

Ensaio sobre Bajo Sospecha: una fenomenología de los medios, de Boris Groys ("Fenomenología de la sinceridad mediática")

Adinan Nogueira*

Resumo

O presente trabalho faz um ensaio sobre a obra *Bajo Sospecha: una fenomenología de los medios*, de Boris Groys, que afirma que as pessoas são ininterruptamente suspeitas e isso, em tempos de redes sociais e comunicação de massa, acaba fazendo com que a suposta realidade e sua percepção precisem ser avaliadas de maneira sincera. O fenômeno da sinceridade é apresentado não como algo adverso à mentira, mas sim como oposição à rotina e à vida automática. Sua importância está relacionada à investigação da verdade do submediático. Logo, é necessário perceber a representação original na análise fenomenológica da sinceridade. Enfim, o homem não pensa, somente fala e a diferença entre pensamento e fala é o correspondente midiático.

Palavras-chave: Fenomenologia; Fenômeno da sinceridade, Superfície midiática, Sujeito submediático.

Abstract

The present work creates an essay on Boris Groys' work "Under Suspicion: a phenomenology of the media", which states that people are uninterruptedly suspicious and this, in times of social networks and mass communication, ends up causing the supposed reality and their perception need to be evaluated in a sincere way. The phenomenon of sincerity is presented not as something aversive to the lie, but as an opposition to routine and automatic life. Its importance is related to the investigation of the truth of the submediatic. Therefore, it is necessary to perceive the original representation in the phenomenological analysis of sincerity. In short, man doesn't think, only speech and the difference between thought and speech is the media correspondent.

Keywords: Phenomenology; Phenomenon of sincerity; Media surface; Submedia subject.

* Possui graduação em Publicidade e Propaganda pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), pós-graduação em Gestão Estratégia de Marketing pela PUC-MINAS, e mestrado em Administração e Desenvolvimento Organizacional pela CNEC. Atualmente é diretor da Agência Cervantes, professor assistente IV da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e professor da Unifae. Tem experiência na área de marketing e comunicação, atuando principalmente em propaganda. Cursa atualmente doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade Lusófona (Portugal).

Introdução

Boris Groys nasceu em 1947, em Berlim. Em sua obra *Bajo Sospecha: una fenomenología de los médios* analisa o princípio da suspeita de modo a fundamentar a fenomenologia da mídia. Ele apresenta a suspeita como uma atitude que nos coloca em contato com o que há por trás das coisas que observamos.

Para ele, estamos em uma época da cultura do espetáculo, na qual todos querem demonstrar o que sabem fazer, como se pode ver nas redes sociais. Porém questiona-se: quem é o espectador visto que todos querem se mostrar?

Assim, elaborou-se este ensaio de modo a expor as ideias de Boris Groys sobre o universo midiático e o fenômeno da sinceridade.

Ensaio sobre *Bajo Sospecha: una fenomenología de los medios*

Groys (2008) coloca que a sinceridade é apresentada na nossa cultura não em oposição à mentira, mas sim em relação à rotina e à vida automática. Trata-se do fenômeno da sinceridade, da confissão que se manifesta por meio da capa dos sinais que cobrem a superfície midiática. Assim, reconhecer a sinceridade no outro é muito importante para a investigação da verdade do submidiático, que são as relações interativas fenomenológicas que ocorrem entre os seres. Logo, a sinceridade seria um elemento que suscita a veracidade e o sujeito submidiático não é um objeto de conhecimento, mas de suspeita e de medo. O espaço submidiático precisa se manifestar para confirmar a suspeita midiática-ontológica e, ao mesmo tempo, suprimi-la.

Somente os acontecimentos que têm espaço na superfície midiática podem ser descritos de maneira científica. Porém, o sujeito submidiático não é um objeto de conhecimento, mas sim de suspeita e medo, de acordo com Groys.

