

Abordagem Humanizada: Análise Sobre Estímulo à Alteridade em *Humans of New York*¹

David Medina Girão RIOS²
Rafael Rodrigues da COSTA³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar como a humanização da abordagem midiática e a subjetividade inserida no contexto da comunicação, em especial num produto com características jornalísticas, altera a lógica de produção e, sobretudo, atrai o público, não mais pelo viés superficial da objetividade e efemeridade dos fatos, mas pelo aprofundamento da subjetividade de seus personagens. Para embasar a abordagem humanizada, o trabalho se alicerça no conceito de Alteridade, pertinente ao campo da Antropologia. Utiliza como objeto de análise o projeto fotográfico *Humans of New York* e a forma como o público é afetado e interage com as publicações.

Palavras-chave: humanização; alteridade; redes sociais; interação; comunicação.

1. Introdução

O principal aspecto relevante para o presente artigo é observar como a humanização da abordagem midiática e a subjetividade inserida no contexto da comunicação, em especial num produto com características jornalísticas, altera a lógica de produção, atrai o público e diversifica o leque de produções. Nesse sentido, a pesquisa faz um contraponto entre a produção jornalística padrão, que se utilizam da ideologia da objetividade e da imparcialidade, e a produção pessoalizável, que, para Mazini (2008), “parece cada vez mais necessária para a condução do receptor (leitor) a uma compreensão mais profunda e elucidante do que lhe é informado” (p. 2). Tais produções tendem a pôr em primeiro plano o sujeito (quem) ao invés do acontecimento (o quê), levando em conta as variáveis que compõem a complexidade da vida humana, o que gera empatia ao público leitor, não mais pelo viés superficial da objetividade e efemeridade dos fatos, mas pelo aprofundamento da subjetividade de seus personagens.

¹ Trabalho apresentado no IJ – Área 01. Intercom Júnior – Jornalismo do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 7 de setembro de 2015

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: davidmgrios@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: rafaelrg@gmail.com

Assim, o presente estudo também pretende estimular a discussão da interseção entre Comunicação e Antropologia, que surge à medida que o Jornalismo, utilizando-se do conceito e da Alteridade, de modo consciente ou não, possibilita a acentuação da abordagem humanizada e subjetiva e estimula uma interação em rede baseada na empatia e reconhecimento. Como objeto de análise, o estudo trata do projeto *Humans of New York*, que surge como um produto midiático publicado em meio virtual (internet) que explora o universo subjetivo de suas fontes e sensibiliza, de modo consciente ou não, a interação de seu público com as publicações e entre si a partir da Alteridade.

2. Alteridade e humanização na abordagem midiática

No sentido de estimular a discussão para além do campo estético, faz-se necessário localizar teoricamente tal humanização e subjetividade presentes na produção e no conteúdo de materiais midiáticos, embasando-os por meio de conceitos pertinentes ao campo da Sociologia, mais especificamente da Antropologia. Tal ciência nasce dentro de “um empreendimento que renova e expia a Renascença, com o fim de levar o humanismo a alcançar a medida da humanidade.” (LEVIS-STRAUSS, 1975, p. 222), a partir do confronto com o outro, o diferente. Desse modo, a Antropologia abarca o estudo científico da subjetividade, desde que, segundo Peirano (1992), o ramo distingue-se dos demais devido à alternância de ritmo entre dois métodos: o dedutivo e o empírico. Para a autora, “de todas as ciências ela é, sem dúvida, a única a fazer da subjetividade mais íntima um meio de demonstração objetiva” (PEIRANO, 1992, p. 216).

Apesar de muito se destacar o “jornalismo humanizado” como vertente da literatura⁴, ao observar a humanização referente a aspectos dos gêneros Jornalismo Literário ou Novo Jornalismo⁵, são poucas as abordagens que fazem referência à Alteridade clássica, conceito base utilizado por pesquisadores em Antropologia em estudos Etnográficos⁶ que busca “produzir um conhecimento sobre nós, mas através do desvio pelo outro” (SIQUEIRA, 2007, p. 15). Ou seja: observar-se por meio da diferença, que se dá na relação entre, pelo menos, dois indivíduos. Tal método baseia-se no conceito-chave para o campo

⁴ No caso específico da literatura, a Alteridade se apresenta como a relação em que o autor se enxerga como o diferente a partir de sua própria obra: quando o “eu” que fala na obra não é mais o eu que escreve.

⁵ Gênero jornalístico surgido na imprensa dos Estados Unidos, na década de 60, classificado como romance de não-ficção, que mescla narrativa jornalística e literária.

