

Este trabalho é um recorte da pesquisa “Jornalismo de revista e leitores: emoção e credibilidade no contrato de comunicação”, realizada pela orientadora com apoio do CNPq e desenvolvida no âmbito do Nupejor (Núcleo de Pesquisa em Jornalismo) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A pesquisa mais ampla parte de alguns pressupostos teóricos: a) o jornalismo é considerado um gênero discursivo particular; b) este gênero está inserido em um contrato de comunicação; c) o leitor é parte constitutiva deste contrato; d) o jornalismo de revista estabelece com o leitor uma relação baseada na credibilidade e na emoção; e) os vínculos do leitor com o jornalismo podem ser analisados e compreendidos por meio do discurso deste leitor. Nesta fase da pesquisa, estamos dedicados a compreender como o leitor percebe e apreende o conceito de credibilidade jornalística. Em outra pesquisa associada ao Nupejor, a mestre Silvia Lisboa (2012) identificou os principais valores desta credibilidade percebida: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Partimos desses cinco valores para realizar a proposta específica do presente trabalho: identificar como os leitores da revista Veja percebem o conceito de credibilidade no jornalismo. Veja foi escolhida para este recorte por ser a publicação de maior circulação no Brasil. Segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação), a circulação paga média semanal da revista, em 2010, foi de 1.097.485 exemplares. Como ambiente discursivo de análise, optamos pelas manifestações dos leitores na página oficial da Veja no Facebook, rede social já consolidada no Brasil e que congrega páginas de diversos veículos jornalísticos. As manifestações dos leitores, sobre os conteúdos destacados pela revista no Facebook, constituem falas espontâneas e públicas, sendo legítimas e válidas como objeto de observação. O corpus, constituído dos comentários postados pelos leitores durante 30 dias, foi examinado pelo método da Análise do Discurso para a localização dos valores associados à credibilidade do jornalismo.