Para se conhecer realmente as coisas é preciso ver além da superfície, ou seja, é preciso ver o interior e abaixo da linha que realmente pode ser a expressão da verdade. Groys comenta que o interior não é o que transparece na superfície. Assim, um olhar no interior das coisas provocaria confiança no espectador. O espectador, de acordo com o autor, não pode evitar voluntariamente um sentimento de suspeita nem de confiança, da mesma forma que não pode confiar em algo que lhe pareça suspeito e nem não ter confiança em algo que lhe pareça sincero e confiável.

A revelação do interior se manifestaria como um sinal de revelação sincera, porém, este seria apenas mais um sinal dentre tantos outros que apresentamos aos outros. Além disso, somente o estranho se mostra sincero e, paradoxalmente, a insistência em mostrar o que realmente somos poderia ser considerado um fato mentiroso ou suspeito.

Desta maneira, Boris Groys afirma que as pessoas são continuamente suspeitas, assim como as obras: aquelas que não despertam suspeitas ficam em evidência, mas basta que se levante uma dúvida para que mais dúvidas surjam fazendo com que a firmeza e a credibilidade de outrora não sejam mais relevantes e importantes para uma nova avaliação. Assim, a realidade passa se pautar não mais pelo real, mas pelo suposto. Em tempos de redes sociais, com a comunicação em rede, a suposta realidade e sua percepção passa a ser configurada pela junção da fragmentação e sinceridade dos vários pressupostos.

Isso também ocorre nos meios de comunicação de massa, porém de forma menos fragmentada. A notícia tem um determina-

do impacto na medida em que vai sendo repetida e, mesmo sendo mentira, acaba por se tornar uma verdade. Logo, mesmo que uma determinada notícia não seja real, ao se falar com muita sinceridade, ela passa a ser verdade.

Outro ponto salientado é que é deveras estranho o fato de que se algo é muito certo, limpo, organizado, pode-se pensar que não é verdadeiro, mas que o que parece sujo, estragado, destruído, parece-nos real, pois estaríamos vendo o objeto por dentro. Assim compreende-se que o interior é feio e degradante e quando ele é exposto no lado externo, verdadeiro ou falso, é admitido como verdadeiro. Seria como pensar que não há mais o que esconder ou ocultar ou até mesmo do que suspeitar.

Por mais estranha que essa ideia pareça, o sujo e deteriorado não escondem nada, já que isso mostra o pior lado da vida e é tido como real e não levanta suspeita. Logo, não se deve suspeitar de algo que pareça suspeito e nem ter confiança em demasia do que parece confiável. A partir desta sugestão de Groyes, pode-se observar o sucesso que tanto os programas populares que beiram o “escracho”, a zombaria e os programas de alta qualidade, que, ao mesmo tempo, mesmo que naturalmente, são alvo de questionamentos constantes por parte tanto dos críticos quanto dos diversos tipos de telespectadores. A própria desconfiança, muitas vezes, inerente do público, acaba por mitificar determinados supostos fatos e aos donos dos programas cabem ratificar ou defender as versões dos fatos que acreditam ou querem mostrar.

Groyes sugere que se faça uma leitura por dentro dos fatos e das coisas e, até mesmo, pelo real pensamento das pessoas, pois o que se fala não é o que se pensa na maioria das vezes. A sinceridade seria um imperativo ético e moral e não um fenômeno, cuja satisfação não

pode ser controlada, ou seja, a sinceridade é compreendida dentro de um contexto de exigência, de si e dos outros, de dizer claramente o que realmente se pensa em seu interior. Se uma interpretação da sinceridade é considerada sincera, ela está correta do ponto de vista da opinião pública e da formação da opinião. Do contrário, é lógico que não pode haver uma fenomenologia da sinceridade.

Para Groys, a sinceridade só se manifesta no espectador, na vontade de descobrir a verdade que há no seu interior. Na análise fenomenológica da sinceridade, é preciso perceber a representação original, cotidiana e a sinceridade faria a ponte entre o pensamento e o que se fala. Essa essência das coisas seria a associação entre as contínuas aparições do fenômeno que nada mais é que a própria aparência. Essa análise fenomenológica da sinceridade somente é invalidada pela suposição de que a sinceridade deve ter algo, no caso dos seres humanos, com a consciência, com sua relação interior consigo mesmo.