⁶ Entende-se por Etnografia o método utilizado pela Antropologia na coleta de dados. Trate-se do contato inter-subjetivo entre o antropólogo e o seu objeto, geralmente um grupo social sob o qual o recorte analítico é feito.

da Antropologia: a Alteridade, que, de acordo com Lévinas, “consiste em se abrir para o outro, em especial para o que o outro me apresenta de diferente, de desigual, que merece ser respeitado exatamente como se encontra, sem indiferença, descaso, repulsa ou exclusão pelas suas particularidades” (LÉVINAS, 1991 apud GOMES, 2009, p.40).

Lago (2010) analisa as diferenças entre o trabalho jornalístico e o trabalho antropológico etnográfico, afirmando que os objetivos são infinitamente diversos, desde que a Antropologia se coloca no papel de apreender, compreender e acolher o outro, enquanto o Jornalismo, por vezes, despreza tal prática, desqualificando e tornando invisível o outro em sua alteridade plena, diminuindo-o ao atribuí-lo apenas como ferramenta de legitimação e credibilidade em uma notícia ou reportagem, por exemplo. Apesar disso, a autora traça as correspondências possíveis entre os dois campos.

Tanto Antropologia quanto Jornalismo colocam a possibilidade de construir narrativas sobre a alteridade, que supõem verdadeiras, no sentido de apontar para correspondências entre a vida como é e a vida retratada por essas narrativas. Ambos utilizam, para isso, de informantes (no caso de um) e fontes (no caso de outro), que, por sua vez, são identificados como aqueles que podem fornecer informações confiáveis sobre o observado. A Antropologia apegase profundamente à observação, mas também ao discurso; o Jornalismo constrói suas narrativas tomando como base principalmente o discurso tecido pelos envolvidos, mas também observa. Ambos interferem nas relações que retratam, mas enquanto a Antropologia atualmente identifica como fator determinante de seu trabalho a subjetividade oriunda das relações do confronto/encontro, o Jornalismo apegase à noção de que há uma objetividade possível no relacionamento com suas fontes. (LAGO, 2010, p.10)

Nesse aspecto, Magnani (2002) defende que a Antropologia, ao resgatar a perspectiva do outro e incorporá-lo de modo mais integral às práticas de elaboração de conteúdos jornalísticos pode “(...) introduzir outros pontos de vista (...), para além do olhar ‘competente’ que decide o que é certo e o que é errado e para além da perspectiva e interesse do poder, que decide o que é conveniente e lucrativo” (MAGNANI, 2002, s.p.).

Apesar do Jornalismo se sustentar em valores como o de responsabilidade social e interesse público, Lago (2010) observa que, na prática, “o campo carece de ferramentas adequadas para o pleno cumprimento deste horizonte conceitual, a começar por uma impossibilidade estrutural de apreender e acolher o Outro em toda sua alteridade, sem reducionismos e estereótipos” (LAGO, 2010, p. 175). Falta, portanto, um olhar inclusivo, de compreender e amparar o humano e o pluralismo de realidades diferentes: o outro.

3. Potencialidades subjetivas: da abordagem à interação

Um dos pressupostos básicos inerente à estrutura atual da esfera jornalística clássica, também condição de existência e permanente influência do campo, é a perspectiva da responsabilidade social frente ao interesse público. Tal interesse surge como elemento-chave propulsor para a produção jornalística. Segundo F. Fraser Bond:

A palavra jornalismo significa, hoje, todas as formas nas quais e pelas quais as notícias e seus comentários chegam ao público. Todos os acontecimentos mundiais, desde que interessem ao público, e todo o pensamento, ação e ideias que esses acontecimentos estimulam, constituem o material básico para o jornalista. (BOND, 1962, p. 15)

Neveu (2005) aponta o jornalismo como importante e inquestionável campo integrado ao sistema democrático, que se estabelece como uma das principais ferramentas para o exercício da cidadania, não pela prática em si, mas pela qualidade da informação captada, produzida e difundida. Defende, ainda, que o jornalismo não deve resumir o papel social que lhe cabe a somente fornecer informações que interessam ao público, mas ater-se à “obrigação moral de deixar antever a multiplicidade de opiniões da sociedade” (NEVEU apud LAGO, 2010, p. 167), estando “atento às várias experiências da sociedade e de suas expressões” (NEVEU, 2005, p. 135), além de conceder voz e espaço ao público, a fim de promover a reflexão em meio ao pluralismo sociológico.

Entretanto, frente à infinidade pluralística característica da sociedade, em conjunto com a realidade produtiva industrial mercadológica do campo jornalístico, evidencia-se que a perspectiva diversificada tende a não ser total, muitas vezes isenta ou enfraquecida. Apesar de observada esta barreira e com a finalidade de unir a máxima do interesse público, da democracia e da cidadania, “o jornalismo deve ser plural e não apenas seguir a velha fórmula de deixar pontos de vista diferentes sobre um determinado tema ocupar o mesmo espaço editorial” (LAGO, 2010, p. 167).

