

Ariane Dutra Fante Godoy

Glossário Bilíngue dos Termos Fundamentais do Setor
Feirístico: Busca de Equivalências em Inglês

São José do Rio Preto
2014

Ariane Dutra Fante Godoy

Glossário Bilíngue dos Termos Fundamentais do Setor
Feirístico: Busca de Equivalências em Inglês

Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos, junto ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos (Área de Concentração: Análise Linguística; Linha de pesquisa: Descrição e Análise de Língua de Especialidade), do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista, “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de São José do Rio Preto.

Orientador: Prof. Dr. Maurizio Babini

São José do Rio Preto
2014

Godoy, Ariane Dutra Fante.

Glossário bilíngue dos termos fundamentais do setor feirístico :
busca de equivalências em inglês / Ariane Dutra Fante Godoy. -- São
José do Rio Preto, 2014
388 p. : il., gráfs.

Orientador: Maurizio Babini

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de
Mesquita Filho”, Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas

1. Linguística aplicada. 2. Análise linguística (Linguística) 3. Feiras –
Terminologia. 4. Comércio exterior – Terminologia. 5. Tradução e
interpretação. 6. Linguística de corpus. I. Babini, Maurizio.
II. Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho". Instituto de
Biociências, Letras e Ciências Exatas. III. Título.

CDU – 41

Ariane Dutra Fante Godoy

Glossário Bilíngue dos Termos Fundamentais do Setor
Feirístico: Busca de Equivalências em Inglês

Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos, junto ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos (Área de Concentração: Análise Linguística; Linha de pesquisa: Descrição e Análise de Língua de Especialidade), do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista, “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de São José do Rio Preto.

Comissão Examinadora

Prof. Dr. Maurizio Babini
UNESP – São José do Rio Preto
Orientador

Prof^a. Dr^a. Marilei Amadeu Sabino
UNESP – São José do Rio Preto

Prof. Dr. Manoel Messias Alves da Silva
UEM – Maringá

São José do Rio Preto
02 de junho de 2014

Dedico esta dissertação à minha mestra, Maria das Graças da Silva Pedro.

Agradecimentos

Ao meu orientador, professor Maurizio Babini, pelo incentivo, paciência e orientação acadêmica.

Aos professores Manoel Messias Alves da Silva e Marilei Amadeu Sabino pela participação na banca de Defesa e pelas valiosas considerações acerca da dissertação.

Às professoras Marilei Amadeu Sabino e Adriane Orenha-Ottaiano pela participação na banca do Exame Geral de Qualificação e pelas contribuições para a pesquisa.

À professora Ivanir Azevedo Delvizio pelas considerações durante o debate do Selin.

Aos professores da graduação e pós-graduação, em especial à professora Lidia Barros e ao professor Eli Nazareth Bechara.

À CAPES pelo apoio financeiro durante os primeiros 7 meses de pesquisa.

À FAPESP pelo apoio financeiro durante os últimos 16 meses de pesquisa.

Aos funcionários da seção de pós-graduação, em especial à sra. Silvia Emiko.

À Revista Feira&Cia pela disponibilização e envio de exemplares da revista para estudo e pesquisa.

Aos meus avós, que me auxiliaram durante a execução deste trabalho.

À minha mãe e mestra, que me incentivou a retornar à vida acadêmica. Sem a sua ajuda, dedicação, amor e conselhos diários, este trabalho não teria acontecido.

Ao meu pai e aos meus irmãos pelas palavras de força e motivação.

À DEUS e à espiritualidade amiga que, com toda a certeza, me ajudaram nesta conquista, desde o princípio.

A todos que torceram por mim e contribuíram, direta ou indiretamente, para a realização deste trabalho.

Muito agradecida a todos vocês!

Ariane Dutra Fante Godoy

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 EMBASAMENTO TEÓRICO	17
1.1 Terminologia	17
<i>1.1.1 Teoria Geral da Terminologia, Teoria Comunicativa da Terminologia e a Socioterminologia.</i>	<i>20</i>
<i>1.1.2 Unidades Terminológicas: Simples, Compostas ou Complexas</i>	<i>22</i>
1.2 Terminologia e Lexicologia, Terminografia e Lexicografia.....	26
<i>1.2.1 Macroestrutura, Microestrutura e Sistema de Remissivas</i>	<i>30</i>
1.3 O Percurso Metodológico do Trabalho Terminológico: Onomasiologia e Semasiologia	34
1.4 Identificação dos Termos	37
1.5 Tipologia de Contextos.....	39
1.6 O Sistema Conceptual: Relações hierárquicas e não-hierárquicas	44
1.7 Terminologia Bilíngue: Questões de Equivalência.....	46
1.8 Variação Terminológica e Relações de Significação	55
1.9 Linguística de <i>Corpus</i>	61
2 O SETOR FEIRÍSTICO	67
2.1 A Importância do Setor das Feiras para a Economia	72
2.2 Tipos de Feiras	77
2.3 O Planejamento Internacional.....	79
3 METODOLOGIA	82
4 GLOSSÁRIO	95
4.1 Lista de Abreviaturas.....	95
4.2 Os Sistemas Nacionais.....	96
<i>4.2.1 Sistema Ncional em Português.....</i>	<i>96</i>
<i>4.2.2 Sistema Ncional em Inglês</i>	<i>101</i>
4.3 Lista dos Verbetes	106
<i>4.3.1 Glossário Bilíngue: Português-Inglês</i>	<i>106</i>
<i>4.3.2 Glossário Bilíngue: Inglês-Português.....</i>	<i>201</i>
5 ANÁLISE DOS DADOS	299

