

ESTRATÉGIAS RETÓRICAS PARA A RESTAURAÇÃO DA IMAGEM QUANDO SOB ATAQUE

Vilma Lemos

Professora do Centro Universitário de São Caetano do Sul - IMES, do Ensino Médio da Fundação Santo André e da Rede Pública de Ensino. Doutoranda em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem - PUC-SP.

RESUMO

Como a imagem pública que apresentamos socialmente é algo com que nos preocupamos constantemente, procuraremos, neste artigo, observar que estratégias retóricas são ativadas quando essa imagem é afetada e de que recursos as pessoas se utilizam para restaurar a face diante das agressões verbais a que são sujeitas. As análises feitas em textos de mídia apóiam-se nos estudos de Benoit (1995) para Restauração da Imagem, Goffman (1967) com a Teoria da Face e Brown & Levinson (1987) com a Teoria da Polidez. Apontam para alguns resultados mais freqüentes dentre as várias estratégias de restauração da reputação como: negação do fato, ataque aos acusadores, pedido de desculpas pela má conduta, transferência de culpa.

PALAVRAS-CHAVE: imagem pública, estratégias retóricas, restauração da reputação.

ABSTRACT

Since the public image we show in society is something about which we are constantly concerned, we have tried to monitor the rhetorical strategies activated when this image is affected and the devices people resort to restore their faces to the verbal injuries they are subject. The extracts chosen for analysis were taken from printed media and are based on the works by Benoit (1995) about Image Restoration, Goffman (1967) and his Face Theory and Brown & Levinson (1987) and their Politeness Theory. All of which point to the most frequent results among the several strategies for repute restoration, such as denial of fact, attack on accusers, apology for misconduct and guilt transfer.

KEYWORDS: public image, rhetorical strategies, repute restoration.

1 ALGUMAS EXPLICAÇÕES E OS INSTRUMENTOS DE ANÁLISE

Um aspecto que é motivo de preocupação para os indivíduos é sua imagem social, sua reputação, ou, como querem Brown & Levinson (1987), "The public self-image". Quando ameaçada, busca-se repará-la para evitar prejuízos a esta face social.

Há muitas formas verbais observadas pelos analistas do discurso que marcam a defesa de si diante da sociedade, se a pessoa é atacada por um ato ameaçador à sua face.

Estamos interessados aqui em observar, em jornais e revistas de circulação nacional, como os mecanismos retóricos verbais se manifestam nos indivíduos que se viram ameaçados publicamente e, por isso, buscaram reparar sua reputação. Para tanto, recorreremos aos estudos de Benoit (1995), denominados *Teoria Geral da Restauração da Imagem*, embora o autor tenha consciência de não ter feito uma discussão exaustiva dos mecanismos de desculpas, porque o comportamento humano é muito complexo.

Remetemos ainda, nesta análise, à *Teoria da Face* do sociólogo Goffman (1967), posteriormente recuperada por Brown & Levinson (1987) ao tratar da *Teoria da Polidez*.

Os trabalhos desses estudiosos serão adaptados aqui segundo nossos propósitos.

2 PERCORRENDO OS CONCEITOS DE IMAGEM, FACE E POLIDEZ

Partiremos dos estudos de Benoit em um primeiro momento, sem pretender com isso fazer supor que os demais sejam secundários.

Segundo o autor, há, no comportamento comunicativo

humano, um impulso para reduzir, reparar ou evitar prejuízos que danifiquem nossa *imagem* porque desejamos que os outros pensem favoravelmente a nosso respeito. Suas observações indicaram modelos constantes no discurso das pessoas atingidas nestas situações. São as estratégias retóricas para minimizar os danos à face e repará-la. Aponta pelo menos quatro causas de restauração da reputação manifestadas pelo indivíduo cuja imagem está ameaçada.

A primeira delas está ligada à posse de bens limitados. Como os indivíduos competem ferozmente por esses bens – tangíveis ou intangíveis –, ao obtê-los, sempre se provoca a ira alheia e se fica sujeito a ataques.