O surgimento das novas tecnologias da informação provocou ainda mais demandas ao Jornalismo. Rompendo com a ideia de comunicação unidirecional, o público, não satisfeito com representação da imprensa tradicional e dotado de acessibilidade às tecnologias, gradativamente liberta-se do papel passivo de receptor em busca de interferir mais diretamente na seleção das pautas, abordagens e produção de informação. Tal manifestação, quando intervém no campo da informação de modo a elaborar conteúdos noticiosos de maneira independente, caracteriza-se como Jornalismo Cidadão, entendido como “oportunidade do público se expressar sobre o que lhe interessa e preencher as lacunas da mídia tradicional” (GRZESIUK, 2008, p. 1).

Nesse interim de ascensão tecnológica, a internet fomenta um novo ambiente de sociabilidade, compreendido como ciberespaço, onde se ampliam as experiências democráticas e comunitárias relacionadas à produção e à difusão de informações, conferindo alternativas à mídia tradicional. O espaço cibernético “encoraja uma troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros” (LÉVY, 1999, p.203). Desse modo, a impossibilidade das mídias tradicionais em compreender a heterogeneidade e a complexidade dos conflitos essencialmente humanos estimula a utilização da internet como “espaço para novas vozes, novos atores sociais; propõe o pluralismo, a diversidade informacional, a liberdade de acesso e alternativas concretas à massificação industrial” (GRZESIUK, 2008, p. 4), ainda que as desigualdades da vida off-line estejam refletidas na rede.

Targino (2009) define os atores sociais dessas redes não como jornalistas, mas como ciber-cidadãos, que exercitam a cidadania no espaço virtual, o que também pressupõe acesso, produção e difusão de informação. Portanto, o ciber-cidadão “É o homem como centro da difusão de informações, reiterando o jornalismo cidadão, desde a coleta e análise de dados até a produção e veiculação, dentro de princípios éticos de independência do movimento colaborativo, mas de cuidado e veracidade do material” (TARGINO, 2009, p. 73).

Devido à falta de amarras com o Jornalismo dito “padrão”, uma das possibilidades e potencialidades do Jornalismo Cidadão é a visão ou abordagem plural e humanizada. Além disso, propõe a inversão do valor notícia e da estética padronizada, buscando desvencilhar-se de elementos modelares presentes no cerne da indústria da comunicação, como o lead, a pirâmide invertida e a ênfase de textos concisos e objetivos. Para Mazini (2008), tais atribuições do jornalismo padrão buscam atender, primordialmente, a finalidades de produção em escala das notícias, baseadas por interpretação da realidade com bases no cientificismo de Descartes. Do contrário, apresentam-se “insuficientes para mediar conflitos sociais que são, por essência, humanos, complexos e, muitas vezes, irreduzíveis a uma forma composta por algumas perguntas pré-estabelecidas (lead)” (MAZINI, 2008, p. 1).

Também no contexto de ascensão das novas tecnologias, observa-se a tendência de haver um “processo de massificação do homem que se expressa na totalidade do Eu e no individualismo” (LEVINAS apud GOMES, 2009, p. 39). A partir desse cenário, é com o intuito de romper com o pensamento e a atitude de não reconhecimento e da negação do

outro que Emmanuel Lévinas procura ressignificar a valorização ética do humano, considerando a relação com o outro a essência de toda conexão humana. Bordin (1998) explica que o intuito de Lévinas, do ponto de vista filosófico, era revelar que a perspectiva ética deve ser o princípio de toda filosofia.

A descoberta de que eu sou um sujeito infinitamente responsável pela vida do outro é o início de uma meditação em torno da pergunta sobre o ser. A tomada de consciência de minha responsabilidade é o início de cada conhecimento geral, pois cada conhecimento deve ser purificado de sua tendência natural ao egocentrismo. A base da consciência de si não é a reflexão, mas a relação com o outro. (BORDIN, 1998, p. 555)

Desse pensamento, surge a prerrogativa de Lévinas sobre a Alteridade que, em poucas palavras, consiste em ser-para-o-outro ou estar-para-o-outro. É a partir desse pensamento que se pode enxergar e alcançar a subjetividade plena. De acordo com Gomes (2009), Lévinas entende que a subjetividade é o Eu ao se afirmar em ser-para-o-outro, é receber o outro e tornar-se seu refém pela afetação da alteridade. Portanto, a proposta de Lévinas é de que “o homem contemporâneo saia da totalidade do ser em si mesmo, do fechamento, e se abra à exterioridade, ao outro, rumo ao infinito e à transcendência do outro” (LEVINAS apud GOMES, 2009, p. 49), preservando e respeitando a irredutibilidade deste.