5.1 Análise do Termo-chave de nossa Pesquisa: “feira”	298
5.2 Busca dos Termos em Dicionários Especializados	315
5.3 Termos Equivalentes Totais.....	315
<i>5.3.1 Tipo de Feira</i>	<i>315</i>
<i>5.3.2 Tipo de Estande</i>	<i>324</i>
<i>5.3.3 Público</i>	<i>332</i>
<i>5.3.4 Promoção e Marketing</i>	<i>335</i>
<i>5.3.5 Local</i>	<i>338</i>
5.4 Termos Equivalentes Parciais.....	341
5.5 Análise das Variantes do Conjunto Terminológico das Feiras de Negócios.....	346
<i>5.5.1 Variantes Linguísticas</i>	<i>346</i>
<i>5.5.2 Variantes de Registro</i>	<i>350</i>
5.6 Análise da Estrutura Morfossintática e Léxico-Semântica dos Termos.....	351
CONSIDERAÇÕES FINAIS	354

LISTA DE QUADROS

Quadro 3.1: Modelo de microestrutura de verbete preferencial em português	90
Quadro 3.2: Modelo de microestrutura de verbete preferencial em inglês	91
Quadro 3.3: Modelo de microestrutura de verbete remissivo em português	91
Quadro 3.4: Modelo de microestrutura de verbete remissivo em inglês	91
Quadro 5.1: Definições para o termo “feira” em inglês	299
Quadro 5.2: Definições para o termo “feira de negócios” em inglês	299
Quadro 5.3: Definições para o termo “exposição” em inglês	300
Quadro 5.4: Tipo de Feira <i>versus</i> Tipo de Público	307
Quadro 5.5: Termos encontrados em dicionários especializados	310
Quadro 5.6: Termos feira e fair	315
Quadro 5.7: Termos feira de negócios e trade show	316
Quadro 5.8: Termos feira de negócios e trade fair	317
Quadro 5.9: Termos feira de consumo e consumer fair	317
Quadro 5.10: Termos feira mista e mixed show	318
Quadro 5.11: Termos feira virtual e virtual fair	318
Quadro 5.12: Termos feira tradicional e traditional fair	319
Quadro 5.13: Termos exposição e exhibition	319
Quadro 5.14: Termos feira geral e general trade fair	320
Quadro 5.15: Termos feira multissetorial e multi-branch trade fair	320
Quadro 5.16: Termos feira especializada e specialized trade fair	321
Quadro 5.17: Termos feira setorial e branch trade fair	321
Quadro 5.18: Termos feira internacional e internacional trade fair	322
Quadro 5.19: Termos feira nacional e national trade fair	322
Quadro 5.20: Termos feira regional e regional trade fair	323
Quadro 5.21: Termos estande e stand	324
Quadro 5.22: Termos estande de uma face e row stand	325
Quadro 5.23: Termos estande tipo península e peninsular booth	325
Quadro 5.24: Termos estande de esquina e corner stand	326
Quadro 5.25: Termos estande ilha e island stand	327
Quadro 5.26: Termos estande com mezanino e two-storey stand	327
Quadro 5.27: Termos estande coletivo e collective stand	328
Quadro 5.28: Termos estande vizinho e neighboring stand	329
Quadro 5.29: Termos estande sustentável e green booth	329
Quadro 5.30: Termos estande padrão e standard booth	330
Quadro 5.31: Termos estande construído e custom stand	331
Quadro 5.32: Termos montagem do estande e stand assembly	331
Quadro 5.33: Termos expositor e exhibitor	333
Quadro 5.34: Termos co-expositor e co-exhibitor	333
Quadro 5.35: Termos organizadora e organizer	334
Quadro 5.36: Termos consumidor e consumer	335
Quadro 5.37: Termos convite e invitation	336
Quadro 5.38: Termos brinde e giveaway	336
Quadro 5.39: Termo display	337
Quadro 5.40: Termos acompanhamento e follow-up	338
Quadro 5.41: Termos pavilhão e pavilion	339
Quadro 5.42: Termos corredor e aisle	340
Quadro 5.43: Termos cliente, customer e cliente	343
Quadro 5.44: Termos aluguel, rental e lease	344