Outra razão apontada reside nas circunstâncias de que somos vítimas e sobre as quais não temos controle, como, por exemplo, chegar atrasados a uma reunião devido ao trânsito intenso.

Como terceira razão, o autor destaca a imperfeição dos seres humanos, que, por isso, erram inocentemente ou em decorrência de seus próprios interesses. Ilustra o primeiro caso a situação de nos esquecermos de levar um relatório à reunião; o segundo, a situação das empreiteiras que usam de má qualidade em suas obras ou daqueles que sonham imposto de renda.

A quarta razão que nos motiva a reparar nossa reputação prende-se ao fato de que os homens têm diferentes prioridades. Os que têm objetivos comuns podem chegar ao conflito, culminando em acusação, ataque, desprezo, condenação, censura, reprovação. Pessoas que agem dessa forma tanto se queixam do que dissemos quanto do que fizemos, do que não foi dito como do que não foi feito. Podemos lembrar

aqui a fábula de Caio Júlio Fedro (séc. I d.C.), "O lobo e o cordeiro", que transcrevemos de forma adaptada:

- *Por que, diz ele, turvaste a água que eu estava bebendo?*
- *Como posso, pergunto eu, fazer o que lamentas, ó lobo? A água corre de ti para os meus goles.*
- *Seis meses atrás, falaste mal de mim.*
- *Sem dúvida eu ainda não tinha nascido.*
- *Por Hércules, diz o lobo, teu pai falou mal de mim.*

E assim agarrou o cordeiro e o dilacerou, dando-lhe uma morte não merecida.

Esta fábula foi escrita para aqueles homens que, com falsos motivos, oprimem os inocentes. (Fábulas, I, 1)

Em todas essas circunstâncias, é evidente que somos levados a dar explicações, desculpas, apresentar defesa e racionalizações em relação ao nosso comportamento, porque a reputação é importante e o discurso tem o poder de restaurar nossa face ou minimizar os efeitos advindos das situações ameaçadoras.

3 OS ATOS COMUNICATIVOS DE DEFESA

Há uma variedade de posturas observadas para a defesa de si. A primeira estratégia para evitar a culpa é a *negação*. Se alguém acusa, por exemplo, determinado anúncio de enganoso, a reação do acusado é dizer "Não, não é".

Benoit cita o caso Woody Allen, que *negou* ter molestado dois de seus filhos adotivos. O acusado pode, além de negar, explicar e devolver a culpa à parte realmente culpada.

A segunda estratégia é *responder na mesma moeda*,

atacando os acusados. Este contra-ataque pode minar a credibilidade e o impacto das acusações. Também ajuda a mudar o foco de atenção para uma nova pessoa. Se, às vezes, torna-se difícil negar, sempre há uma esperança: admitir a culpa na tentativa de restaurar a imagem.

A terceira e última estratégia referem-se às situações em que a *má conduta não pode ser negada*. Então, pede-se desculpa por ela. Como a dizer “Foi sem querer”, “Desculpem pela ignorância”. Na história da Igreja Católica, lembra o autor que esta instituição, recentemente, pediu desculpas ao astrônomo e físico italiano Galileu Galilei (1564 - 1642) por tê-lo acusado de perjúrio na polêmica sobre o centro do sistema solar. Outro exemplo citado é o da MTV. Acusada de que seu programa Beavis and Butthead tivesse incentivado uma criança de 5 anos a pôr fogo e matar sua irmã, a emissora negou o fato. No entanto, nos episódios seguintes, os personagens pararam de fazer isso. Houve aí uma ação corretiva para reparar a imagem.

O autor informa-nos ainda de que há escritos fundamentais no assunto e retoma cada um deles.

Mencionaremos alguns deles, conforme segue. Burke, por exemplo, tem uma análise mais teórica do assunto. Usa o termo culpa para representar um estado de coisas indesejáveis que pode ser remediado pelo discurso defensivo. Segundo ele, há dois processos para remover a culpa ou restaurar a boa reputação.