Mesmo em ambientes virtuais, Lévy (1999) identifica que as relações estabelecidas em rede também são dotadas de potencialidades de ser-para-o-outro. Ao delinear as esferas de interação no ciberespaço, também entendidos como movimentos sociais (sendo estes a interconexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva), o autor acredita que estes “talvez sejam secretamente movidos por dois ‘valores’ essenciais: a autonomia e a abertura para a alteridade” (LÉVY, 1999, p. 134).

Ao fazer alusão ao universo do ciberespaço, não se pode menosprezar o potencial de interação entre os usuários, principal fenômeno social estimulado pelas formas de comunicação em rede. De acordo com Lévy (1999), as ações e atitudes destes usuários, seja pela participação ativa na produção de conteúdo ou pela relação que estabelecem com os conteúdos e entre si, impulsionam, em conjunto, a expressão de sociedade cibernética, que compreende a Cibercultura. Desse modo, a “interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social” (RECUERO, 2009, p. 31), ação que define a natureza das relações.

Simões (2009), fazendo um paralelo entre os pensamentos de Manuel Castells e Pierre Lévy, reforça a ideia de estímulo e amplitude das relações na rede e como esta

interfere em novas modalidades de interação. Concomitantemente, este fenômeno é interativo e massivo, avançando dos modelos tradicionais um-um e um-todos para o modelo todos-todos. Por isso,

A possibilidade de participação e a exclusão do universo digital, integrando-se ao processamento de dados e à geração de conhecimentos, ou mesmo estando à margem dessa dinâmica, afeta, sobretudo, a relação humana em que a comunicação se faz atuante, perpassando os aspectos antropológico, social e mesmo filosófico. (SIMÕES, 2009, p. 2)

São várias as razões para que os indivíduos conectados em rede interajam entre si no ambiente virtual. A forma e o conteúdo dessas interações variam, de acordo com as ferramentas disponibilizadas por uma plataforma em rede mas, principalmente, devido aos estímulos que recebem a partir de um texto fonte. Uma notícia publicada no *Facebook*, por exemplo, estimula os usuários a utilizarem as ferramentas “curtir”, “compartilhar” e “comentar”⁷, sobre determinado conteúdo do texto fonte. Assim, o modo de produção, execução e publicação de um texto fonte tende a estimular os indivíduos a interagir de maneira específica, mas não homogênea, a partir de seus pontos de vista. Nesse sentido, uma produção midiática que prioriza a humanização tende a despertar e estimular uma prática também humanizada de interação. Ou seja, um texto fonte pode incentivar, de maneira indireta, um engajamento baseado no conceito e prática da Alteridade: se colocar ou se constituir no lugar do outro representado pelo texto fonte. Isso fica visível ao analisar o conteúdo de comentários de terminadas páginas e postagens, tal como a página do projeto *Humans of New York*.

4. Humans of New York: humanização em meio virtual

O *Humans of New York*, também conhecido pela sigla “H.O.N.Y” é um projeto fotográfico iniciado em novembro de 2010 pelo norte-americano Brandon Stanton, onde são apresentados retratos e pequenas entrevistas coletadas na cidade de Nova Iorque na internet. De acordo com o próprio autor, o objetivo inicial era criar um catálogo exaustivo dos habitantes de Nova Iorque, propondo-se a fotografar 10 mil nova-iorquinos de diferentes origens e regiões para dispor seu trabalho em um mapa interativo e criar um “censo fotográfico” da cidade. Apesar de trabalhar alguns meses com esse objetivo, o projeto assumiu outro caráter. Stanton começou a coletar citações e histórias curtas das

⁷ De acordo com Recuero (2014), dentre as três ferramentas de interação disponíveis no Facebook, “comentar” envolve um maior engajamento do indivíduo, pois se trata de uma participação mais visível e menos mecânica.

peças que conhecia e passou a incluir esses trechos junto às fotografias. Em conjunto, os retratos e as histórias se tornaram tema de uma página no Facebook e um blog. Atualmente⁸, o *Humans of New York* conta com mais de quatorze milhões de seguidores em mídias sociais, fornecendo traços diários das vidas de estranhos em Nova Iorque a uma audiência mundial participativa.

O principal motivo que torna o projeto de Stanton atrativo ao público é a forma humanizada com a qual trata os indivíduos que são abordados e registrados por ele e o conteúdo final publicado diariamente. Apesar de não se tratar de um produto de cunho jornalístico em si, o projeto pode ser configurado como Jornalismo Cidadão, pois se trata de uma atividade realizada por “pessoas sem formação profissional em Jornalismo que utilizam as ferramentas da tecnologia moderna e a distribuição global da Internet para criar, ampliar ou verificar um fato da mídia por conta própria ou com a colaboração de outros” (GLASER, 2006, s.p., tradução nossa). Tais características tornam-se evidentes ao observar que Stanton não tem formação em Jornalismo, e sim em História (University of Georgia), não está associado a qualquer meio ou conglomerado de comunicação, utiliza o ciberespaço como meio para difundir conteúdo e se abstém de padrões técnicos, éticos, deontológicos e estéticos estritos ao campo jornalístico, o que não interfere na credibilidade e adesão do público.

