornalismo cada vez melhor.”

Figura 5: Pedido de desculpas feito pelo Site Catraca Livre



Fonte: Site Meio e Mensagem¹⁵

Cerca de três horas após o primeiro pedido de desculpas, a página soltou um comunicado, assinado pelo seu fundador o jornalista Gilberto Dimenstein, dizendo que era o único responsável por toda a linha editorial do veículo e isentando os jornalistas da redação qualquer da responsabilidade sobre as publicações sobre o acidente feita na parte da manhã.

Figura 6: Pedido de desculpas feito por Gilberto Dimenstein



Fonte: Site Meio e Mensagem¹⁶

Até às 17h do dia 29 de novembro de 2016, quase 290 mil pessoas descurtiram sua página na maior rede social do mundo, segundo o Quintly, ferramenta que mede a adesão em tempo real.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/11/29/catraca-livre-e-netshoes-erros-na-tragedia.htm>>. Acesso em: 1 mai. 2017.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/11/29/catraca-livre-e-netshoes-erros-na-tragedia.htm>>. Acesso em: 1 mai. 2017.

Análise da cobertura

Cavaltanti e Neto (2014) acreditam que o jornalismo tem utilizado novas fórmulas para ganhar espaço no mar de informações e de conteúdos que são disponibilizados a todo momento, principalmente na Internet. Entre estes recursos estão os títulos criativos, listas de interesse e desdobramentos de assuntos que estão em alta nas redes sociais.

As características do sensacionalismo descritas por Amaral (2006), como o exagero, a intensificação e a valorização da emoção, aparecem quando realizamos a análise de conteúdo das matérias do *Catraca Livre*. Um exemplo deste acontecimento se deu quando o Site publicou as *selfies* dos jogadores da Delegação da Chapecoense, poucos instantes antes da aeronave cair. Sobre esse post, um leitor fez o seguinte comentário: “É engraçado um portal como esse, que sempre está pregando o amor e as coisas boas, fazer uma postagem como essa, que é para dizer o mínimo mórbida e de mal gosto. Hipócritas”. A partir daí outros seguidores também não pouparam críticas ao modo como o Portal abordou o assunto.

A repercussão negativa por parte dos leitores às publicações que foram feitas pode ser compreendida a partir da evolução do pensamento crítico/raciocínio criterioso do público, como ressalta Tittle *apud* Canal (2013, p.9):

[...] o pensamento crítico/raciocínio criterioso é deliberado e minucioso; e por ser deliberado é intencional e responsável; e por ser minucioso é um raciocínio (pensamento crítico) que busca exaustivamente a perfeição. No que diz aos aspectos deliberado e minucioso, o primeiro significa que, ao raciocinarmos (ou pensarmos criticamente), o fazemos de modo intencional e responsável, especialmente ao ponderarmos as nossas próprias ideias e valores, e as ideias e valores de segundos e terceiros. Por isso, intencional quer dizer que estabelecemos uma finalidade para o uso do raciocínio, melhor, estabelecemos objetivos quando raciocinamos; e responsável é todo aquele tipo de raciocínio cuidadoso que pondera o que pode ou não pode inferir de certos pontos de vistas, posições, afirmações, etc. Um raciocínio minucioso busca exaustivamente a perfeição, e isso requer, entre outras coisas, que se aprecie (ou se pense criticamente)

de forma ampla e profunda o assunto em questão e as diversas nuances e complexidades das questões, dos temas em cheque.

As críticas negativas dos leitores às primeiras publicações do Site também foram observadas, como o caso do *post* sobre um vídeo gravado por um passageiro durante a queda de uma aeronave no Hawaii em 2014. A publicação foi reforçada com imagens gravadas pelo celular, aonde mostra pessoas chorando e gritando por socorro. Nesta matéria o *Catraca Livre* trouxe regras que, segundo Pedroso (2001), são peculiares ao modo de produção do sensacionalismo, como explorar o extraordinário, valorizando a emoção em detrimento da informação. Uma produção discursiva na perspectiva trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica.

Marcondes Filho *apud* Chaise (2007), afirma que este tipo de informação busca criar um mundo embelezado, de preocupações ‘minimalistas’, que se voltam para o privado e para o individual, onde as pautas não são definidas pelas inquietações sociais ou de interesse geral, mas por uma série de assuntos definidos como notícia pelos próprios meios de comunicação, cujos interesses buscam apresentar notícias de apelo emocional com discursos voltados para o sensacionalismo, com ampla repetição de fatos como crimes, assassinatos e tragédias.