A *vitimização*, em que a pessoa se faz de bode expiatório, transfere a culpa, diz-se vítima de perseguição, e a *mortificação*, em que o envolvido admite o erro, a má ação e pede perdão. Podemos lembrar aqui o caso de um ex-

presidente americano envolvido numa situação constrangedora com uma estagiária da Casa Branca.

Rosenfeld (1968) é lembrado como a primeira abordagem sistemática à crítica retórica dos discursos de defesa de si mesmo, embora a teoria da apologia (defesa) de Ware & Linkugel (1973) seja muito mais usada na crítica retórica, constituindo-se no mais importante avanço nesses estudos.

Esses autores, segundo informa Benoit, têm como ponto de partida a Psicologia Social de Abelson (1950). Identificaram quatro fatores ou estratégias retóricas, conforme segue:

- 1) “denial” – simples negação/desmentido, como “Eu não fiz isso!”. Nega-se a má intenção;
- 2) “bolstering” – projeta-se a própria imagem para contrabalançá-la, desviando-se do ato central e associando o falante a algo para o qual as pessoas têm sentimento positivo.

Ilustra esta estratégia o caso Ted Kennedy que, inúmeras vezes em seus discursos, deixava claro suas relações positivas com o povo de Massachusetts porque lá (em Chappaquiddick) se envolvera em acidente automobilístico no qual morreria sua secretária. Foi acusado, então, de não fazer a ocorrência à polícia imediatamente. Tentou transferir a culpa para as condições da estrada e para o trauma que sofrera. Esta estratégia serviu para mantê-lo como senador, mas provavelmente não foi suficiente para alçá-lo à condição de presidencial;

- 3) “differentiation” – mecanismo no qual se tenta separar o objeto de um contexto indesejável. Ainda em relação ao acidente no qual se envolveu Edward Kennedy, o senador buscou deixar claro que o contexto é que era negativo.

Como se pedisse que não o julgassem pelo que acontecera em Chappaquiddick, uma vez que ele realmente não era aquilo que a opinião pública dizia;

- 4) “transcendence” – busca-se um contexto mais amplo e mais favorável para a pessoa envolvida.

Além dessas quatro estratégias retóricas, Ware e Linkugel identificam quatro posturas de defesa pessoal: *absolute (denial and differentiation)*, *vindictive (denial and transcendence)*, *explanative (bolstering and differentiation)* e *justificative (bolstering and transcendence)*.

Outra obra que trata do assunto é a de Scott & Lyman (1968). Trata-se de uma obra clássica sobre *desculpas (accounts)*. Os pesquisadores oferecem uma classificação do estoque de desculpas para o comportamento sujeito à crítica de terceiros. Seguindo Austin (1961), apresentam dois tipos gerais de desculpas:

- 1) *excuses*, em que o acusado admite o ato errado, mas não aceita total responsabilidade por ele;
- 2) *justifications*, em que ele aceita as responsabilidades, mas rejeita a alegação de que foi um ato errado.

Ilustrando a *teoria do ataque* (categoria) e *defesa* (apologia) de Ryan (1982), para o qual deve cuidadosamente considerar-se a defesa à luz do ataque específico, retiramos, dentre os inúmeros exemplos citados, o do senador John Kennedy. Durante sua campanha presidencial, acusaram-no de que faria um governo católico, ao que o futuro presidente americano replicou: “...na constituição não há teste de religiosidade para presidente”. Mudou então o foco da separação Igreja/ Estado para o da tolerância religiosa.

Resumindo o assunto, há quatro hipóteses tácitas partilhadas pelos discursos da legítima defesa (*self-defense*):

- 1) A reputação é importante;
- 2) Existem meios verbais de reparação da imagem;
- 3) Os ataques devem ser tomados como suficientemente difundidos para requerer uma teoria da legítima defesa verbal;
- 4) A literatura da defesa (apologia) parece dar a entender que há um número relativamente limitado de opções defensivas disponíveis aos apologistas.