Em palestra na Universidade de Columbia, por meio do evento TEDx⁹, em 2013, Brandon Stanton faz uma breve análise acerca de como a cobertura midiática tradicional reforça extremos e estereótipos no intuito de vender boas histórias, além de observar como essas representações influenciam diretamente no modo como os indivíduos experienciam e interagem com a sociedade e com os produtos midiáticos. Fazendo um paralelo entre histórias de ficção e histórias factuais, Stanton constata que elementos e situações comportamentais como violência, perigo, sexo e conflito são amplificados, rendendo lucro e atenção do público, fazendo-o perceber o mundo a partir de uma representação extrema do real. Entretanto, a partir de seu projeto, verificou que fatos que rendem boas histórias não partem necessariamente de extremos. Retratar, contar e publicar histórias de pessoas comuns também infere em narrativas interessantes e atrativas, por meio de uma perspectiva humana, afetiva e empática. Assim como detectou a lacuna entre a realidade e o modo excepcional como a mídia retrata a realidade, a intenção é fazer com que o público de seu

⁸ Julho de 2015

⁹ Palestra disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=HGzgyVAlsDE>. Acesso em 21 de outubro de 2014.

projeto passasse a observar diferentes realidades com outros olhos, menos extremos e mais atentos.

O *Humans Of New York* se desdobra em diferentes plataformas: *blog*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e publicações impressas (livros). O projeto se destaca como um desses produtos midiáticos de abordagem humanizada imerso, prioritariamente, em ambiente virtual. Com atualizações constantes de, em média, quatro postagens por dia, cada uma dessas postagens recebe, em média, 200 mil curtidas, 10 mil compartilhamentos e cinco mil comentários. O projeto é considerado um fenômeno por diversos jornais norte-americanos, e é tema de múltiplas matérias e artigos jornalísticos de projeção internacional. O projeto também tem sido fonte de inspiração para outros semelhantes, como o *Portraits of America*, além de páginas brasileiras como o *Humans of São Paulo*.

5. Metodologia

Para além dos números que estabelecem o projeto como exitoso, chama atenção, principalmente, a forma como o público interage com cada uma das publicações e também entre si. A partir da análise qualitativa dos comentários, é possível perceber que, a princípio, o público faz referência ao que foi publicado de modo a pôr em prática o conceito de Alteridade: se colocando no lugar da pessoa representada pela publicação, o que estimula o engajamento do público de maneira mais empática, humana e menos superficial ou mecânica.

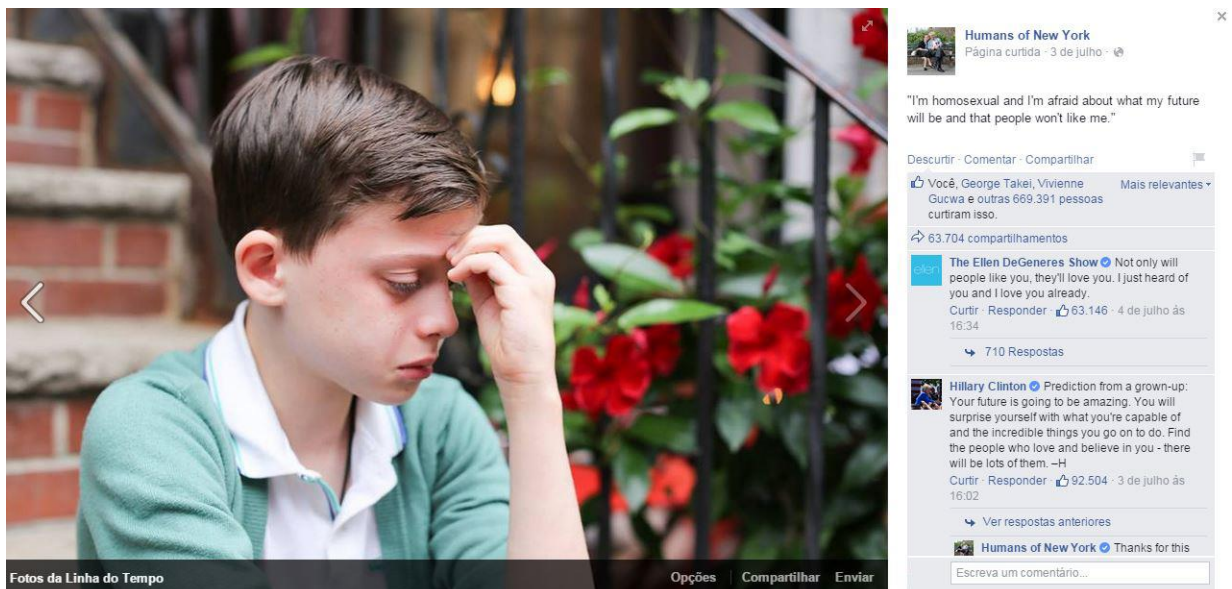
No intuito observar de maneira mais aprofundada tal fenômeno, proponho uma breve metodologia para análise: a publicação escolhida deve, necessariamente, conter foto (total ou parcial) com elementos humanos (descartando imagem, que retrate paisagem ou animal, por exemplo), conteúdo textual com citação ou entrevista concedida ao autor (descartando legenda escrita pelo próprio autor) e, pelo menos, um comentário que faça referência ao que foi publicado em texto ou foto pelo autor.