Ligando a esta forma de pensamento, dentro da psicanálise, o homem, no fundo, não sabe o que realmente pensa. O homem também é, para si mesmo, uma mera superfície submidiática e, esse homem, como espectador de si mesmo, não possui acesso privilegiado. Sem dúvida, esse espectador apresenta continuamente o sentimento de estar sendo confrontado com o fenômeno da sinceridade e de poder conceder credibilidade, apesar de tudo, a determinadas revelações e confissões do outro, sejam elas voluntárias ou não. A sinceridade não tem lugar “no outro” como uma decisão consciente de dizer finalmente a verdade sobre seu interior, ou melhor, a sinceridade é um repentino autodesnudamento do outro.

Logo, a fenomenologia lança ações experimentais inovadoras no campo da mídia, inclusive a digital, que surgiu com o advento da tecnologia, ocorrendo verdadeiramente a partir de processos colabo-

rativos e em constante evolução. Isso influenciaria as configurações sociais, culturais e políticas, levando-nos a querer ver o interior das coisas e pessoas, quer seja como produtores ou consumidores de conteúdo.

Silva, Souza e Augustine (2012) também comentam sobre a relação do sujeito diante de um objeto sob a luz da psicanálise: na teoria do discurso, o sujeito é um efeito da linguagem, pois ele se torna sujeito ao ser capturado pelo simbólico.

Todo esse fenômeno comunicativo parte de uma abordagem fenomenológica, que tanto pode ter caráter banal, repetitivo e cotidiano, o qual sempre gera suspeita, como pode ser uma condição fenomênica mais subjetiva, mais incomum, submidiática, que é interpretada como real e verdadeira.

Logo, é preciso abrir espaço para um diálogo entre as artes e as pessoas, as experiências e os conhecimentos. Para Groy, o homem não pensa, somente fala e a diferença entre pensamento e fala é o correspondente midiático. Mas do homem suspeitam outros homens que não somente falam, como também pensam, ou seja, que é possível não se crer no que se está dizendo. A realidade do pensamento é somente a realidade da suspeita que aparece necessariamente quando o espectador observa outro falante. O pensamento é um nome dado ao perigo do engano, da confusão e do fingimento que sempre vem do outro. Por conseguinte, o pensamento é, por definição, uma figura de suspeita, pois se fica pensando como as coisas e as outras pessoas são realmente em seu interior. O pensamento seria a suspeita da não correspondência entre o interior e o exterior. A língua não corresponde ao que se pensa, pelo contrário, ela oculta o que verdadeiramente se pensa, residindo nessas entrelinhas os pressupostos e subentendidos. O lapso poderia ser a ponta da verdade e a linguagem os entremeios que poderia aparecer ou não, a intenção ou o real objeto.

As suspeitas seriam importantes para detectar e poder revelar os sinais de como as mudanças estão influenciando de modo geral os significados. Logo, a suspeita como um *modus operandi* se tornou uma estratégia e gestão do mercado de produção de notícias e assuntos afins.

O trabalho de Boris Groys levanta questões sobre suspeita e confiança, sobre exterior e interior, sobre aspectos midiáticos e sub-midiáticos, sobre cultura de massa.

Ao interpretar os sinais, Boris Groys propõe uma nova interpretação que teria escapado dos sinais e das coisas que, anteriormente, representavam de maneira revolucionária. Assim, os significados teriam um movimento contínuo graças aos deslocamentos naturais dos fatos e das coisas.

Isso pode acontecer com as obras de arte. Ou seja, aquilo que antes era considerado uma obra-prima pode, diante de determinado olhar, não ser mais considerado assim. Logo teria recebido outro signo, teria sido visto no interior, teria revelado segredos, teria sido percebido de forma diferente. Isso teria sido motivado pela suspeita, que é um novo modo de ver as coisas e as pessoas da época contemporânea. Na escassa análise da teoria da mídia, abordam-se as dúvidas em relação aos meios de comunicação. É preciso olhar a materialidade das obras de arte, sua temporalidade, intencionalidade e não apenas a sua simples arte.

