

## OS LIMITES ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO E O PAPEL DO RELAÇÕES- PÚBLICAS NA ERA DIGITAL

Yasmin Américo da Silva<sup>1</sup>

Profa. Me. Marcella Schneider Faria-Santos<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo teve como objetivo discutir os limites entre o público e o privado e como é possível reconhecê-los em um ambiente digitalizado como o atual em que vivemos. A compreensão do assunto se deu a partir de pesquisa bibliográfica, especificamente com a leitura de Hannah Arendt (1958) e Jungen Habermas (1962), autores importantes para a definição desses conceitos, assim como trouxemos também autores contemporâneos que discutem novos significados a partir do advento das comunicações digitais. Para ilustrar o debate em torno dos conceitos de público e privado, lançamos mão da série de televisão "*The Boys*", em que o papel do profissional de relações públicas é colocado em xeque diante da situação de conectividade, exposição e conflito de imagem.

**PALAVRAS-CHAVES:** esfera pública; relações públicas digitais; privacidade; crise de imagem; *The Boys*.

### 1. Introdução

A diferença entre as esferas pública e privada sempre existiram e as normas que regiam as relações dos indivíduos de uma sociedade sempre foram bem explícitas. Com os adventos tecnológicos e o avanço dos meios de comunicação, a sociedade se reestruturou, a comunicação se tornou planetária, ao mesmo tempo personalizada e o

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de Bacharelado em Relações Públicas da FAPCOM – Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação.

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Professora da FAPCOM, coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídia, linguagem e sociabilidade no contexto da comunicação digital.

compartilhamento de informações se intensificou desde a era da oralidade até os dias de hoje, marcados pelos meios de comunicação digital. Nesse período histórico, mudanças nas formas de se comunicar ocorreram, alterando a circulação das informações e consequentemente as dinâmicas do poder e da opinião pública.

Dessa maneira, as dimensões privadas e públicas passam a se confundir devido à grande participação e exposição dos indivíduos e diferentes atores, como as empresas, e instituições públicas na era digital, mais precisamente devido ao surgimento das redes sociais. O que antes era separado, agora parece estar entrelaçado à existência social e o “ser e ser visto” continua sendo uma dinâmica coletiva, muitas vezes se assemelhando ao fenômeno da sociedade do espetáculo, estudado por Guy Debord (1992), em que as imagens vistas não são a realidade, mas sim uma representação dela. Esse fenômeno acaba por impactar as profissões da comunicação social como a dos relações-públicas, jornalistas, publicitários e radialistas, já que todos, incluindo empresas e consumidores, ocupam o mesmo espaço. Diante dessa nova arquitetura em que a atuação da marca pode ser acompanhada constantemente podendo gerar divergências e crises de imagem, qual o papel do profissional das relações-públicas?

Para debatermos sobre esse assunto, trouxemos a série de ficção “The Boys”, produzida pela Amazon, como objeto inspirador dessa reflexão sobre a esfera pública e a privada e o papel do profissional de relações-públicas. A série mostra o cotidiano de “super-heróis” que usam seus poderes para o mal, mas têm suas imagens expostas de maneira positiva nos meios midiáticos. O objetivo deste artigo é de problematizar a questão da imagem que pode afetar a reputação de indivíduos e organizações principalmente na era digital, ambiente em que a comunicação é horizontal e todos estão expostos na mesma proporção, não havendo, portanto, limitações entre o público e o privado.

## **2. A esfera pública e a esfera privada na sociedade moderna**

Desde a antiguidade a comunicação é o meio essencial para as relações entre indivíduos acontecerem. Essas relações, porém, sempre foram pautadas por regras de convivência, como o estabelecimento da divisão entre o que se faz no espaço público e o que se faz no espaço privado, ambos, fatores modeladores da moral e da essência do ser. Muitos autores explanam sobre essa divisão na sociedade e Hannah Arendt, em seu livro “A Condição Humana” de 1958, discorre sobre a definição, afinal, das esferas pública e privada.

