

# Elsa Godart

À L'ÈRE DE LA POST-VÉRITÉ ET DE LA TOUTE-POUISSANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX, LA SINCÉRITÉ, QUI RENVOIE AU « CONNAIS-TOI TOI-MÊME » DES GRECS, PEUT-ELLE SERVIR DE VIATIQUE POUR LES MARQUES ?



## Il est urgent d'être sincère »

# S

**elon vous, la sincérité serait de plus en plus une valeur refuge. Pourquoi ?**

Notre société cybermoderne est emplies de paradoxes. À l'ère du mensonge et des « fake news », où l'opinion vaut raison, nous évoluons dans un contexte de grande facticité, avec l'impression que tout est illusoire. Notre monde se montre aussi terriblement normatif et conformiste : chacun devrait ressembler à l'autre, engagé dans une quête effrénée de réussite, de zéro défaut. On se rapproche dangereusement de la caricature qu'en avait faite la série dystopique « Black Mirror ». Face à ce sentiment que tout est lisse, policé, évalué socialement et insincère, il est logique qu'il y ait résistance et que la sincérité reprenne toute sa place.

**Mais que veut dire au juste être sincère ?**

Saint Bernard en donne cette définition : la sincérité se manifeste quand ma bouche ne contredit pas ce que je pense et ce que font mes mains. Autrement dit, quand on est en cohérence et en adéquation avec soi-même. Cet alignement entre penser, dire et faire n'est certes jamais total. Mais cela peut être une aspiration, qui suppose que chacun choisisse, avec une part de risque, « sa » vérité, subjective et intime. On est dans

**«It is time to be honest»**

**In your opinion, sincerity increasingly represents somewhat of a safe bet. Why is this?**

Our cyber-driven modern society is full of paradoxes. We live in an age of lies and fake news, where opinion is as good as truth, and everything seems contrived and illusory. Our world is also terribly normative and conformist: everyone should look like everyone else, and be scrambling to achieve success and perfection. We're getting dangerously close to the caricature of a dystopian society that the television series Black Mirror presented a few years ago. Faced with this feeling that everything is smooth, controlled, socially evaluated, and artificial, it is logical that resistance emerge and that sincerity become all the more appealing.

**But what does it mean to be sincere?**

Saint Bernard defined sincerity as when one's mouth does not contradict what one thinks or what one's hands do. In other words, being coherent and true to oneself. This alignment between thinking, saying and doing is of course never fully achieved. But it can be something to aspire to, which supposes that we each choose, with a share of risk, «our» version of the truth, which is thus subjective and personal. We are essentially ...

Philosophe, psychanalyste, essayiste, Elsa Godart enseigne à l'École éthique de la Salpêtrière. Derniers ouvrages parus : *Éthique de la sincérité* (Armand Colin, 2020) et *Métamorphose de la subjectivité* (Hermann, 2020).

Philosopher, psychoanalyst, essayist, Elsa Godart teaches at Ethical School Salpêtrière.



le dévoilement. Mais on ne peut être sincère sans savoir qui l'on est, sans quête de soi et enquête sur soi. Il ne s'agit pas d'une pure spontanéité, mais d'un acte de réflexion et d'une pratique volontaire.

### Qu'est-ce qui distingue cette notion de l'authenticité, de la transparence, de la vérité?

S'il est un synonyme de sincérité, dont l'étymologie signifie être « maître de soi », c'est bien l'authenticité. La transparence est, elle, bien illusoire. Comment pourrait-on tout montrer, tout dire? Pour cela, il faudrait tout savoir, ce qui est impossible. Quant à la vérité, c'est un mot polysémique. Ce qui se rapprocherait le plus de la sincérité serait la vérité subjective, à savoir mon ressenti, qu'il convient de distinguer de « la » vérité, objective et impersonnelle, partagée par tous, comme dans les mathématiques ou les sciences.

### Qu'y a-t-il à gagner dans ce pari de la sincérité?

Il faut voir la sincérité comme un outil qui permet d'être le plus libre possible dans ses décisions et de vivre un peu plus serein. N'est-ce pas là des enjeux majeurs de l'existence? Il n'existe, en effet, pas de décision libre sans sincérité. Plus je me connais, plus je sais ce que je peux assumer, de façon à avoir le moins de regrets possible, à être en paix avec moi-même et les autres. Aussi la sincérité donne-t-elle un sens à notre vie, rien de moins. Je dirais même qu'elle a une certaine prétention au bonheur inspiré d'Aristote, qui est de trouver « le bien », entendu comme le simple fait « d'être bien », c'est-à-dire à sa place dans l'existence.

### N'y a-t-il pas de risque à se dévoiler?

Quand je décide d'être sincère avec autrui, je prends le risque de la relation à l'autre. Je fais ce pari sans certitude de sa potentialité et de sa finalité. Rien ne me garantit qu'il y aura réciprocité. Accepter de se dévoiler, c'est accepter la vulnérabilité, qu'il convient de distinguer de la faiblesse comme le montre le héros grec Achille, à la fois fort et vulnérable. C'est pourquoi la sincérité appelle d'autres vertus – le courage, l'engagement, l'humilité – qui forment cette éthique de la sincérité dont je parle dans mes travaux. Il y a moins à perdre à être soi en se dévoilant qu'à ne pas le faire. Il ne faut pas craindre de décevoir, de ne pas plaire. C'est à ce prix qu'une relation vraie à l'autre est possible. De cette rencontre avec la différence naît la création.

unveiling ourselves, but we cannot be sincere without first knowing who we are, without introspection and self-analysis. This is not an act of pure spontaneity, but an act of reflection, an intentional practice.