Dentro de um imenso universo de publicações, a publicação e os referentes comentários a seguir foram eleitos a partir de um dado quantitativo: a quantidade de curtidas, dentro dos critérios já citados. Os comentários devem partir de perfis pessoais e não institucionais, para garantir que o texto analisado não possui interesses outros que não a espontaneidade em opinar e interagir com o conteúdo. Além disso, devido à extensividade dos comentários, apenas alguns trechos podem ser extraídos.

A partir de então a pesquisa se estende para uma análise de conteúdo que, de acordo com Krippendorff (1990), “antes de tudo, permite aceitar como dados, comunicações simbólicas comparativamente não estruturadas e, em segundo lugar, permite analisar fenômenos não observados diretamente através dos dados relacionados com eles” (p. 45). Bardin (1988) divide a metodologia em três etapas: pré-análise e leituras (tanto do objeto quanto teóricas), a formulação de hipóteses e dos objetivos, além da exploração do objeto.

6. Análise de publicação e dos comentários

A publicação que se enquadra nos critérios anteriormente citados, sendo também a que teve a maior quantidade de curtidas na página do *Facebook* do *Humans of New York*, é a que se encontra a seguir:



Print screen ilustrativo da publicação do *Humans of New York* no *Facebook*.
 Disponível em: <https://goo.gl/5ikvTI> Acesso: 20 de julho de 2014.

A publicação acima, datada de 3 de julho de 2015, foi a que gerou a maior quantidade de curtidas e comentários na página até a data de conclusão deste artigo¹⁰. Ao todo, foram 669.394 mil curtidas, além de mais de 61 mil comentários. Como outras publicações, esta segue um padrão já consolidado na página: a foto de um indivíduo desconhecido ou anônimo, sem qualquer referência a seu nome ou idade, acrescido de uma citação de autoria do mesmo. A foto da publicação em questão mostra um garoto com os olhos lacrimejantes, sentado nos degraus de uma escada e ar de preocupação. A legenda

¹⁰ <https://www.facebook.com/humansofnewyork>. Acesso em 22 de julho de 2015.

traz a seguinte citação: “Eu sou homossexual e estou com medo sobre o que será do meu futuro e de que as pessoas não irão gostar de mim”¹¹.

Hernandes (2006) ressalta que “Uma fotografia deve ser uma das principais iscas para o olhar em uma página, ou seja, uma das mais importantes armas na estratégia de arrebatamento e de sustentação” (p.214), assim como acontece na página do *Humans of New York*. De imediato, devido à fotografia, percebe-se que não se trata exatamente do registro de uma situação corriqueira de cunho positivo. A imagem, sendo o primeiro elemento das publicações da página que atrai o público, denota um aspecto de comoção e melancolia, gerando curiosidade. Primeiro por se tratar de uma criança e, segundo, por exibir uma situação desanimadora e de tristeza. Por essas razões, o público da página é induzido pela curiosidade e certa empatia a ler a citação. Só assim torna-se possível entender o contexto em que a criança está inserida.

É importante destacar que a publicação em questão foi realizada uma semana após a Suprema Corte dos Estados Unidos legalizar a união homoafetiva em todo o território norte-americano¹², fato que gerou um amplo debate sobre casamento igualitário em boa parte da mídia internacional, interferindo no âmbito político e social. É provável que esse também tenha sido um dos motivos para o alto grau de engajamento e participação do público para com a publicação.