Na Grécia Antiga, o privado estava atrelado à família, aos deuses e crenças, pois era no âmbito privado que ocorria a manutenção do indivíduo, a sobrevivência a partir do trabalho e da espécie, devido à necessidade de companhia que o ser humano possui, segundo Arendt (1958). Quanto ao espaço público, a autora o explica a partir da relação entre dois conceitos: o primeiro afirma que o espaço privado é moldado pela exposição do indivíduo ao mundo exterior, ou seja, a esfera pública é o local do agir humano onde ocorre o fenômeno de “ser e ser visto”, pois, quando o indivíduo se expõe, a aparência se torna o mais importante, deixando de lado os valores e conceitos da vida privada. Assim, o ser não se trata apenas da sobrevivência, mas também da aparência. Vide trecho a seguir:

Uma vez que a nossa percepção da realidade depende totalmente da aparência, e portanto da existência de uma esfera pública na qual as coisas possam emergir da treva da existência resguardada, até mesmo a meia-luz que ilumina a nossa vida privada e íntima deriva, em última análise, da luz muito mais intensa da esfera pública (ARENDR, 1958, p. 70).

Já o segundo conceito desenvolvido pela autora diz que o homem necessita da referência do outro para comprovar sua própria realidade e do mundo que o cerca, isso é, para ser, é preciso da concretização advinda do próximo. Se somos, mas não somos

vistos, não existimos e, logo, não temos um espaço próprio no mundo, pois este é ditado pela relação entre os homens. A autora explica no trecho:

Em segundo lugar, o termo ‘público’ significa o próprio mundo, na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele. Este mundo, contudo, não é idêntico à terra ou à natureza como espaço limitado para o movimento dos homens e condição geral da vida orgânica. Antes, tem a ver com o artefato humano, com o produto de mãos humanas, com os negócios realizados entre os que, juntos, habitam o mundo feito pelo homem. Conviver no mundo significa essencialmente ter um mundo de coisas interposto entre os que nele habitam em comum, como uma mesa se interpõe entre os que se assentam ao seu redor; pois, como todo intermediário, o mundo ao mesmo tempo separa e estabelece uma relação entre os homens (ARENDRT, 1958, p. 62).

Então pode-se dizer que, para existirmos, precisamos da concretização desta realidade e apenas a conquistamos a partir da visão e avaliação dos indivíduos no exterior ao qual nos expomos. Para Arendt (1958), essa é a condição humana atrelada à nossa “liberdade”, que é ditada pela capacidade da ação humana em fundar e preservar corpos políticos nos quais os homens, por seus feitos e palavras, se apresentam uns aos outros. A dimensão da vida pública é, portanto, o estado que dimensiona a liberdade humana. Se formos livres, logo teremos uma vida pública que expressa essa liberdade atrelada a uma forma horizontal de relações cotidianas, que modifica a vida em sociedade, pois se torna um lugar em que todos falam e são ouvidos, diferentemente de muitos anos atrás. Um claro exemplo disso é a forma de vida na Grécia Antiga, quando apenas uma parcela da sociedade podia atuar no âmbito público e participar das tomadas de decisão, enquanto outros indivíduos eram destinados à privação, por isso: “Privat significa estar excluído, privado do aparelho do Estado (...)” (HABERMAS, 2003, p. 24).

Nesse contexto social comunicativo, pesquisadores da chamada Escola de Frankfurt, ampliam o debate acerca das formas de reprodução social, desenvolvendo seus estudos baseados nas relações entre consumo, entretenimento e trabalho, criando o importante aporte teórico da “indústria cultural”, fundamentada na “racionalidade

instrumental”. Para os frankfurtianos, a “Indústria cultural” estava relacionada à dominação da esfera cultural e estética por meio da padronização das expressões culturais difundidas pelos meios de comunicação de massa, fazendo com que o ciclo entre trabalho e consumo-entretenimento se tornasse constante e ininterrupto, significando então a exploração comercial das produções culturais que tem por objetivo, além do lucro, limitando a liberdade da experiência social, que converge ideologicamente para uma mesma visão e criando indivíduos passivos em relação os acontecimentos ao seu redor, ou seja, nessa arquitetura social as pessoas não agem, mas respondem aos estímulos da indústria.