Quadro 5.45: Variantes lexicais em inglês	347
Quadro 5.46: Variantes lexicais em português	347
Quadro 5.47: Variantes gráficas em inglês	348
Quadro 5.48: Variantes gráficas em português	348
Quadro 5.49: Variantes morfológicas em inglês	349
Quadro 5.50: Variantes sintáticas em inglês	349
Quadro 5.51: Variantes sintáticas em português	350
Quadro 5.52: Variantes geográficas entre o inglês americano e o inglês britânico	350
Quadro 5.53: Exemplos de estrangeirismos	351
Quadro 5.54: Exemplos de termos simples, complexos e compostos em português	352
Quadro 5.55: Exemplos de termos simples, complexos e compostos em inglês	353

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Termos em português	352
Gráfico 2: Termos em inglês	353
Gráfico 3: Termos preferenciais e remissivos em português	355
Gráfico 4: Termos preferenciais e remissivos em inglês	356
Gráfico 5: Total de termos remissivos	356
Gráfico 6: Tipos de equivalências	357

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1: Exemplo de lista de termos-chave (keywords)	83
Figura 3.2: Modelo de linhas de concordância do termo-chave “feira” no <i>concord</i>	84
Figura 3.3: Modelo de ficha terminológica	86
Figura 3.4: Árvore de domínio em português	88
Figura 3.5: Árvore de domínio em inglês	89
Figura 5.1: Descrição de feiras e exposições	307
Figura 5.2: Tipos de estandes	324
Figura 5.3: Estande de uma face	325
Figura 5.4: Estande tipo península	325
Figura 5.5: Estande de esquina	326
Figura 5.6: Estande ilha	327
Figura 5.7: Estande com mezanino	327
Figura 5.8: Estande verde	329
Figura 5.9: Estande básico	330
Figura 5.10: Estande construído	331
Figura 5.11: Corredor	340

GODOY, Ariane Dutra Fante. GLOSSÁRIO BILÍNGUE DOS TERMOS FUNDAMENTAIS DO SETOR FEIRÍSTICO: BUSCA DE EQUIVALÊNCIAS EM INGLÊS. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da UNESP, campus de São José do Rio Preto, 2014.

RESUMO

O objetivo geral de nosso trabalho é analisar a terminologia bilíngue (português-inglês) do setor feirístico, mais especificamente dos termos utilizados durante o processo de preparação, participação e pós-feira, tendo como objetivo específico principal a elaboração de um glossário bilíngue português-inglês/inglês-português para o uso de profissionais do setor, pesquisadores e estudantes das áreas de comércio exterior e relações internacionais e tradutores. A pesquisa está fundamentada nas teorias de Alpízar-Castillo (1995), Alves (1996), Aubert (1996), Barros (2004, 2007), Boutin-Quesnel (1985), Cabré (1993, 1999), Krieger e Finatto (2004), Barbosa (1996, 2010), Dubuc (1985), Berber Sardinha (2004), Babini (2001a, 2001b, 2006) e Faulstich (1998, 2001). A primeira etapa de nossa pesquisa foi a constituição de dois *corpora*, um em português e outro em inglês. Trata-se de livros, artigos e revistas especializados, manuais, estudo de mercado das feiras, trabalhos acadêmicos, leis, decretos e portarias sobre feiras. Além desses *corpora*, utilizamos, também, para nossas buscas outras fontes, tais como: dicionários especializados de comércio exterior, marketing e relações internacionais. Para a coleta dos termos, adotamos a metodologia de pesquisa utilizada na terminologia bilíngue ou multilíngue. Os termos foram coletados por meio de *software* para processamento de *corpora* e foram organizados em sistemas nocionais. Sucessivamente, elaboramos nosso glossário e procedemos à análise do conjunto de termos fundamentais do setor feirístico, destacando os principais problemas encontrados na busca e no estabelecimento de equivalências em inglês.

Palavras-chave: Feira. Comércio exterior. Terminologia.

GODOY, Ariane Dutra Fante. BILINGUAL GLOSSARY OF THE FUNDAMENTAL TERMS OF THE TRADE FAIR SECTOR: SEARCH OF EQUIVALENTS IN ENGLISH. Master thesis presented to the Post-Graduation Program in Linguistics Studies of UNESP, campus of São José do Rio Preto, 2014.

