

Black Bloc sob a perspectiva das revistas CartaCapital e Veja¹

Caroline de Cassia Machado ROQUE²

Leila Sonnewend JUSTO³

Nathani Gabriele Mota de SOUZA⁴

Priscila Marques de LIMA⁵

Willian Fabio de SOUSA⁶

Carlos Gilberto ROLDÃO⁷

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, SP

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a diferença de tratamento dado ao grupo Black Bloc pelas revistas *CartaCapital* e *Veja*, durante as manifestações de junho de 2013. A partir dos dados levantados foi possível apresentar a definição e origem do Black Bloc, bem como as práticas do jornalismo de revista. Ao observar as edições selecionadas, estabeleceu-se a linha editorial e as tendências de cada veículo. De acordo com a apuração e descrição das informações relacionadas ao Grupo nas revistas *CartaCapital* e *Veja*, foi constatado que cada veículo opta por práticas diferenciadas na cobertura de reportagens, inclusive as de interesse público.

Palavras-chave: Black Bloc; manifestações de junho; jornalismo de revista; análise comparativa.

A importância do jornalismo de revista

A atividade jornalística pauta a discussão em uma sociedade que busca, além de informação, a oportunidade de compreender o mundo ao seu redor. Dessa forma, o jornalismo apresenta características universais como objetividade, imparcialidade, exatidão

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

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: carolcmroque1@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: leilasjusto@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: nathani.mota@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: priscilamlima@gmail.com

⁶ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: willianfabio.sousa@gmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: gilbertoroldao@gmail.com

e credibilidade, operando por meio de veículos que atingem o público de diferentes formas. Por isso é preciso existir diferenças na produção e emissão do conteúdo, incluindo pauta, linguagem e apresentação visual. Essas diferenças ficam evidentes na identidade do produto jornalístico e na escolha do espectador por aquele meio.

No caso do jornalismo de revista, a relação com o espectador se difere dos outros meios por ser mais pessoal, existe uma identificação entre leitor e revista. Juan Caño (1999, apud SCALZO, 2008) define revista como uma história de amor com o leitor. Scalzo (2008) afirma que essa história é feita de confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, elogios, brigas e reconciliações. Segundo a autora, a revista cria “um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo” (SCALZO, 2008).

Logo, as revistas precisam ter visão de mercado e desenvolver ferramentas, como a variedade, especialização, texto e apelo visual para atingir um público específico dentro de um mercado diversificado e segmentado.

Dentro da perspectiva mercadológica, a revista semanal com maior circulação no Brasil, segundo a Associação Nacional de Editores de Revista (ANER)⁸, é a revista *Veja* da editora Abril com circulação média em 2013 de 1.042.147. A revista *CartaCapital* ocupa a 20º posição com média de 30.561. Contudo, apesar do contraste de tiragem entre *CartaCapital* e *Veja*, as duas revistas analisadas se destacam por serem formadoras de opinião ao se posicionarem de formas opostas em relação aos acontecimentos nacionais,

as duas revistas têm linhas editoriais distintas. Com base na ideologia daqueles que controlam um veículo informativo, estabelece-se sua linha editorial, que condiciona que tipo de informação será divulgado, de que maneira o será e quem terá voz no veículo” (BARREIROS E AMOROSO, 2008, p.124).

Para Lima (2006), a linha editorial é tida como a visão do mundo de uma empresa jornalística que se mostra, implícita ou explicitamente, nas diversas matérias da instituição. Por meio da linha editorial, a empresa pode conquistar adeptos ou “inimigos”, dependendo da visão a ser seguida.

⁸ ANER – Circulação. Disponível em: <<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>>. Acesso em: 30 de março de 2014.

A linha editorial pode ser identificada através de marcas do jornalista e da empresa jornalística como a escolha das fontes, imagens e expressões, frases e palavras repetidas. Dickerson (apud Mesquita, 2008) afirma que a repetição de certas palavras e frases no decorrer de um texto jornalístico proporciona condições para observar quais são os elementos importantes da matéria e como pensar sobre eles.

É por meio da linha editorial que a revista revela a ligação existente entre empresa jornalística e público, expressando o ponto de vista que a empresa defende. Vilas Boas (1996) lembra que o texto de qualquer revista - não importando o estilo - esconde uma tendência. E muitas vezes, a tendência de uma revista é a inclinação de seus leitores. Scalzo (2008) também afirma que quem define a revista, antes de tudo, é o seu leitor.