Jurgen Habermas, filósofo e sociólogo, inserido no pensamento da Escola de Frankfurt, preocupou-se em estudar a democracia a partir de teorias como a da esfera pública estudada por Arendt (1958) e diz que a diferenciação entre as esferas pública e privada vista na Grécia se perpetuou até a Idade Média e concorda que houve uma reformulação, apontada em seu livro “Mudança Estrutural da Esfera Pública” lançado em 1962 e traduzido em 2003 para o Português.

Nessa obra, Habermas (2003) comenta sobre uma nova ordenação que ocorre devido ao surgimento de um novo grupo social, oriundo da modernidade: a burguesia. Assim, surge o que Habermas chama de “Esfera Pública Burguesa” com o advento da modernidade e do capitalismo, que “(...) pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público” (HABERMAS, 2003, p. 42). Com ela, surge também uma nova ordem política chamada de “Estados Modernos”, que passam a assumir a administração pública. Assim, essa administração assume interesses e preocupações (privadas) da burguesia e o Estado se torna o novo espaço público, quando esses interesses são discutidos e decisões são tomadas pelo “bem de todos”. Assim, “o público torna-se sinônimo de estatal” (HABERMAS, 1984), ou seja, as instituições definem o espaço público.

Além disso, para Habermas, a esfera pública que se forma nesse contexto atinge uma dimensão normativa e descritiva em que três elementos estão sempre entrelaçados: o princípio da publicidade, que evita qualquer acobertamento de ações por parte do Estado; o povo (Publikum), que antes era objeto nas mãos dos governantes agora passa a ser sujeito político para tomar decisões e o espaço no qual os cidadãos debatem e fazem tomadas de decisões coletivas e, junto a isso, formam-se a si mesmos. Tudo isso devido à uma reestruturação na sociedade civil.

Vimos então que, antes da globalização e da internet, a esfera pública era definida como "as" instituições públicas, figuras públicas responsáveis pela ordem de um país numa democracia, em que o povo exerce sua soberania agindo racionalmente. Para além dessa constatação, percebeu-se também que a discussão sobre público e privado passa pela liberdade dos homens, que por sua vez ainda se dá a partir da visão do outro e de como nos apresentamos.

Na era digital, numa situação de conectividade (mobilidade e conexão) essa esfera já não é mais a mesma, constituída apenas pela presença central das instituições e figuras públicas e do povo; hoje, qualquer pessoa está visível aos outros e expressa suas opiniões nesse espaço social amplificado em escala de alcance, e é esse o sentido de "democracia" e liberdade, que circula atualmente. Quando passamos a interagir sem o território e sem a exclusividade dos atores tradicionais os âmbitos daquilo que é público e daquilo que é privado confundem-se.

### **3. O público e o privado na contemporaneidade**

O mundo passou por uma transformação em todos os aspectos e, de fato, desde a era eletrônica da comunicação, a sociedade tornou-se mais plural, o que pode significar o fim da percepção unitária do mundo. Gianni Vattimo (1989), considera que estamos em uma sociedade de "[...] comunicação generalizada, a sociedade dos *mass media*" e isso ocorre quando passamos da modernidade à pós-modernidade. Segundo o autor,

esse período é marcado pela multiplicação dos pontos de vista, pois já não há mais um parâmetro único ou norma centralizadora para existir em sociedade, como é explícito no trecho abaixo:

A tese que pretendo propor é que na sociedade dos media, em vez de um ideal de emancipação modelado pela autoconsciência completamente definida, conforme o perfeito conhecimento de quem sabe como estão as coisas (seja ele o Espírito Absoluto de Hegel ou o homem não mais escravo da ideologia como o pensa Marx), abre caminho a um ideal de emancipação que tem antes na sua base a oscilação, a pluralidade, e por fim o desgaste do próprio princípio de realidade. (VATTIMO, 1989, p.13)

Por isso, a pós-modernidade é conhecida também como “a crise de metanarrativas” por Jean Lyotard (1979), já que deixamos de acreditar em explicações universais sobre o homem e já não conseguimos unificar e desvelar o “caos do mundo”, pois adquirimos novos modos de vê-lo, e, assim, a cultura, o consumo, os prazeres e o modo de vida de todos os indivíduos mudam a partir disso.

Com o advento da internet a esfera pública não é mais baseada apenas em espaços físicos, mas também virtuais-informacionais, com uma comunicação horizontal em que todos agem e são atingidos de alguma forma, já que as informações são elaboradas, compartilhadas e expandidas em mil direções, alcançando todos os públicos e ambientes. Esse fenômeno ocorre, hoje em dia, principalmente nas redes sociais, ocasionando uma grande circulação de informação e conhecimento, como aborda Manuel Castells em seu livro “A sociedade em rede” (1996), em que descreve a forma de rede horizontal como a forma social contemporânea.

Ou seja, toda e qualquer informação posta à circulação em rede, atinge horizontalmente a quem possa interessar, tornando a informação democratizada, há uma “publicização” das informações que acabam sendo disseminadas, mesmo vindo de diversas fontes diferentes. Com isso, existe uma potencialidade enorme de conexão, logo, as barreiras entre os povos são dissipadas, como as populações marginalizadas

que passam a ter voz com o surgimento da era digital e das redes sociais, principalmente, porque essa esfera pública digital promove interação com os outros ambientes sociais. A mídia móvel acompanha o indivíduo em suas movimentações sociais e não o contrário. Antes, a interconexão de ideias que não era possível, ou demoraria muito a aparecer no espaço público, agora torna-se cada vez mais fácil de ocorrer. Porém, é necessário entender as relações e confusões que ocorrem nos limites entre o público e o privado a partir disso.

O autor Luís Mauro Sá Martino em seu livro “Teoria das Mídias Digitais” (2014), reitera que a questão do público e do privado é discutida há muito tempo e que as duas esferas sempre foram muito bem demarcadas. Porém, com o advento da internet, uma nova dimensão surge e com ela as questões da vida pública e da vida privada se mesclam a um ponto em que não há como diferenciá-las, pois um assunto privado pode se tornar público e vice-versa.

Isso ocorre porque, antes, enquanto o privado esteve sempre ligado à família, ao trabalho e às relações pessoais, o público era entendido como a identidade de instituições e normas, sempre relacionado às autoridades que possuíam lugar de fala enquanto instituições. Nos dias de hoje, com os meios de comunicação e toda a tecnologia disponível, é quase impossível discernir o espaço público e o privado, já que o ambiente das redes sociais é horizontalizado.

Segundo Bruno (2004) no ambiente das redes sociais os vigiados tornaram-se os vigilantes dos outros e de si mesmos, a visibilidade e publicização de si, tornaram-se subjetivas, pois já não mais nos preocupamos com os julgamentos, mas performamos nosso ser e essência para sermos vistos. Segundo a autora, não agimos a partir de um ímpeto racional. A autora discorre sobre o tema estudado partindo do princípio de visibilidade como uma armadilha (FOUCAULT, 1983 apud BRUNO, 2004), e analisa os nexos entre subjetividade, visibilidade e tecnologia no contemporâneo.



Nesse sentido, a tecnologia e os dispositivos eletrônicos de vigilância representam muitas vezes a face negativa e potencialmente perversa da visibilidade, pois inspiram atentados à privacidade e à liberdade dos indivíduos, que têm suas informações expostas de forma pública nas redes através de performances, ou seja, as pessoas escolhem “publicizar” suas informações; com isso, os indivíduos julgam e também são julgadas ao mesmo tempo. Isto é, se na modernidade a vigilância precisava de algum modo “mobilizar” os indivíduos nos espaços fechados das instituições, hoje é a mobilidade que se oferece ao monitoramento.