Para o estudioso Pena *apud* Campos (2016, p.3), esta pode ser a maneira que uma organização possui de ganhar dinheiro.

O jornalismo é um negócio. E, como tal, busca o lucro. Por isso, a organização está fundamentalmente voltada para o balanço contábil. As receitas devem superar as despesas. Do contrário, haverá a falência das empresas e seus funcionários ficarão desempregados.

De acordo com Gilberto Dimenstein, o *Catraca Livre* trabalhava com personagens e notícias que trouxessem a ideia de engajamento social para tornar a população mais informada, educada, inovadora e mais preparada para transformar de maneira positiva o ambiente em que vivem.

Considerações

Como explicar a comercialização de uma tragédia que afetou diretamente e indiretamente tantas vidas? Trata-se de um reflexo do que a sociedade pensa atualmente?

É demasiado difícil analisar a postura dos meios de comunicação e de empresas que buscam lucrar e aumentar seus acessos a partir de uma tragédia que tira tantas vidas humanas. Acredita-se, que possivelmente o campo jornalístico do Site Catraca Livre está submetido à lógica do mercado capitalista de seus patrocinadores, e isto fez com que o website perdesse a sua autonomia, que, em tese, permitiria ao próprio Site a escolha de suas regras internas e seus critérios de valor.

Apesar das curtidas na página do Catraca Livre terem pela primeira vez diminuído, a repercussão por si só já gerou cliques e engajamento nas redes sociais. O site pode ter perdido seguidores, mas ao mesmo tempo manteve a grande maioria dentro do seu núcleo de influência, que acessa ao material compartilhado por curiosidade, ou pelo simples calor do momento da tragédia.

É fundamental destacar que o jornalismo está passando por uma nova fase, na qual se encontra na transição do formato impresso para o digital. Graças às múltiplas plataformas de mídia, há uma maior interação entre o receptor e o emissor. A convergência de mídias (ou *crossmedia*) pode ser classificada como um deslocamento de conteúdos através de diversas plataformas de mídia, à participação de múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

A internet, assim como as redes sociais, teve um importante papel de enaltecer o sensacionalismo aqui observado nas matérias divulgadas pelo Portal, pois se tornou mais fácil e menos seletivo o modo de se transmitir a informação. Por meio das redes digitais, percebemos também que foi possível agregar um público distinto, mesmo que momentaneamente, para criticar as ações subsequentes do Portal.

Acreditamos que este artigo serve como base para futuras pesquisas voltadas principalmente para a área da recepção, onde o objetivo seria compreender as reações negativas do público diante da abordagem sensacionalista do Site Catraca Livre.

Referências

AMARAL, Márcia Franz. **Sensacionalismo, um conceito errante**. 2005. 13 F. Curso de Comunicação Social, Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2005. Disponível em: <www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4212/4464>. Acesso em: 20 Fev. 2017.

ANGRIMANI, Danilo Sobrinho. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995. 158 P.

CAMPOS, Charles. **Sensacionalismo no Jornalismo Televisivo**. 2016. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://charlesmanias.files.wordpress.com/2016/01/sensacionalismo-no-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 11 Fev. 2017.

CAVALCANTI, Maria Emília Tavares Varela; ROCHA NETO, Manoel Pereira da. **O uso das redes sociais na prática do Jornalismo Colaborativo**, 2014, Natal. Disponível em: <file:///C:/Users/Meu computador/Desktop/703-3729-1-PB.pdf>. Acesso em: 1 mar. 2017.

CHAISE, Maria Joana. **O Sensacionalismo e a dependência do jornalismo ao mercado**. 2007. 15 F, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2007. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0618-1.pdf>. Acesso em: 19 Fev. 2017.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001. 129 P.

TEIXEIRA, Luiza; COUTINHO, Rhanica Evelise Toledo. **Catraca Livre: Estado do conhecimento na Intercom**. 2014. 15 F - Curso De Comunicação, Centro Universitário de Volta Redonda, Rio De Janeiro, 2014. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/r9-2123-1.pdf>. Acesso em: 15 Maio 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2013. 216 P. 105

_____. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005. 224 P.