A partir da leitura e de uma análise mais detalhada dos comentários, é possível verificar os motivos que levam o público a se manifestar em relação ao conteúdo da publicação. Abaixo, os três comentários selecionados:

Comentário nº 1:

“Eu descobri que eu era gay aos 13 anos, e realmente pensei que eu era o único menino no planeta que me sentia atraído por outros meninos. A solidão e o medo que esse menino sente é muito familiar para mim. Isso era eu, algum tempo atrás. (...). Então, para esse garoto, eu digo NÃO SE PREOCUPE e SEJA PACIENTE. O mundo é diferente, agora. (...). Você, eu e as pessoas como nós vivemos em um mundo que perdeu a capacidade de nos apagar. Nós existimos, somos de todas as formas e tamanhos, de todas as cores e de todos os credos. E nós lhe damos boas vindas. Nós lhe damos boas vindas a uma

¹¹ Tradução nossa

¹² “Em decisão histórica, Estados Unidos legalizam casamento gay” (26/06/15). Ver em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/06/1648129-em-decisao-historica-estados-unidos-legalizam-casamento-gay.shtml>

comunidade que lutou com unhas e dentes, através de sangue, suor e lágrimas para dar-lhe a chance de uma existência pacífica em que você é capaz e VAI encontrar a felicidade, o romance e amigos que irão amar você por completo do jeito que você é. Seja corajoso. Agente firme. Você não está sozinho. Nós estamos aqui, assim como você.” (Patrick Dunn, 3 de julho às 20:38, tradução nossa)

Comentário nº 2:

“Quando eu estava crescendo, ser gay era a única maneira que eu me definia. Eu não era gentil ou inteligente ou engraçado. Eu era apenas gay. (...). Agora que eu sou (mais) crescido, entendi que sou muito mais do que apenas homossexual. Aprendi a ver a mim mesmo como alguém gentil, inteligente e um homem ocasionalmente engraçado - que, aliás, também é gay – e isso teve um incrível efeito de cura em mim. Meu conselho em suma: não se concentre em ser gay ou não gay. Concentre-se em ser um grande ser humano, e você vai amar a si mesmo e tanto mais por isso. Grande abraço, pequeno rapaz!”. (Jose Daniel Castillo, 3 de julho às 14:37, tradução nossa)

Comentário nº 3:

“Eu gostaria de poder abraçar as pessoas através de suas fotografias. ♥”. (Laura Wooster, 3 de julho às 14:08, tradução nossa)

Os três comentários selecionados possuem semelhanças e particularidades quanto ao conteúdo e os propósitos pelos quais os indivíduos que compõem o público da página decidiram fazê-lo. Primeiro, observa-se que todos eles possuem relação direta com o que foi publicado. Nenhum dos comentários tenta desvirtuar ou comprometer o conteúdo da publicação da página. Pelo contrário: se alinham à temática, principalmente os dois primeiros comentários que, além de possuírem forte teor emotivo e empático, agregam informação ao contexto abordado.

Apesar do garoto retratado na publicação não participar de qualquer maneira da interação com os seguidores da página, tampouco ter sua identidade (nome e idade) revelada, é evidente que sua situação e sua história impulsionam a solidariedade do público por meio de afetividade e empatia. Tal afetividade pode ser traduzida pelo tom imperativo de aconselhamento ou sugestão que público exprime em seus comentários, de modo direcionado ao garoto e à publicação, baseado em seus pontos de vista e experiências de

vida. A partir desses elementos, torna-se possível certificar a prática da Alteridade, de modo implícito ou explícito.

O primeiro comentário demonstra uma prática de Alteridade de modo explícito, ao passo que o autor do texto salienta que “A solidão e o medo que esse menino sente é muito familiar para mim. Isso era eu, algum tempo atrás”. Ou seja: o autor do comentário manifesta sua sensibilidade ao enxergar a si mesmo como alguém que já passou pela mesma situação em que se encontra o garoto retratado na publicação. Tal fato legitima o autor do comentário a tecer sua opinião, com propriedade, acerca da situação do garoto, relatando sua experiência pessoal. Tendo em vista a trajetória e os conflitos referentes à sexualidade também do autor do comentário, em certo ponto, ele se dispõe como representante da comunidade LGBT que acolhe e compreende o protagonista da publicação, apoiando-o, aconselhando-o e colaborando com um possível bem-estar do garoto, mesmo não tendo contato ou interação direta com o mesmo.

A mesma situação acontece com o segundo comentário. Partindo de um ponto de vista e uma experiência pessoal, o autor do comentário se sensibiliza com o contexto em que se encontra o garoto, pois aparenta já ter enfrentado a mesma circunstância em tempo anterior. A partir de então, é possível verificar que o ator enxerga a si mesmo, compreende e apoia o protagonista da postagem, demonstrando também uma prática de empatia, reconhecimento e Alteridade. A partir de então, tece sua opinião sobre o que aprendeu e como conseguiu superá-la, também com propriedade, e aconselha o garoto a fazer o mesmo.