Segundo Fernanda Bruno (2004):

O pertencimento necessário a um coletivo, a uma instituição, ao olhar do outro, enfim, garantia o processo identitário. Hoje, este olhar público e coletivo parece não mais estar dado, precisando ser produzido pelos próprios indivíduos. As práticas de exposição de si na Internet podem ser vistas neste sentido como uma demanda pelo olhar do outro, que se torna assim uma conquista individual, privada e não mais um dado público. (BRUNO, 2004, p. 110)

Essas práticas de exposição de si na internet dizem muito sobre o modo como as pessoas desejam ser vistas, bem como suas performances para isso. Porém, as pessoas ainda não sabem lidar com a liberdade e as consequências de suas performances, já que a internet é aberta para todas as pessoas, mas, como numa democracia, as ações podem ser julgadas e criticadas, pois são diversas visões e opiniões que se cruzam num ambiente digital, gerando então as famosas “crises de imagem”.

Notamos até aqui que a perspectiva da vigilância (BRUNO, 2004), a crise de imagem, a comunicação horizontal da rede e o desgaste do princípio da realidade (VATTIMO, 1989) refletem a pluralidade de teorias que buscam olhar a complexidade da situação social em que o profissional de relações públicas está inserido.

#### **4. A opinião pública e as relações públicas**

A partir da reflexão apresentada até agora, chegamos ao conceito de que a esfera pública é o espaço no qual ocorre também a opinião pública, já que os indivíduos expressam suas opiniões e são vistos nessa esfera, muitos autores apontam que assim surgiu a opinião pública.

Para Habermas (2003) a esfera pública está ligada à democracia e é importante dizer que apenas num ambiente democrático a área de Relações Públicas tem sucesso, já que seus dois pilares principais são os públicos e a opinião pública. O conceito de "Públicos" é cada vez mais fundamental e vem ganhando estudos diversificados das suas definições e classificações. De acordo com Andrade (1989, p. 68) o público "é a matéria-prima das relações públicas" e pode fazer pressão sobre uma organização. As relações públicas surgiram porque as organizações e as pessoas repararam numa necessidade de se mostrar à esfera pública de uma maneira adequada, devido ao crescimento do capitalismo e a busca incessante por um público consumidor.

Em um contexto histórico, antigamente o público não era levado em consideração, mas com o surgimento do iluminismo no século XIX, o indivíduo ganhou um novo sentido, no qual sua existência é importante para a sociedade. Assim, os públicos devem ser levados em consideração independente de classe, e para um profissional de relações públicas torna-se fundamental estudar em detalhe todos os públicos relacionados a uma organização ou inseridos em um ambiente. Andrade (1994) traz a importância do profissional de relações públicas no estudo dos públicos:

Cabe às Relações Públicas a importante tarefa da formação de públicos junto às empresas ou instituições, levantando as controvérsias, fornecendo todas as informações e facilitando a discussão à procura de uma opinião ou decisão coletivas, tendo em vista o interesse social (ANDRADE, 1994, p. 30).

O segundo pilar das relações públicas é a opinião pública, que ganha força a partir da construção de grandes cidades, consolidação do capitalismo e ascensão de um novo modo de vida burguês e seus valores, que surgem em meados do século XIX; além

disso, a consolidação de democracias também é importante, tanto para a opinião pública quanto para o nascimento das sociedades de massa.

Sobre as teorias que dão origem à compreensão sobre as relações públicas e a opinião pública, a grande parte tem origem do funcionalismo, que vê a sociedade como uma máquina e as relações públicas funcionam como um lubrificante para que as engrenagens não parem de funcionar. Por outro lado, a Escola de Frankfurt critica o posicionamento do funcionalismo, pois, ao contrário, os frankfurtianos vêem a comunicação social como a principal forma de fortalecer a ideologia dominante. Portanto, sob o paradigma marxista, as relações públicas são responsáveis pela persuasão e dominação simbólica da sociedade, dominando, principalmente, as massas, pelo seu poder de manipulação da opinião pública.

