** **

**O DISCURSO EMPRESARIAL SOBRE O TRABALHADOR: PROCESSOS DE RESSIGNIFICAÇÃO E CONTROLE**

**SIMÕES, Dhiego Nogueira (UFAL)**

Este trabalho tem como objetivo analisar o funcionamento do discurso empresarial na constituição de sentidos sobre mercado e relações de trabalho, a partir dos dizeres materializados no quadro jornalístico **Emprego de A a Z**, visando compreender as contradições e determinações da sociabilidade capitalista na produção dos processos discursivos sobre o mundo do trabalho. No intuito de apreender a essência do funcionamento desse discurso, consideramos a relação dialética entre língua e ideologia, lançando mão dos estudos da Análise do Discurso (AD) desenvolvida por Michel Pêcheux. Efetivamos também a necessária interlocução com a tradição científica do Materialismo Histórico de Marx, Engels e, posteriormente, Lukács. A AD, como uma disciplina de entremeio (ORLANDI, 2015), entende que o sentido não existe por si mesmo, mas enquanto produto de uma construção sócio histórica e que, sendo assim, está sempre sujeito aos efeitos de determinação das posições ideológicas em jogo no processo (contraditório) de reprodução/transformação das relações de produção de uma dada sociedade. É esse movimento teórico e analítico que nos abre caminho para compreendermos a discursividade sobre o mundo do trabalho, no movimento de sentidos (paráfrase e polissemia) que ressignifica o sujeito, do qual é exigido um engajamento crescente nas relações laborais, em uma tentativa de rearticulação do nexo psicofísico nos processos de produção. Desse modo, percebemos que o discurso empresarial sobre o trabalhador contemporâneo (re)produz a evidência sobre a exploração da força de trabalho e naturaliza a inculcação dos chamados *valores* e *cultura* da empresa, no sujeito. Esse é interpelado a se colocar na posição-sujeito do capital, assumindo um lugar de colaborador, em uma situação imaginária de igualdade. Portanto, entendemos que **Emprego de A a Z** funciona como meio de divulgação de dizeres ideologicamente marcados por Formações Ideológicas dominantes, que necessitam inculcar constantemente, nos trabalhadores, a naturalização de sua condição de mão de obra para o mercado. Desse modo, traça-se o perfil de um “novo” modelo de trabalhador, adequado às atuais demandas da produção, a partir de uma discursividade que exalta a liberdade, a autodeterminação e a competitividade entre os indivíduos, articulada à necessidade de maior engajamento das subjetividades ao ideário das empresas.

**Palavras-chave**: Discurso. Ideologia. Sujeito. Trabalho.

E-mail: simoes.dhiego@gmail.com. Pesquisa financiada pela CAPES.