“Alternativa ao pensamento único da imprensa brasileira”⁹ é assim que a *CartaCapital* se autodefine. A Revista caracteriza-se diferenciando dos outros meios midiáticos afirmando que é “calcada no tripé do bom jornalismo baseado na fidelidade à verdade factual, no exercício do espírito crítico e na fiscalização do poder onde quer que se manifeste”.

A fidelidade factual, exercício do espírito crítico e a fiscalização do poder também fazem parte da imagem de si construída por *CartaCapital*.

Calles (2004) afirma que poderíamos confirmar ou não o cumprimento das premissas que a *CartaCapital* estabelece em relação à própria atuação jornalística. Calles apresenta a revista da seguinte forma:

Carta Capital, revista de opinião, de periodicidade semanal, com notícias criticamente comentadas sobre política, economia, cultura, literatura, saúde, ciência e esporte, consiste num texto jornalístico cujo grau de informatividade, em certa medida, difere de outros da mídia impressa, pois nele prevalece o caráter crítico-analítico sobre o informativo. Além disso, caracteriza-se por maior formalidade, tanto em relação ao padrão de linguagem, como às estratégias e ao conhecimento de mundo necessário à compreensão dos conteúdos. Percebem-se, a despeito do tom formal predominante, marcas de oralidade e marcas de interatividade estabelecendo diferentes graus de envolvimento com o leitor (CALLES, 2004, p. 5).

Para Calles, *CartaCapital* utiliza de estratégias argumentativas, nada isenta ou imparcial, que revela o objetivo de levar o leitor a aderir ao ponto de vista do enunciador. Tal forma é característica do conteúdo da revista como um todo. Desse modo, percebemos o quanto a revista exige de seu leitor para um bom entendimento do material que

⁹ Site da Revista CartaCapital: <<http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>>. Acesso em: 29 de maio de 2014.

disponibiliza, ao passo que tratará assuntos de forma densa, crítica e analítica, diferente da forma como tratam os jornais diários. Assim, com um público bem segmentado, *CartaCapital* está longe de atingir a massa que consome informação por meio de revistas.

“VEJA está empenhada em apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor”¹⁰, é dessa forma que a revista define quais serão as premissas de suas edições.

VEJA conquistou seu espaço. Desde 1968, seu compromisso com a verdade e a ética ao tratar dos temas mais relevantes para o país e para os leitores, a colocaram em posição de destaque. VEJA tem um compromisso com o leitor semanalmente e tem fidelidade retratada em 85% da circulação formada por assinantes, que ficam conosco por mais de sete anos (GRUPO ABRIL, 2014).

Roberto Civita citou em certa ocasião, a identidade da Revista com os leitores, ao afirmar que ele “sabe de que lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos mas certamente estimulantes anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã”¹¹. Reafirma também que a missão do veículo é existir para que os leitores estendam melhor o mundo em que vivem.

Apesar de não assumir sua postura política, a revista *Veja* acaba revelando seu posicionamento em alguns episódios. Ainda que Roberto Civita preconize a imparcialidade e neutralidade. Como exemplo do posicionamento parcial da Revista, está a cobertura de movimentos sociais. Tais matérias possuem juízos de valor, conceitos e opiniões sem, necessariamente, o respaldo de fontes especializadas. O conteúdo, portanto não obedece às regras do jornalismo, entre elas o ato de dar voz aos vários envolvidos no tema e realizar o máximo de apuração possível.

Manifestações Sociais e Black Blocs

As manifestações sociais, ocorridas em junho de 2013, paralizaram o Brasil e provocaram reações que não eram vistas há mais de 20 anos, desde o *impeachment* do ex-

¹⁰ Midiakit da Revista Veja: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso em: 31 de março de 2013

¹¹ Midiakit da Revista Veja: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso em: 31 de março de 2013.

presidente Fernando Collor de Mello, em 1992. Os protestos fomentaram importante discussão na mídia, tanto pelo viés social como político e econômico. Em apenas 15 dias, os protestos contra o aumento de R\$0,20 (vinte centavos) nas tarifas de transporte público, formados por apenas 150 manifestantes, tomaram proporções inesperadas e reuniram cerca de 1,5 milhão de pessoas que, de alguma forma, se sentiam lesadas pelas decisões do Governo, em mais de 120 cidades brasileiras.