O terceiro comentário mais curtido e último da análise, apesar de possuir menor extensão, pouco revelar a relação da autora com a temática e não contribuir com a discussão sobre a sexualidade e a situação em que se encontra o garoto, revela também sensibilidade e empatia com o protagonista da publicação. Aparentemente, o intuito da autora é demonstrar apoio, não por um relato ou experiência de vida, mas por entender que poderia contribuir de maneira positiva para o bem-estar da criança caso fosse possível abraçá-la, como sinônimo de compreensão e afeto. Isso se revela principalmente quando o conteúdo desse comentário é confrontado com citação da criança, ao demonstrar o medo que sente por acreditar que as pessoas não gostariam dele por ser homossexual.

Nesse aspecto, observa-se que em boa parte do conteúdo dos comentários esmiuçados anteriormente, há uma atitude de ser-para-o-outro ou estar-para-o-outro a partir de um relato que revela um engajamento com a causa e uma intensa subjetividade do autor do comentário. São, por fim, comentários impregnados de sentido de Alteridade, desde a

relação empática que o usuário estabelece com o conteúdo quando lhe chama atenção até o momento que decide publicar e publicizar seu relato de vida pessoal e os conselhos que, por ventura, podem auxiliar o protagonista da publicação, mesmo que o contato entre eles não se estabeleça efetivamente. Tal aspecto torna-se ainda mais legítimo e expressivo quando se observa que estes foram os comentários que mais receberam curtidas na página do *Facebook* do projeto.

6. Conclusão

No sentido de driblar ou desconstruir os mecanismos atualmente sedimentados pelo Jornalismo convencional, o Jornalismo Cidadão (ou outras práticas midiáticas que buscam fugir dos padrões jornalísticos historicamente pré-estabelecidos) não necessariamente se compromete, mas se propõe, ou se estabelece como potencialidade, de envolver uma perspectiva humanizada, além de uma aproximação, consciente ou não, de uma prática antropológica baseada nos princípios da Alteridade.

Apesar do presente artigo não enquadrar de maneira tão aprofundada o *modus operandi* da produção midiática humanizada em específico do *Humans of New York*, é possível observar que tal produção, quando agrega valores pertinentes à humanização de sua abordagem e conteúdo, também impacta o público de maneira positiva e o modo como este interage. Em tempos em que boa parte dos comentários publicados nas redes sociais, em especial no *Facebook*, são carregados de conotações odiosas e exemplos de violência verbal na internet, páginas que estimulam a compreensão, a empatia e o afeto do público, como a do projeto *Humans of New York*, se destacam, ganham visibilidade e disseminam tal forma humana de consumir publicações e interagir no meio virtual.

7. Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Ed. Lisboa: Edições 70. (2006).

BOND, Fraser F. **Introdução ao Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1962.

BORDIN, L. **Judaísmo e Filosofia em Emmanuel Lévinas. À escuta de uma perene e antiga sabedoria**. Síntese: Revista de Filosofia. Belo Horizonte, 1998.

GLASER, M. **Your Guide to Citizen Journalism**. Mediashift, 2006. <http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html> <acesso em 21 de set. 2014>

GOMES, Carla Silene Cardoso Lisbôa Bernardo. **Lévinas e o outro: a ética da alteridade como fundamento da justiça**. Rio de Janeiro, 2008.

- GRZESIUK, M. D. **O jornalismo cidadão na internet**. Faculdade Assis Gurgacz, 2008.
- HERNANDES, N. **A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006.
- KRIPPENDORF, Klaus. **Análisis de contenido**. Barcelona: Paidós, 1990.
- LAGO, Cláudia. **Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no jornalismo**. Brazilian Journalism Research. V. 6, n. 1. Brasília: SBPJOR, 2010.
- LEVIS-STRAUSS, Claude. “Aula inaugural”, In: ZALUAR, Alba G. (org.). **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. **De Perto e de Dentro: notas para uma etnografia urbana**. Revista Brasileira de Ciências Sociais vol.17 no. 49. São Paulo: 2002.
- MAZINI, André Giulliano. **A estética textual da narrativa jornalística: Ferramentas úteis à humanização do discurso jornalístico contemporâneo**. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2008.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. Porto: Porto Editora, 2005.
- PEIRANO, Mariza G.S. **A favor da etnografia**. Brasília: Unb, 1992, xerogr.
- RECUERO, Raquel. **Curtir, comentar, compartilhar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook**. In: Verso e Reverso, vol. XXVIII, n. 68, maioagosto 2014. Porto Alegre: Unisinos, 2014.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** – Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SIMÕES, G. A. Isabella. **Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação**. 2009. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2009/Maio/sociedade_ciberespa%C3%A7o_Isabella.pdf>. Acesso em: 20/07/2015.
- SIQUEIRA, Euler David. **Antropologia: uma introdução**. S.l. Sistema Universidade Aberta do Brasil, 2007.
- TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Brasília: Unesco/IBICT, 2009. 258 p. ISBN: 978-85-7013-065-5