Para Groys, o grande atributo da arte moderna é a possibilidade de levantar as suspeitas que nos levam a questões quando se está diante de algo extraordinário e que nos atinge emocionalmente. Assim, a arte moderna abre mão da segurança e gera a insegurança criativa, o questionamento e a suspeita.

Essa suspeita e quebra de paradigmas podem ser consideradas destrutivas por alguns, pois acabam criando novos valores culturais.

Tudo que se mostra deve levantar suspeita, tudo que é o esperado, o aceitável, pode acabar escondendo o que realmente há no interior do que se desejava. Trata-se da reformulação das questões ontológicas da realidade. Afinal o universo pode ser considerado maniqueísta, já que o exterior apresenta um aspecto e o interior outro e os sinais devem ser capazes de dissolver a forma exterior, revelando o interior, a realidade.

Boris Groys afirma que é possível, por meio das suspeitas, fundar uma vasta fenomenologia da mídia. Para ele, a desconfiança deve nos colocar em contato com a reflexão e o questionamento se o que se vê é compatível com o que não se vê, com o que se esconde no interior. Essa atitude pré-reflexiva busca revelar o que se esconde sob a superfície dos signos. Assim compreende-se que a superfície midiática esconde um espaço escuro submidiático e que o homem, sendo espectador de si mesmo, não tem um acesso privilegiado.

O fenômeno da sinceridade é uma confirmação objetiva e negar tal possibilidade é um erro, pois se trata de uma determinada relação dos signos com o seu contexto. Vale mais a pena perguntar-se em que condições surge todo o fenômeno da sinceridade. Dentro da contextualização de uma nova realidade midiática, como as redes sociais, esse fenômeno se acentua e se perpetua.

Pode-se observar tal fato no momento em que se percebe que as pessoas falam tanto sobre um assunto que, mesmo sendo falso, é sentido como verdadeiro, ou seja, a constância do assunto torna-o verdadeiro. A repetição feita até cansar o ouvinte é um forte componente da identidade nas palavras de Groys.

E isso não ocorre apenas nos discursos, ocorre também nas artes, nos filmes, ou seja, em algo que, ao ter sido realizado sob as

regras das convenções habituais, simbolizando a verdade e a sinceridade, pode ser considerado “verdade” no sentido referencial.

Sobre o assunto, manifesta-se Rodrigues (2012) que faz um breve comentário sobre o cinema, afirmando que os limites da tela não são a moldura, mas sim a máscara que desmascara parte da realidade, como um adereço para diferir da função de esconder, disfarçar e dissimular.

Assim a sinceridade não seria apenas uma contraposição à mentira, mas também ao automatismo e rotina.

As reflexões de Boris Groys sobre a busca dos mistérios – submidiáticos – que há por trás das possíveis “verdades” dos trabalhos de arte e mídia, com base nas suspeitas, tornam-se importante para desvendar a superfície semiótica do que se vez para formular novas prerrogativas. As camuflagens dadas pelos homens a discursos repetidos de maneira incessante precisam ser retiradas para fazer emergir o que se está escondendo.

Examinar os meios de comunicação é tentar buscar o que há atrás da imagem da televisão e não apenas da televisão, mas sim de todo o sistema cultural e social inserido dentro de uma rede de suporte de mídia escondido.

Um exemplo disso foi o que aconteceu na aparição de Susan Boyle na visão britânica do programa *Ídolos*. Quando ela entrou no palco, um silêncio se fez sobre a plateia, pois a sua aparência não era das melhores. Mas na cultura dos espetáculos, na troca de imagens entre os seres, ela não possuía imagem para ser tratada como mercadoria pela indústria da mídia: tratava-se da avaliação sentenciosa contra a forma. Após a sua apresentação, a apresentação de uma voz que não combinava com um corpo fora dos padrões, todos se renderam e a aplaudiram efusivamente, ou seja, eles viram o que havia no interior: o conteúdo submidiático.