### What is there to be gained from this commitment to sincerity?

Sincerity should be seen as a tool that enables us to make decisions as freely as possible and to live a little more serenely. Isn't this one of the major challenges of human existence? There is, in fact, no free decision without sincerity. The more I know myself, the more I know what I can assume and be comfortable with, so that I have as few regrets as possible and be at peace with myself and others. Sincerity thus gives meaning to our lives, nothing less. I would even say that it has a certain claim to Aristotle's idea of happiness, which is to find «the good», understood as the simple fact of «being well», i.e. in one's rightful place in life.

### Isn't there risk in revealing oneself?

When you decide to be sincere with someone, you effectively assume the risks associated with the relationship. You take a gamble without any certainty of what might happen or how it will end. There is no guarantee that there will be reciprocity. Accepting to reveal oneself means accepting vulnerability, which should be distinguished from weakness as shown by the Greek hero Achilles, who was both strong and vulnerable at the same time. This is why sincerity calls for other virtues, such as courage, commitment, and humility, which constitute «ethics of sincerity» that I talk about in my work. We have more to lose in not being and revealing ourselves than in doing so. We should not be afraid of disappointing or displeasing the other. This is the price that we must be willing to pay if a true relationship is to be possible. Out of this encounter with difference, creation can be born.

## C'est la sincérité et l'identité d'une marque qui lui permettent de se rendre unique et visible »

It is the sincerity and identity of a brand that makes it unique and visible»

### Comment, pour le luxe qui cultive un certain mystère, imaginer ce dévoilement?

Dans ces activités, confrontées à la contrefaçon et copiées en permanence, c'est l'authenticité qui confère son identité et sa valeur à un produit de luxe. Mais c'est la sincérité, l'identité d'une marque qui lui permettent de se « démarquer », d'exister au-dessus du lot. Elle se rend ainsi unique et visible, sans échapper pour autant à la nécessité de pratiquer le soin ou le souci de soi (« epimleia heautou » en grec ou « cura sui en latin »). Cela consiste à lever la tête du guidon de ses habitudes pour se demander si l'on est toujours en adéquation avec soi-même. Malheureusement, selon un récent sondage de Viavoice pour We Are Com, 62 % des Français estiment que la communication des entreprises ne va pas vers plus de sincérité, malgré la promesse initiale. Les répondants regrettent une absence de cohérence et de transparence. Ne pas entendre cette aspiration constitue un risque majeur aujourd'hui.

### Que peut la sincérité sur des réseaux sociaux où les « fake news » prospèrent?

Justement, on peut et on doit être sincère sur les réseaux sociaux comme dans le reste de sa vie. Il n'est pas question de tout montrer, tout dire. Il faut privilégier une forme d'intention, affirmer son identité, et faire le pari de valeurs atemporelles qui tendent vers l'universel, qui ne peuvent que résonner pour tout le monde. En réalité, sur ces réseaux, on retrouve souvent des comportements qui existaient déjà dans la vie réelle, seule leur dénomination diffère : « fomo » pour exprimer la peur d'être exclu d'un groupe, « cancel culture » pour culture de la dénonciation, de l'exclusion... Et qu'importe les filtres ou les avatars! Critique-t-on Cléopâtre parce qu'elle se maquillait? N'a-t-on pas toujours voulu apparaître sous son meilleur jour sur une photo? Ce n'est pas incompatible avec la sincérité : être sincère, c'est oser et assumer être soi. ■

### For luxury, which cultivates a certain amount of mystery, how can we envisage this «revealing»?

In this business, which is constantly confronted with counterfeits and copies, authenticity is what gives a luxury product its identity and value. It is a brand's sincerity and distinctiveness that will allow it to «stand out» from the crowd. This way, it makes itself unique and visible, but that does not mean that, like everyone else, it doesn't still need to practise the notion of «care of the self», essentially meaning to pay attention to oneself and work on oneself. This requires brands to open their eyes to their actions and ask themselves if they're being true to who they are. Unfortunately, according to a recent survey by Viavoice and We Are Com, 62% of French people feel that corporate communication is not showing signs of greater sincerity, despite the initial promise. Respondents notice a lack of consistency and transparency. Not listening to this desire is a major risk today.

### What good can sincerity do on social media when there is so much fake news?

It is precisely because of this that we can and must be sincere on social networks, as we are in other areas of our lives. It is not about showing or saying everything. We should have a sort of intention, affirm our identity, and rely on timeless values that are universal and will resonate with everyone. In actual fact, on social networks we often find behaviours that already exist in real life, only they have different names, such as «FOMO», meaning the «fear of missing out» or anxiety over being excluded from a group, and «cancel culture», which fosters denunciation and exclusion. And who cares what filters or display pictures we use! Did we criticise Cleopatra for wearing make-up? Haven't we always wanted to look our best in photos? This does not mean we are being insincere: being sincere means daring to be ourselves and assuming who we are. ■