Embora a reputação seja algo que todos querem preservar, resta lembrar, conforme diz Benoit, que não se deve esperar milagres das estratégias de restauração da imagem. Em situação de culpa, o melhor é admiti-la prontamente, uma vez que uma negação nesta circunstância poderá acarretar prejuízos substanciais à credibilidade do envolvido quando a verdade vem à tona.

Para ilustrar esta situação, o autor retoma o caso Watergate, em que os principais assessores do presidente Nixon foram flagrados durante o arrombamento do quartel-general do Partido Democrata (de oposição), durante sua campanha eleitoral para a renovação de mandato (1972). Mesmo acusado de envolvimento, Nixon continuou negando qualquer conhecimento sobre o assunto. Conseguiu se reeleger com ampla maioria, mas foi alvo de processos, sendo incriminado por ter obstruído a Justiça, fato que o levou à renúncia em 1974.

O fato narrado não significa que não se pode negar a culpa. Se a negação pode ser sustentada, poderá ajudar na recuperação da reputação do envolvido. Outras situações há em que é possível transferir a culpa, embora nem sempre com sucesso. No caso

Nixon, ainda que tenha transferido a culpa para seus subordinados, foi ele, em última instância, o motor da ação. Para esta estratégia funcionar, é preciso afastar a culpa para mais longe, mais do que, por exemplo, para os subordinados, e achar um bode expiatório.

Resenhamos, até aqui, parte do livro do autor que será útil na aplicação prática que faremos mais à frente.

É bom explicar que nem sempre todas estas estratégias de defesa atuam sozinhas. Podem estar associadas entre si. Também queremos deixar claro que nos limitaremos, neste trabalho, a observar como os mecanismos detectados pelo autor se manifestam no nosso cotidiano. Não vamos entrar tampouco na questão ética da argumentação.

Trataremos agora de alguns aspectos dos estudos de Goffman e a *Teoria da Face* e Brown & Levinson e a *Teoria da Polidez*. A confluência de alguns aspectos destes estudos com as pesquisas de Benoit é que nos interessará na análise dos textos selecionados.

4 GOFFMAN E A TEORIA DA FACE

Conhecer alguns aspectos da *Teoria da Face / Imagem* – considerada a entrada para a questão de nossa identidade social – do sociólogo Goffman, poderá complementar a análise prática que faremos mais à frente. Embora o autor não tenha fundado escola, trouxe grandes contribuições ao campo da Linguística.

As opiniões acerca dele são contraditórias: alguns o consideram o maior sociólogo da segunda metade do século XX; outros afirmam que não pode ser considerado entre os grandes

teóricos da sociedade, já que sua coleta de dados tem diferentes procedências e seu estilo é pouco inclinado à austeridade. Discussões à parte, observemos as contribuições do estudioso para a atividade a que nos propusemos.

Como vivemos em um mundo de encontros sociais, estamos sempre envolvidos em contatos com outros participantes e tendemos a atuar numa linha (“*a line*”). A *face*, termo usado pelo autor, pode ser definida como um valor social positivo que assumimos com base na linha que projetamos para o outro. Podemos dizer que *mantemos a face* quando a linha que projetamos acarreta uma imagem (de nós mesmos) internamente consistente, ratificada por aqueles com quem convivemos socialmente, com base em julgamentos e evidências. Mas podemos “*estar em face errada*” quando aquilo que programam a nosso respeito não se integra à linha que sustentamos na situação. Também podemos “*estar fora da face*” se, em dada situação, não temos uma linha estabelecida e precisamos nos adaptar aos participantes e ao tipo de evento comunicativo. Nas últimas duas circunstâncias, sentimo-nos envergonhados e inferiorizados porque estas situações podem prejudicar nossa reputação.

Há situações em que precisamos sustentar, perante os outros, que não *perdemos a face*, ou seja, temos de *salvar a própria face*.