Em meio a milhares de participantes, a violência chamou atenção das autoridades e da mídia, sendo necessária, inclusive, a intervenção da polícia, gerando assim notícias de interesse público. A partir daí, os ataques se intensificaram e iniciaram uma série de atos depredatórios.

Diante desse impacto, o aparecimento do grupo Black Bloc tornou-se um capítulo à parte para a mídia. O grupo, que até então não tinha nenhuma visibilidade em território nacional, estampou as capas das principais revistas do país.

Entre as manifestações mais violentas, um grupo de pessoas vestidas de preto e mascaradas chama atenção, porém não é associado a nenhuma entidade ou partido. A imprensa começa a questionar a participação de tais pessoas, em sua maioria jovens, que confrontavam as autoridades e destruíam propriedades de grandes corporações privadas: “...quem eram aqueles jovens de preto dispostos a destruir bancos e enfrentar a polícia com as próprias mãos?” (CARTACAPITAL, ed. 760, p. 22).

Ao utilizar vestimentas características, os Black Blocs visam a criação de um sentimento de unidade, ao mesmo tempo em que impedem o surgimento de um “líder carismático”. Servem também para proteger a identidade dos participantes e assim evitar perseguição policial.

O principal objetivo do Grupo é atingir as grandes corporações ou os chamados “alvos simbólicos do capital”. Eles propõem a depredação de multinacionais e empresas semelhantes que excluem e exploram pessoas para o enriquecimento próprio, e o fazem com o intuito de causar prejuízo financeiro. Segundo Ludd (2002), o Black Bloc ataca bens particulares por acreditar que a propriedade privada corporativa é, em si, muito mais violenta do que qualquer ação que possa ser tomada contra ela.

O termo Black Bloc surgiu na década de 1980, na Alemanha, como forma da polícia identificar os autonomistas que protestavam contra os ataques de grupos fascistas e nazistas. Originalmente denominados *Schwarzer Block* (“Bloco Negro”, em alemão), eles defendiam as ocupações e as universidades da ação da polícia com táticas violentas enquanto usavam

roupas e máscaras pretas com o intuito de homogeneizar o conjunto e impedir a identificação dos participantes.

A primeira aparição da tática no Brasil aconteceu em 26 de setembro de 2000, durante a Ação Global dos Povos, movimento organizado no País como reflexo das manifestações que ocorreram no ano anterior em Seattle. Explica Fiuza (2013):

Neste dia, em São Paulo, um grupo de manifestantes atacou o prédio da Bovespa, o que gerou confronto entre policiais e ativistas. Na época, o incidente não ganhou destaque na imprensa e o termo “black bloc” não foi mencionado, mas a lógica da ação desses militantes, em sua maioria ligados ao movimento anarcopunk de São Paulo, seguia a lógica da tática black bloc (FIUZA, 2013).

Segundo Van Deusen (2007), o Black Bloc surgiu quando houve a percepção de que as classes oprimidas deveriam se levantar contra os opressores. Nesse sentido, os integrantes do grupo se diferenciam dos manifestantes pacíficos ao constatar que o único caminho para a verdadeira mudança é a utilização da violência e da destruição de propriedades privadas, visando atingir e provocar prejuízo às corporações que controlam os países em questão.

Para Ludd, o surgimento das táticas utilizadas pelo grupo se deu a partir da constatação de que as manifestações de rua passaram a ser “controladas”, sendo imposto pela grande mídia que tais protestos só seriam considerados legítimos caso seguissem um padrão pacífico e organizado.

O Black Bloc sob o olhar de *CartaCapital* e *Veja*

Qualquer veículo de comunicação impresso encontra nas palavras a oportunidade de colocar sentido ao assunto tratado. Diferente dos jornais impressos, que buscam a imparcialidade e a noticiabilidade dos fatos, as revistas de informação semanais possuem um caráter mais opinativo e não se resguardam quando surge o momento de defender lados - *CartaCapital* e *Veja* travam essa luta constantemente.

Para isso as revistas usam expressões na construção do texto, que servem para elucidar, de forma nem sempre direta, a linha editorial e a visão política das duas publicações. Nesse sentido, é possível analisar a cobertura da *CartaCapital* e *Veja* sobre a participação do Black Bloc nas manifestações de junho de 2013, levando em consideração a importância do assunto para o meio social em que se encontra.