O fenômeno da visibilidade e da arquitetura de redes, para Massimo Di Felice (2012), é visto como ponto central de mudança no entendimento da ideia de “público”. O autor investiga um tipo de ativismo midiático, surgido no início da web, que fortalece organizações e coordena campanhas e protestos, fazendo difusão de informações, denúncias e petições, ou seja, há um suporte global a movimentos e causas locais. Logo, sugere um novo termo, o “net-ativismo” - em que a forma de cidadania e ativismo é resultado de uma interação entre sujeitos, grupos e tecnologias de informação, redes informativas e as diversas interfaces. Ou seja, a ideia de público como Estado ou como o espaço informacional da circulação das opiniões é extrapolado por um novo tipo de interação e participação social.

Assim, os objetivos, definições, disseminações e implementações são construídos de uma forma colaborativa. Porém, é preciso entender e pensar a qualidade da ação na rede em que acontece através dessas interações e estudar as novas formas de interações baseadas no net-ativismo, que sintetizam os novos aspectos da opinião

pública devido ao comportamento dos atores sociais nas redes sociais digitais, principalmente.

Dito isto, as relações públicas, portanto, devem se preocupar com a opinião pública e o público deve ser compreendido a partir de diálogos, principalmente em uma era digital, na qual os indivíduos têm participação generalizada nos meios de comunicação. Apenas desse modo é possível pensar estrategicamente e direcionar as ações do relações-públicas, que possui duas abordagens em seu campo de atuação (diálogo e manipulação), mas é sempre necessário prezar pela compreensão.

### **5. O papel do relações-públicas na série “The Boys”**

A série de TV “The Boys” que estreou em julho de 2019, na plataforma de streaming Amazon Prime Video, conquistou a todos com uma história fictícia que projeta situações reais. O enredo discorre sobre como seria o cotidiano e a vida de super-heróis, se eles existissem no mundo atual. Assim, baseada na história em quadrinhos do autor Garth Ennis, a série mostra a realidade dos “Sete”, um grupo de heróis que são ídolos para os Estados Unidos e são conhecidos por serem os mais poderosos da Terra, mas, conforme o desenrolar da história, percebemos que ninguém consegue ser herói o tempo todo: cada um dos sete personagens tem medos, anseios e fazem coisas “erradas” em suas vidas pessoais como matar pessoas inocentes, praticar atos ilícitos e preconceituosos.

Assim, a história começa com o rapaz Hughie e sua namorada andando pela rua quando o herói conhecido como “Trem-Bala”, que possui o poder da supervelocidade, está correndo pela rua e atropela a namorada de Hughie, que acaba morrendo nos primeiros minutos do primeiro episódio. Hughie fica em choque e depois apenas recebe uma indenização para não comentar sobre o caso nas redes sociais e televisão. Com isso, o personagem fica furioso e conhece Billy Butcher, que trabalha tentando descobrir os segredos da Vought, empresa responsável por gerenciar a imagem dos super-heróis,

numa tentativa de um dia conseguir algum segredo capaz de mostrar a verdade sobre os heróis que toda a população ama e idolatra; outros personagens como ‘Leitinho’, ‘Francês’ e Kimiko se juntam à causa de Hughie e Billy e combatem os Sete.

No 6º episódio da 2ª temporada de *The Boys*, Capitão Pátria mata um super-terrorista e uma criança que estava ao lado deste, mas não viu que o fez e sai sem prestar socorro. O grande problema disso é que uma pessoa grava toda a situação e posta na internet, com isso, a Ashley, relações-públicas e diretora da Vought, procura Capitão Pátria e fala sobre a sua queda de popularidade na internet e redes sociais. A morte da criança gera um protesto em frente à torre na qual os Sete ficam e Ashley pede para que Capitão Pátria não faça nada pois “a equipe de RP está elaborando uma resposta, um pedido de desculpas”, porém, o super-herói não gosta da ideia e diz que ele mesmo irá resolver.