Cumpre-nos lembrar aqui que nossa face social é um empréstimo ratificado pela própria sociedade. Nós construímos nossa identidade social nas relações com os outros. Se não procedemos de acordo com o que essa sociedade espera de nós, ela se encarregará de retirar nossa face social. Podemos notar que

tanto Benoit quanto Goffman estão considerando o indivíduo nas suas relações sociais.

Vejamos então como Brown & Levinson operam com a teoria da polidez.

5 BROWN & LEVINSON E A TEORIA DA POLIDEZ

O ponto de contato destes autores com Benoit e Goffman, inegavelmente, é a questão da *face*, da *imagem*, o que nos autoriza a buscar as semelhanças na *Teoria da Polidez*, de Brown & Levinson (1978; 1987).

Esses autores afirmam que todos os membros de uma sociedade têm - e sabem que os outros também têm - a *face*, a *imagem pública* ("*face*, the *public self*") e uma capacidade racional de inferir as intenções do falante.

O que os autores denominam a *imagem pública* deve ser compreendido como a imagem que cada membro da sociedade reivindica para si. Abrange dois aspectos: a *face negativa* e a *face positiva*.

Conforme afirma Fairclough (1992; 2001), a respeito da teoria da polidez desses autores: "Eles pressupõem um conjunto universal de 'desejos de face' humanos: as pessoas têm 'face positiva' - querem ser amadas, compreendidas, admiradas, etc. - e 'face negativa' - não querem ser controladas ou impedidas pelos outros. Geralmente é do interesse de todos que a face seja protegida. Eles vêem a polidez em termos de conjuntos de estratégias da parte dos participantes do discursos para mitigar os atos de fala que são potencialmente ameaçadores para sua própria 'face' ou para a dos interlocutores. Essa explicação é típica da pragmática ao considerar o uso da linguagem moldado pelas intenções de indivíduos" (p. 203).

Retomando os autores, todo ato de fala é uma ameaça à face do ouvinte, constitui-se num ato ameaçador à face ("*face threatening act*" - FTA). O desprezo, a crítica, uma constatação negativa em relação à pessoa, más notícias são exemplos de atos ameaçadores à face positiva (pública). Ordens, pedidos, sugestões, conselhos são ameaças à face pessoal (face negativa), posto que sugerem mudanças ao ouvinte.

Fairclough, embora faça algumas restrições a esses autores, afirmando que "O que está faltando é um sentido de variabilidade das práticas de polidez nos diferentes tipos de discurso dentro de uma cultura, das ligações entre as práticas de polidez variáveis e as relações sociais variáveis ou das restrições aos produtores pelas práticas de polidez." (p. 203), acredita que o trabalho dos autores traz "...uma excelente explicação dos fenômenos de polidez, e pode ser apropriado dentro de um quadro teórico diferente" (p.204).

Assim como Benoit, esses autores assumem que a *face*, *imagem ou reputação* é algo importante para as pessoas, razão pela qual elas, diante de ameaças, recorrerão às estratégias de polidez para minimizar os efeitos negativos, os confrontos.

Berger (1978), ao comentar as relações sociais humanas e os mecanismos de controle exercidos por grupos em situação de trabalho, de convivência próxima, já afirmava que "...há um profundo desejo humano de ser aceito..." (p. 85). Por isso, cair no ridículo, ser difamado ou ser alvo de mexerico por parte desses grupos gera nas pessoas profundo mal-estar.

Acreditamos que estas forças coercitivas levariam as pessoas a proteger sua face e viver em paz no grupo, observando alguns princípios de polidez como: agir

com "savoir-faire", mostrar apoio e concordância às ações e idéias do outro, cultivar a generosidade (oferecer e dar seus serviços), ser modesto (para elevar o outro), ser simpático.

É com base no princípio da polidez que dizemos coisas falsas apropriadamente ou coisas menos informativas do que o necessário.

