

AGRUPAMENTOS LEXICAIS POR PROXIMIDADE COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA

Helen Adrielle da Cruz Altarugio (USP)

helen.cruz@usp.br

Waldemar Ferreira Netto (USP)

wafnetto@usp.br

O artigo investiga como discursos de *coaching* difundidos em redes sociais constroem distinções entre modos de atuação corporativa e modos de atuação vinculados ao domínio familiar e social. Fundamenta-se na concepção de Halbwachs (1975), segundo a qual esses domínios são tradicionalmente separados por uma fronteira semiótica que regula a circulação de crenças, afetos e práticas. A partir dessa hipótese, propõem-se dois tipos de discursos: o radicalista ingênuo e o estratégico. O radicalista ingênuo sustenta a impermeabilidade entre vida profissional e vida familiar, defendendo que questões afetivas e sociais não devem interferir no ambiente técnico-científico. Essa perspectiva desconsidera a fluidez que atravessa a vida profissional, manifesta em normas institucionais e comportamentos culturais. O discurso estratégico, por sua vez, reconhece o indivíduo como membro de uma família e de um grupo social, admitindo interferências controladas entre os domínios. Embora flexibilize práticas profissionais, legitimando afastamentos e reconhecendo necessidades afetivas, preserva a hierarquia do espaço profissional sobre os demais. O estudo também se apoia na noção de campos lexicais de Koch e Vilela (2001), segundo a qual agrupamentos lexicais (*clusters*) ativam esquemas interpretativos responsáveis pela construção de sentidos. Metodologicamente, realiza-se uma análise quantitativa da distribuição lexical em 120 discursos de *coaching* publicados no *TikTok*, revelando padrões distintos: discursos estratégicos tendem a empregar termos associados à vida familiar, enquanto discursos radicalistas ingênuos privilegiam o universo corporativo. Esses resultados indicam que a distribuição lexical funciona como estratégia discursiva para orientar a interpretação do interlocutor, ativando esquemas interpretativos que organizam a leitura dos papéis sociais.

Palavras-chave:

Agrupamentos lexicais. Discurso *coaching*. Estratégias discursivas.