Essa cena é apenas um exemplo de várias crises de imagem que ocorrem ao longo da série e a função da equipe de relações públicas da Vought é, principalmente, “apagar incêndios” devido às crises que os próprios heróis causam. A série mostra exatamente a instantaneidade da internet e das redes sociais, quando uma informação sobre os heróis repercute rapidamente e trazem consequências à imagem de cada um, sendo papel da “equipe de PR” elaborar estratégias, respostas e mascarar os super-heróis como ‘bonzinhos’ e salvadores da Pátria. Neste caso, os profissionais de relações públicas não optam pela compreensão da opinião pública e pelo diálogo, mas sim pela manipulação das mídias e da imagem dos supers. Vemos aí que já com a mídia eletrônica e agora com a digital a noção de privacidade se enfraquece, mobilizando a atuação do RP para outro cenário e a figura do público não é previamente estabelecida ou conhecida.

## **6. Conclusão**

Com as pesquisas e teorias estudadas neste artigo, chegamos à conclusão de que vivemos em uma era em que as esferas pública e privada se conversam e o ambiente digital é propício à superexposição dos indivíduos. Desde a Grécia Antiga até os dias atuais, ideias e modos de viver se modificaram e com a evolução tecnológica, o indivíduo está cada vez mais imerso no ambiente digital, cercado por informações horizontalizadas e tem a condição de expor sua opinião de maneira simples e rápida, atingindo todos horizontalmente.

Assim, há muitos benefícios em nosso cotidiano devido à digitalização, mas também há muitos males, como as frequentes crises de imagem de organizações e figuras públicas, principalmente. A série *The Boys* foi trazida a este artigo devido à mensagem que passa aos telespectadores sobre os perigos da superexposição e o que há por trás de todo “glamour” das câmeras e redes sociais, e por mostrar a força da multiplicação de narrativas e pontos de vista, como na tese de Vattimo (1989).

Com isso, o profissional de relações públicas se torna essencial nesse meio, pois é ele quem adquire os conhecimentos necessários para gerir crises, realizar a manutenção da imagem e facilitar os fluxos de comunicação através da opinião pública como ferramenta principal. O âmbito público detém a opinião pública e a exposição performática e publicizada dos indivíduos, já o âmbito privado é responsável, ainda, pela essência de cada indivíduo e também pelo que acontece em sua vida privada. Porém, os limites entre o público e o privado são quase imperceptíveis, então é preciso que os profissionais de relações públicas tenham as competências necessárias para gerir a imagem e reputação de seus clientes, atentando-se sempre à ética das relações e ao diálogo.

## **7. Referências bibliográficas**

ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Do público para as redes. A comunicação digital e as novas formas de participação social.** São Paulo: Difusão, 2008.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes /Luís Mauro Sá Martino.** - Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

VATTIMO, Gianni. **A Sociedade Transparente.** Lisboa, Garzanti Editore, 1989.

DEBORD, Guy. **La société du spectacle.** Paris: Gallimard, 1992.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa.** Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, 2014.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir.** Petrópolis: Vozes, 1983.

LYOTARD, Jean-François. **Condição Pós-moderna.** Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa. Rio de Janeiro, 2009.

PEREIRA, Else Lemos Inácio. **Comunicação integrada, relações públicas e gestão da reputação em ambientes digitais: uma perspectiva crítica.** ORGANICOM, 2015.

LONGHI, Carla Reis. **Origens do conceito de opinião pública: um diálogo com Hannah Arendt e Jurgen Habermas.**

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

DI FELICE, Massimo. **Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 27-45, janeiro/abril 2012.

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica.** São Caetano do Sul, Difusão, 2003.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos.** 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.