Não nos aprofundaremos aqui na teoria da face porque os conceitos que nos interessam, num primeiro momento, são aqueles ligados aos atos ameaçadores à face pública e à face privada, quando as regras de polidez não são observadas.

Em resumo, o que projetamos, a face positiva, está ligado à imagem pública que queremos passar; a face negativa prende-se aos territórios do eu, às coisas pessoais, à face privada, o que não queremos expor publicamente.

6 O ENCONTRO POSSÍVEL

Como podemos notar, uma preocupação dos indivíduos em sociedade é salvaguardar sua face para manter uma reputação, uma imagem pública saudável. No entanto, como a competição é feroz, os valores éticos flutuantes e a palavra fonte de mal-entendidos, constantemente vemos nossa imagem pública ameaçada. Os princípios de polidez pela linguagem deixam, então, de ser observados. Instaura-se assim a "guerra" por meio da palavra.

Algumas vezes, as estratégias usadas para minimizar os ataques à reputação funcionam adequadamente, outras resultam inoperantes, uma vez que o passar do tempo mostra tal inoperância nas ações subsequentes dos alvos desses ataques.

Observar na arena pública como se concretizam tais estratégias é um excelente exercício de percepção do poder da linguagem e pela linguagem.

7 A PRÁTICA

Conforme estabelecemos no início deste artigo, os textos que exemplificarão as estratégias de reparo à imagem, à face, à reputação foram retirados de jornais e revistas de circulação nacional.

Observemos alguns exemplos retirados da revista *Veja*. Em outdoor, a revista propunha Osama bin Laden para dirigir a seleção brasileira. Evidentemente que muitos leitores protestaram pelo mau gosto e pela impropriedade do ato. A revista, percebendo que sua imagem ficara em posição vulnerável perante seus leitores, cuidou de repará-la. São palavras da revista de 24/10/2001: “*VEJA reconhece o mau gosto dos dizeres e se desculpa com seus leitores pela publicação da frase pretensamente bem-humorada no outdoor*”.

Como a revista não podia negar seu discurso, precisava restaurar a boa reputação para seus leitores. Então usou da *mortificação* para tanto, admitindo a “*má ação*” e pedindo desculpas pelo ato.

A estratégia retórica da *simples negação* (“denial”) encontramos na fala do deputado federal Badu Picanço, em carta à revista, respondendo à acusação da matéria *Partido? Que partido?* (10/10/2001), em que os políticos são acusados de, nos últimos 15 anos, trocar de legenda “como se tudo fosse brincadeira de roda”. (p. 114). Diz ele na carta: “*Em referência à reportagem ‘Partido? Que partido?’ afirmo que em nenhum momento recebi quantia alguma para a mudança partidária. O trecho que envolve meu nome é, no mínimo, infeliz, já que se baseia em ‘alguém disse’, ‘comentava-se’, que são expressões muito vagas para a seriedade da questão*”. (21/10/01)

A técnica retórica da *negação* (“denial”) e da *projeção da própria imagem* (“bolstering”) pode ser observada na fala de Pelé, em entrevista à *Folha de S. Paulo* de 21/11/01, quando acusado de desvio de US\$ 700 mil de eventos do Unicef: “*Não é verdade que eu sabia de desvio de dinheiro*”. Mais à frente, nesta entrevista: “*Nós vamos verificar se algo aconteceu. Porque eu tenho meu nome, minha reputação, e as pessoas que trabalham comigo têm de trabalhar direito, serem honestas e estarem limpas. Vamos apurar se houve realmente alguma ilegalidade, se alguém ficou com algum dinheiro*”.

A restauração da face pelo mecanismo de separar o objeto de um contexto indesejável (“differentiation”) ainda pode ser notada na reportagem quando Pelé afirma: “*Já desconfiava de irregularidades havia cinco anos. Por isso eu tinha mandado fazer uma auditoria, porque tinha algumas respostas e coisas que eu queria saber que não me davam. Mas não tenho suspeitos. Há 32 anos eu ajudo o Unicef. Quem me conhece sabe que eu não faria isso*”.