Para tal verificação, foram considerados os elementos textuais e jornalísticos relacionados ao Black Bloc presentes nas edições no 753, 754 e 760 da revista *CartaCapital* e no 2326, 2327 e 2335 da *Veja*.

Após levantamento dos dados, percebe-se claramente que existe uma diferença na forma de tratamento que as revistas conferem ao Black Bloc. A *CartaCapital*, ao utilizar expressões como grupos, bloco, tática, fenômeno, jovens e encapuzados, assume uma posição de identificação, isentando-se da tarefa de qualificá-los. A *Veja* defende uma posição negativamente crítica em relação ao Grupo, atribuindo expressões pejorativas ao citá-lo como: bando, vândalos, bando de arruaceiros e inimigos do capitalismo.

Para efeito de análise, segue abaixo o título e a linha fina das matérias de capa das edições 2335 da *Veja* e 760 da *CartaCapital*, por se tratarem das reportagens com maior relevância para o estudo do tema.

Título: O Black Bloc está na rua (*CartaCapital*, ed. 760)

Linha fina: Nem grupo nem movimento, essa tática de guerrilha urbana anticapitalista pegou carona nos protestos atuais. Como esse fenômeno pode impactar o Brasil.

Título: O bloco do quebra-quebra (*Veja*, ed. 2335)

Linha fina: Com slogans anarquistas na cabeça e coquetéis molotov na mão, os Black Blocs se espalham pelo Brasil e transformam protestos em arruaça. Jovens da periferia, punks e até universitárias de tênis Farm compõem o bando.

Nota-se a diferença de tratamento que as revistas conferem ao grupo a partir da escolha de expressões para explicar uma mesma ideia (a de que o Black Bloc participou das manifestações) na linha fina das matérias. A *CartaCapital* assume um caráter neutro: “Essa tática de guerrilha urbana anticapitalista pegou carona nos protestos atuais” (CARTACAPITAL, Edição 760, p. 22). A *Veja*, por outro lado, utiliza o termo “arruaça” para desqualificar o grupo.

Ambas as revistas definem o grupo no início das terceiras edições analisadas (2335 da *Veja* e 760 da *CartaCapital*), porém, enquanto a *CartaCapital* o faz de forma objetiva: “Seriam jovens anarquistas anticapitalistas e antiglobalização, cujo lema passa por destruir a propriedade de grandes corporações e enfrentar a polícia” (CARTACAPITAL, Edição 760, p. 22), a *Veja* assume uma posição irônica ao conferir aspas à tática do grupo,

insinuando que a ação é claramente negativa: “O bando de inspiração anarquista, defensor da ‘destruição consciente da propriedade privada’ e autodeclarado inimigo do capitalismo” (VEJA, Edição 2335, p. 74).

De acordo com Benetti (2007), o texto da revista *Veja* é fortemente permeado pela opinião, construída principalmente por meio de adjetivos, advérbios e figuras de linguagem. Benetti afirma que

A ironia é um poderoso recurso de formação de opinião. Além de lutar para definir uma agenda pública e os critérios de relevância do conhecimento - o que vale a pena saber -, *Veja*, ao usar a ironia, exercita o poder de dizer: “isto é imoral, grotesco ou simplesmente ridículo; e você, leitor, *evidentemente* não pensa (*não pode* pensar) diferente de nós, pois pensar diferente de nós tornaria você grotesco, imoral ou ridículo” (BENETTI, 2007, p. 42).

Quanto aos integrantes do Black Bloc, a *Veja* não diferencia o grupo dos punks, como percebido nesse trecho:

Para engrossarem o movimento, alas radicais dos partidos arregimentaram integrantes de grupos punk - alguns deles já conhecidos por terem se envolvido em episódios de agressão a minorias. Desse subgrupo, formado por radicais políticos e punks, partiu a maior parte das ações de depredação na Avenida Paulista durante a terceira manifestação, segundo informações da polícia. (VEJA, Edição 2326, p. 88).

A associação com os punks “envolvidos em episódios de agressão a minorias” mostra uma falta de diferenciação da Revista e uma tentativa de qualificar a violência de um grupo específico (no caso, os punks) a todos os integrantes do Black Bloc, que defendem o ataque contra patrimônios capitalistas. O principal objetivo do grupo é atingir as grandes corporações ou os chamados “alvos simbólicos do capital”. Propõem a depredação de multinacionais e empresas semelhantes que excluem e exploram pessoas para o enriquecimento próprio, e o fazem com o intuito de causar prejuízo financeiro.