As pessoas desejam ver imagens novas constantemente – trata-se da obsolescência imediata – e no mundo dos espetáculos, como elas não se renovam constantemente, elas precisam receber uma capa diferente para serem percebidas como outras. Do ponto de vista da comunicação e uma nova realidade, a fenomenologia ajuda a diminuir a distância entre o que se vê e a realidade.

A sinceridade nada tem a ver com o caráter referencial dos sinais, tentando fazer a concordância entre o sinal e o referente. Pelo contrário, o habitual, o tradicional e o repetitivo ocultam o espaço submediático como se fosse uma capa protetora e impenetrável sob o efeito da insinceridade.

Para poder se desnudar o outro, é preciso se desnudar primeiro. É preciso retirar as máscaras e mostrar a verdade interna. As emoções internas não se transparecem na superfície dos rostos e o que é estranho, diferente e não habitual precisa se tornar rotina para ser realmente compreendido.

Na fenomenologia social, a experiência humana parte do entendimento do próprio eu para que possa compreender a relação com os outros. Os espectadores não se revelam por inteiro. Assim como a mídia, ela também não se revela. Os sinais não são verdadeiramente revelados e os espectadores acabam acreditando no que veem na superfície. Somente a suspeita faz com que se possa perceber a discrepância entre o exterior e o interior, o que se vê e o que se esconde.

Os sinais internos, quando se revelam, são como janelas do interior do espaço submediático. E é exatamente o que é diferente e estranho que não desperta desconfiança do espectador, a credulidade do que se é sincero. Trata-se de uma consequência da troca entre os próprios sinais e os sinais estranhos que se podem ver através dos escudos protetores do automatismo convencional. Disso, no ponto de

vista do público, se compreende que um discurso distinto da maioria é revelador e autêntico; já aquele que buscou convencer pela insistência deve levantar suspeita por parte dos espectadores.

As linguagens midiáticas que há entre o telejornalismo e o dia a dia constroem uma forma peculiar de percepção da realidade, pois se relacionam a uma abordagem fenomenológica que, sob uma proposta de mostrar a realidade, na verdade procura conquistar os telespectadores por cenas grotescas, desrespeitosas, violentas, com linguagem coloquial e desrespeitosa para com as pessoas que nelas estão. Os telejornais populares usam preferencialmente as situações imediatas, com velocidade e fragmentação, transformando tudo numa espetacularização das imagens que, na opinião dos produtores, são a percepção da realidade. O telejornalismo, para se inserir no dia a dia, apresenta-se em formato de conteúdo midiático.

Para Hernandez (2006), os jornais precisam atrair, administrar e manter o nível de atenção elevado de seus espectadores, pois isso é o que sustenta a audiência que é a lucratividade das empresas. Os meios que se usam para tornar esse público cada vez mais cativo são os efeitos estéticos, afetivos, o imediatismo e os conteúdos diferenciados. A problemática de se conquistar a atenção da mídia, e como isso guia a percepção do público, direciona a expectativa. Isso pode ser facilmente comprovado na forma como a ordem das notícias é apresentada, ou seja, a notícia mais importante fica para o final dos programas para poder segurar o público mais tempo e não o deixar tocar o controle remoto e trocar de canal.

Assim, “o fluxo do tempo, no rádio e na TV, e a trama do espaço, nos jornais impressos, revistas e *sites*, criam a base para as regras de organização textual desses objetos e controlam a disposição das unidades noticiosas” (HERNANDEZ, 2006, p. 84).

Isso também é confirmado por Queiroz (2012), ao afirmar que as pessoas têm cada vez mais necessidade de estarem informadas e em tempo real.