A defesa de si, da face positiva ou imagem pública também pode usar da transcendência (“transcendence”) nas acusações. Neste caso, coloca-se o objeto num contexto mais amplo e mais favorável. Ilustra essa técnica a seguinte fala de Pelé: “*Desde o milésimo gol vocês sabem que eu trabalho com crianças e que eu nunca cobre nada. Não iria ser agora*”. (*Folha Esporte*, p. D1)

CONCLUSÕES

Manter a imagem, reputação ou face saudável é uma preocupação daqueles que vivem em sociedade. Na nossa vida cotidiana, nas relações de trabalho, nas relações pessoais, frequente-

mente recorremos a mecanismos de restauração da imagem pública porque a reputação é um bem importante e o discurso tem o poder de restaurar a face, quer pela simples negação, pelo pedido de desculpas, pela técnica de responder na mesma moeda, atacando os acusadores, pela vitimização ou outras. A mídia traz farto material que exemplifica isso.

A guerra da colas (Coca x Pepsi) é um exemplo marcante. Outro exemplo significativo de como os ataques à imagem/reputação são frequentes e rebatidos com firmeza para recuperá-la ocorreu com a Johnson & Johnson. Algumas pessoas nos EUA foram supostamente envenenadas pelo uso de Tylenol, fabricado pela empresa. Sua imagem foi denegrida, seu faturamento caiu de US\$ 33 milhões para US\$ 4 milhões/mês. A empresa gastou milhões para recuperar sua reputação, visto obedecer a um código de conduta. Com o tempo e várias ações positivas, reafirmou sua imagem de empresa confiável e responsável.

No exemplo citado de Pelé, a linha projetada por ele para manter a face foi arranhada por um ato ameaçador (a acusação de desvio de dinheiro). Como sua face social positiva, sua imagem pública tem grande projeção social, houve por bem manifestar-se publicamente para salvar a própria face, caso contrário, poderia deixar de ser admirado e perder a credibilidade.

Consciente ou inconscientemente, os mecanismos de restauração da imagem são acionados sempre que nossa reputação está em jogo, porque todos queremos parecer bem para o outro com quem convivemos. Manter a face, a reputação, a imagem pública é, portanto, uma busca do ser social que somos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENOIT, W. L. **Accounts, excuses, and apologies**: a theory of image restoration discourse. New York: State University of New York Press, 1995.

BERGER, P. **Perspectivas socio-lógicas**: uma visão humanística. Petrópolis: Vozes, 1978.

BROWN, P.; LEVINSON, S. **Politeness**: some universals in language usage. 2nd. ed. Cambridge, CUP, 1978 : 1987.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Tradução (Coord.) de Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 1992 : 2001.

GOFFMAN, E. **Interaction rural**: essays in face-to-face behavior. New York: Pantheon Books, 1967 : 1974.

Núcleo de Recursos Humanos



Com o trabalho sério e reconhecido, o Núcleo de Recursos Humanos do IMES busca a integração entre o conhecimento teórico e a prática no campo da Administração de Recursos Humanos.

Entre os serviços oferecidos, destacam-se:

- Realização de pesquisas em Recursos Humanos (cargos, salários, benefícios, acordos/convenções coletivas, remuneração variável, indicadores de gestão de pessoas e clima organizacional);
- Encontros de reciclagem para profissionais da área de RH e qualidade;
- Publicação do boletim Notícias de Recursos Humanos, que traz uma sinopse da imprensa paulista com informações sobre RH;
- Desenvolvimento de projetos personalizados para empresas (consultoria, auditoria e treinamento);
- Publicação de artigos que abordam o comportamento organizacional e suas tendências.

Informações e consultas podem ser feitas na Av. Goiás, 3.400, em São Caetano do Sul, pelo telefone (011) 4239-3201, ou pelo e-mail: nucleorh@imes.edu.br