Nota-se que ambas as revistas analisadas trazem uma visão quanto ao tema em questão. A *CartaCapital* dá voz a um dos integrantes do Black Bloc que comenta o viés apartidário do grupo: “Não me sinto representado por partidos. Não sou a favor de democracia representativa e, sim, de uma democracia direta” (CARTACAPITAL, Edição 760, p. 24). A Revista também afirma que os partidos políticos evitam falar do assunto ou atribuir qualquer julgamento ao grupo: “[...] confusa diante dos novos atos, a ‘esquerda

tradicional’ evita falar do assunto. Ninguém os defende, com receio de perder apoio de setores mais conservadores, e poucos os criticam, temendo prejudicar a união da chamada voz nas ruas” (CARTACAPITAL, Edição 760, p. 26).

A *Veja*, por outro lado, classifica tais “minorias dispostas a driblar o tédio burguês aderindo a algum protesto violento” (VEJA, edição 2326, p. 86) como militantes de partidos de extrema esquerda (PSTU, PSOL, PCO E Pcdob), militantes radicais de partidos de centro-esquerda (PT e PMDB), punks e desocupados de outras denominações tribais urbanas. Percebe-se, no discurso da Revista, a posição política do veículo ao comprometer a classificação do grupo, omitindo informações (de que o Black Bloc é uma tática apartidária) e generalizando-o.

A *CartaCapital*, ao falar sobre os integrantes do grupo, procura entender as motivações e apresenta questões pertinentes quanto ao contexto em que o tema está inserido (político e social):

Seria a carestia a motivação dos protestos que cruzaram a barreira de 1 milhão de pessoas em todo o Brasil ou o esgotamento do sistema político? E os manifestantes, eram jovens anarquistas sem partido ou seriam necessários novos conceitos para dar conta de tantas vozes? Em meio ao mar de cabeças e punhos em riste, quem eram e o que queriam aqueles jovens de preto dispostos a destruir bancos e lojas e enfrentar a polícia com as próprias mãos? (CARTACAPITAL, Edição 760, p. 22).

Nota-se também o uso do futuro do pretérito nesta citação (*Seria a carestia...*), indicando que a Revista assume uma posição de hipótese ou incerteza no momento de explicar em que contexto o grupo se insere – evitando atribuir juízo de valor e deixando a cargo do leitor classificar as ações do Black Bloc.

Ao definir o grupo, a *Veja* relaciona práticas negativas aos participantes, gerando a ideia de que eles se reúnem apenas para cometer atos ilegais e imorais: “Dentro de suas tendas, entre um baseado e um gole de vodca”. (VEJA, edição 2335, p. 74) e “Nessa combinação, a adesão de punks contribuiu para aumentar o grau de violência do grupo e levar para dentro dele outros elementos deletérios, como vinho barato e cocaína”. (VEJA, edição 2335, p. 75).

A *CartaCapital*, ao se referir ao grupo, utiliza um tratamento neutro para definir seus integrantes: “Como Roberto, milhares de jovens simpatizam com a causa e o modo de defendê-la”. (CARTACAPITAL, edição 760, p. 24) e “É um encontro de indivíduos com

propósitos similares, mas nunca coibidos pela coletividade”. (CARTACAPITAL, edição 760, p. 25).

A *Veja* defende a posição de que os próprios integrantes do Black Bloc não possuem razões que justifiquem as ações de manifestação do grupo: “Mas, ao menos no Brasil, o fato de não saberem do que não gostam não quer dizer que saibam o que querem” (VEJA, edição 2335, p. 74).

Esta forma de desqualificação também pode ser percebida no discurso da *Veja* no momento em que a Revista traça o perfil de um dos participantes do Black Bloc, porém o faz de maneira a deslegitimar as ações de protesto da jovem ao inseri-la em um contexto de lazer e divertimento: “Mas Emma também preza os momentos de lazer: namoradeira, foi vista ‘ficando’ com dois acampados num mesmo dia”. (VEJA, edição 2335, p. 75)

A *CartaCapital*, por outro lado, propõe ouvir um dos integrantes do grupo, Roberto (nome fictício), 26 anos, para que ele mesmo possa explicar as motivações por trás dos ataques: “O que nos motiva é a insatisfação com o sistema político e econômico” e “Nossa sociedade vive permeada por símbolos. Participar de um Black Bloc é fazer uso deles para quebrar preconceitos, não só do alvo atacado, mas da ideia de vandalismo” (CARTACAPITAL, edição 760, p. 22).