Esse é o jogo midiático, falar de maneira diferente sobre o que já foi falado. É como usar uma roupa reformada; no fundo é a mesma roupa, só que com uma pequena inovação. Parte-se da pressuposição de que se consegue enganar o espectador com essa capa de veracidade, com essa repetição, mas é preciso saber fazer comparações, saber questionar, saber suspeitar. Inovação nada tem a ver com dar uma roupagem nova a velhos sinais, isso não é sinceridade. A inovação como acumulação, ampliação e cópia produz mais insinceridade. Um exemplo disso é quando se faz um discurso tão absurdo que soa arrogância.

Essa troca do que é autêntico pelo estranho provoca uma impressão de sinceridade apenas quando se recebem os sinais que normalmente são associados com o estranho, pobre, desagradável, deprimente e vulgar. Esse efeito da sinceridade produz este tipo de sinais. Assim, na opinião de Groys, a sinceridade é o oposto da amabilidade, pois nós associamos amabilidade com mentira e rudeza com autenticidade e sinceridade.

A rotina faz com que percebamos sinais como elementos familiares, porém estes despertam desconfiança. Um exemplo é citado por Groys como as atitudes de um liberal. Se alguém quiser transmitir uma imagem de sinceridade, ele deve apresentar opiniões conservadoras. Assim como quando um conservador quer se mostrar sincero, então ele deve se mostrar como liberal no seu círculo de conhecidos. De verdade, isso soa hipócrita, banal ou mentiroso, mas é o que os outros sentem como verdadeiro. E essas regras valem para quaisquer outros aspectos, seja nas artes, nas mídias, na literatura, entre outros.

O autor cita mais um exemplo: o indivíduo deseja demonstrar que é moderno, globalizado e internacional quando, interiormente, não é assim que pensa, deverá buscar a construção da sua imagem em contraponto àqueles que não o fazem. Só assim se conseguirá transmitir a imagem de ser moderno: aparentando e se comportando contrariamente a um público contrário ao que deseja ser. Caso não haja assim, poderá ser interpretado como fundamentalista convencional.

Dessa maneira, o fenômeno da sinceridade aparece como uma combinação entre a inovação e a redução contextualmente definidas. É a janela do interior submidiático do suporte da mídia, que transporta para o exterior midiático um determinado contexto de sinais, que se mostra como inovadora, de um lado, porém é pobres, vulgar e repetitiva, quando é observado verdadeiramente o seu interior. Esse pensamento, dentro das observações de Groys, é digno de atenção.

Pelo que se pôde perceber, o fenômeno da sinceridade não se aplica somente aos indivíduos: também na natureza é possível perceber o que é sincero e o que não é. Os suportes midiáticos produzidos artificialmente também podem ser confundidos como reais e verdadeiros. Nas culturas de massa também sempre se consegue mostrar sinceridade, pois tematiza continuamente as suspeitas midiático-ontológicas como os acontecimentos de sinceridade midiática. Isso pode ser presenciado nos filmes hollywoodianos que são suportes midiáticos artificiais, ou seja, tudo é manipulado. No entanto, essas imagens não são mais recebidas pelos espectadores de maneira passiva, eles já questionam e interagem com elas. E é isso que nos atrai: a possibilidade do mistério, a suspeita dos segredos que elas escondem, a possibilidade de debates que essas obras geram. Não se pode negar o valor da mídia na vida das pessoas e, por saber disso, ela sabe que manipula por meio de seus “truques”, a mídia é um instrumento de persuasão e de poder em

suas manifestações concretas, diárias, dinâmicas. E sem dúvida isso gera concorrência entre todos os meios de mídia.

As premissas universais levantam suspeitas, de acordo com Groys. Para ele, o microcosmo é o macrocosmo de uma superfície de projeção medial que esconde muito e mostra apenas alguns. Assim, o que está escondido por trás da superfície medial dificilmente consegue ser visto.

