

A EXPOSIÇÃO DE ANGLICISMOS EM NOMES DE LOJAS DO TERESINA SHOPPING

Hortêncio de Araújo Ribeiro Bueno (UESPI)

hortencio_academico@outlook.com

Márlia Socorro Lima Riedel

Este trabalho tem como objetivo analisar o uso de palavras de origem inglesa (anglicismos) nos nomes de lojas de um *shopping mall* da cidade de Teresina no estado do Piauí, por meio de uma pesquisa de campo, envolvendo os lojistas. Buscamos, ainda, apontar a que se deve o uso de palavras de origem inglesa nos nomes das lojas, seja causado por fator persuasivo ou estratégia de *marketing* ou, ainda, por conta do *status* causado pelo uso da língua inglesa. Vale ressaltar que esse hábito contribui para a ampliação linguística e cultural da língua portuguesa. Para atingirmos nossos objetivos, utilizamos a pesquisa de campo e apresentaremos os resultados alcançados através de gráficos que comprovam as diversas opiniões dos lojistas a cerca do uso de anglicismos nos nomes de suas lojas. Nossa pesquisa está baseada em Carvalho (1989), Severino (2000), Faraco (2002), Alves (2002), Steinberg (2003), Saussure (2006), Martelotta (2009) e Terra (2013).