As táticas utilizadas pelo Black Bloc durante as manifestações foram extremamente criticadas pela população, já que: “Segundo a pesquisa do Ibope, [...] 66% dos entrevistados declararam que atos de vandalismo não são justificados, 28% acham que tais atos são justificados [...] e apenas 5% acreditam que atos de vandalismo sempre são justificados” (FERNANDES, 2013, p.18).

Mediante análise das reportagens é perceptível a cautela que a *CartaCapital* teve ao optar por apenas descrever as táticas do Black Bloc. Portanto, ao conferir diferentes visões ao tema, a *CartaCapital* se coloca em uma posição ética, analítica e, de certa forma, imparcial.

Por outro lado, a revista *Veja* ao descrever as ações do Black Bloc lhe confere uma conotação animalésca e desorganizada, utilizando expressões negativas com o objetivo de desqualificá-lo: “Quando a polícia se aproxima, emitem em coro e de forma ritmada grunhidos semelhantes a um grito tribal” (VEJA, Edição 2335, p. 78).

Ao descrever os atos, a revista *Veja* ainda utiliza de ironia para reprovar as táticas e provocar a indignação dos seus leitores, sugestionando o uso da verba pública: “Os black blocs acham isso muito bonito e nobre – orgulham-se de dizer que não praticam o que

chamam de ‘vandalismo arbitrário. Para eles e seus admiradores confessos – entre os quais professores universitários pagos com dinheiro público...’ (VEJA, edição 2335, p. 78).

Referências

BARREIROS, Tomás Eon; AMOROSO, Danilo. *Jornalismo estrábico: Veja e CartaCapital na cobertura do “escândalo do mensalão”*. Disponível em: <<http://publicacionescienciassociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/16>> Acesso em: 16 de junho de 2014.

BENETTI, Marcia. *A ironia como estratégia discursiva da revista Veja*, 2007.

CALLES, Diva Cleide. *Procedimentos de construção textual na seção a semana da revista Carta Capital*. Disponível em: <<http://www.letramagna.com/divacleidecalles.pdf>> Acesso em: 30 de março de 2014.

FERNANDES, Edson; ROSENO, Ricardo de Freitas. *Protesta Brasil: das redes sociais às manifestações de rua*. São Paulo: Prata, 2013.

FIUZA, Bruno. *Black Blocs: A origem da tática que causa polêm esquerda*. Viomundo, 08 outubro de 2013. Disponível <<http://www.viomundo.com.br/politica/black-blocs-a-origem-da-tatica-que-causa-polemica-na-esquerda.html>> Acesso em: 30 de março de 2014.

GRUPO ABRIL. *Mídia Kit*. 2014. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso em: 31 de março de 2013.

_____. *Informações Gerais*. 2014. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/veja/revista/informacoes-gerais>>. Acesso em: 31 de março de 2013.

_____. *Tabelas gerais*. 2014. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral/>>. 31 de março de 2013.

LIMA, Wendel. *O sagrado em pauta: uma análise da abordagem da revista Veja sobre o fenômeno religioso*. Monografia de conclusão de curso apresentada junto a VI Jornada Bíblico-Teológica, Universidade Adventista de São Paulo. Engenheiro Coelho, 2006.

LUDD, Ned. *Urgência das ruas: Black Bloc, Reclaim the streets e os Dias de Ação Global*. São Paulo, Conrad Editora do Brasil, 2002.

MESQUITA, Flávio Agnelli. *As fontes jornalísticas no Caso Dossiê – uma análise de enquadramento da cobertura das revistas Veja, Época, IstoÉ e CartaCapital*. 2008. Disponível em:

<http://www4.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/flavio.pdf>.
Acesso em 24 de maio de 2014.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 3ed. São Paulo: Contexto, 2008.

VAN DEUSEN, David; MASSOT, Xavier. *The Black Bloc Papers*. 2007.

VILAS BOAS, Sérgio. *O estilo magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.