Mostrar e ocultar são dois aspectos de um mesmo movimento em Groys e isso é como a mídia trabalha a verdade, ela transforma o real em irreal de maneira que isso nos atraia. Ela expõe na superfície uma realidade que não nos assuste, mas que possivelmente pode nos enganar. A proposta de Groys para entender toda essa proposta submidiática é percebê-la como uma questão ontológica e política ao mesmo tempo diante de tentativas sérias e bem-sucedidas para esclarecer o que é um objeto epistemológico dos estudos da mídia. A teoria da mídia nada mais é que a continuação da questão ontológica antiga do que está por trás dos fenômenos: é o chamado espaço submidiático.

Groys cita o filme *Independence Day* e fala sobre a presença do *alien* na película. Esse personagem não fala, só age de maneira agressiva incondicionada. Ou seja, o autor oferece uma imagem perfeita da suspeita mediático-ontológica da suspeita da manipulação sem comunicação, agressiva e perigosa que se esconde por trás da superfície midiática. Esses *aliens* seriam os sinais da sinceridade radical nos quais se revela a realidade midiática, pois eles representam os indesejáveis; seriam os sujeitos de Nietzsche. Logo, é preciso abrir e enxergar por entre as janelas para se conseguir ver o interior submidiático dos meios modernos. O suspense ou a busca por uma revelação é o espaço submidiático.

Logo, quando olhamos algo ou alguém dependemos do que nos é mostrado e, por vezes, o que vemos não é real. Cada um mostra ou fala aquilo que deseja e assim também agimos com os outros. Cada coisa que observamos ou vemos nós desejamos interpretar, na opinião de Groy. E isso não é fácil, visto que nem tudo que vem à tona é real. Ao observar o outro, também se observa e é observado, e isso estabelece uma simetria – nas redes sociais, por exemplo, a simetria entre produtor de conteúdo e consumidor. De fato, a resposta é clara: o homem é apenas uma suspeita que vive no interior de alguma forma de vida como um sujeito perigoso e ameaçador e somente o olhar da sinceridade será capaz de protegê-lo disso, ou seja, da própria manifestação do que seria aparentemente sincero. Assim, é preciso retirar as máscaras más. Portanto, o fenômeno da sinceridade não é mais que uma determinada relação dos sinais com o contexto, e as estratégias fazem com que o fenômeno da sinceridade dependa de uma análise detalhada do olhar sobre o outro.

Conclusão

Enfim, muito embora a mídia seja observada com desconfiança por parte da sociedade, ela sempre busca recuperar a confiança dos indivíduos por meio da sinceridade. Boris Groy, dentro de uma perspectiva inovadora, observa os efeitos da sinceridade da mídia na política, cultura, sociedade e no próprio indivíduo, focando sobre o efeito da mídia de sinceridade na busca da confiança para conquistar os céticos.

Assim, a mídia está sempre focada em recuperar a confiança por meio da produção de obras sinceras. A sinceridade seria o que sustenta a cultura e provê a sua durabilidade e verdade construída. A

suspeita midiática pode prejudicar a cultura, os valores, as tradições e as certezas anteriores.

Referências

GROYS, Boris. *Bajo sospecha: una fenomenología de los médios*. Tradución de Manuel Fontán del Junco e Alejandro Martín Navarro. Valencia: Pre-Textos, 2008.

HERNANDEZ, Nilton. *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.

QUEIROZ, Érica Karine Ramos. Palavra dita, imagens em movimento no telejornalismo brasileiro. In: SILVA, Telma Domingues da; SOUZA, Tânia Clemente; AGUSTINI, Carmen (orgs.). *Imagens na comunicação e discurso*. São Paulo: Annablume, 2012.

RODRIGUES, Geisa. A moldura, a fronteira e a máscara: janelas para o feminino em “Um céu de estrelas”. In: SILVA, Telma Domingues da; SOUZA, Tânia Clemente; AGUSTINI, Carmen (org). *Imagens na comunicação e discurso*. São Paulo: Annablume, 2012.

SILVA, Telma Domingues da; SOUZA, Tânia Clemente; AGUSTINI, Carmen (org.). *Imagens na comunicação e discurso*. São Paulo: Annablume, 2012.

Data de submissão: 02/03/2017

Data de aceite: 19/04/2017