ABSTRACT

Our research aims to analyze the bilingual terminology (portuguese-english) of the trade fair sector, specifically the terms used during the process of preparation, participation and post-show, with the main specific goal of compiling a bilingual glossary (portuguese-english/english-portuguese) for the use of professionals from the trade fair sector, researchers and students of the foreign trade and international relations areas as well as translators. The research is based on the theories of Alpízar-Castillo (1995), Alves (1996), Aubert (1996), Barros (2004, 2007), Boutin-Quesnel (1985), Cabré (1993, 1999), Krieger e Finatto (2004), Barbosa (1996, 2010), Dubuc (1985), Berber Sardinha (2004), Babini (2001a, 2001b, 2006) and Faulstich (1998, 2001). The first stage of our research was the gathering of two corpora, one in portuguese and one in english composed of specialized books, articles and magazines, manuals, market researches, academic papers and laws about the trade fair sector. Besides these sources, we also used specialized dictionaries of foreign trade and international relations. To collect the terms we adopted the research methodology used in bilingual or multilingual terminology. Data was collected through a corpora processing software and was organized into two notional systems. Subsequently, we prepared our glossary and proceeded to analyze the key terms of the trade fair sector highlighting the main problems encountered in the pursuit and establishment of equivalences in english.

Key-words: Trade fair. Foreign trade. Terminology.

INTRODUÇÃO

O interesse pelo estudo do setor feirístico surgiu em 2006, quando fiz uma Especialização em Negócios Internacionais pela Universidade Presbiteriana Mackenzie em São Paulo. Naquela oportunidade, fizemos um estudo aprofundado de mix de marketing, comunicação integrada de marketing, canais de marketing e marketing global.

Neste trabalho, temos como objetivo principal analisar a terminologia bilíngue do Setor Feirístico, mais especificamente dos termos utilizados durante o processo de preparação e participação em uma feira e das atividades do pós-feira. O objetivo específico deste trabalho é a elaboração de um glossário bilíngue, português-inglês/inglês-português, para uso de profissionais do setor feirístico, pesquisadores e estudantes das áreas de comércio exterior e relações internacionais, bem como tradutores. A seguir, trazemos a contextualização do objeto de estudo de nosso trabalho, a feira.

O advento da Revolução Industrial trouxe um novo impulso para uma atividade comercial que existia desde a Idade Média, a feira. Para Matias, “as feiras tornaram-se verdadeiras organizações comerciais planejadas, que passaram a motivar ainda mais as pessoas a se deslocarem em busca de informações e troca de produtos” (MATIAS, 2010, p. 21). Assim, a autora destaca que “com a Revolução Industrial, o número de feiras e exposições aumentou cada vez mais, porque era uma forma de mostrar e vender os produtos que estavam sendo produzidos pelas indústrias e manter o nível de emprego” (MATIAS, 2010, p. 25).

Para atender a esse novo tipo de atividade emergente, espaços foram sendo adaptados e construídos. “O primeiro pavilhão de feiras e exposições do mundo foi o Palácio de Cristal, em *Hyde Park*, na Inglaterra, construído em 1851 para sediar a primeira de uma série de grandes feiras e exposições internacionais” (MATIAS, 2010, p. 22). Posteriormente, a autora afirma que “outro pavilhão de feira foi construído em *South Kensington*, Londres, para sediar

a Feira e Exposição Internacional de 1862. Hoje, funcionam, no local, os Museus de Ciência e História Natural” (MATIAS, 2010, p. 24).

Ainda de acordo com Matias, a primeira Exposição Universal de Paris:

aconteceu em 1855. Foi promovida por Napoleão III e tinha por objetivo reforçar o prestígio do Império e mostrar os produtos da indústria francesa para competir com os estrangeiros. O edifício construído para sediar o evento recebeu o nome de *Palais de L'industrie* e só o demoliram para a construção do *Grand Palais* para a exposição de 1900. A principal feira realizada em Paris foi a feira comemorativa do centenário da Revolução Francesa (1889). Para essa ocasião, foi construída a Torre *Eiffel* como o grande atrativo da feira (MATIAS, 2010, p. 24).

A autora afirma, também, que no século XX, foram instituídas “as feiras de amostras e que a feira de *Leipzig* (1894) foi a precursora delas, pois já havia alcançado reputação internacional no fim do século XIX” (MATIAS, 2012, p. 27). A autora menciona, ainda, que “a feira de Paris (feira de amostra) que foi instituída em 1904, é a única feira, além daquela de *Leipzig*, anterior à Primeira Guerra Mundial” (MATIAS, 2010, p.27). Em 1935, foi a vez de a Itália, ao organizar a feira de amostras no Pavilhão do Instituto Nacional de Arquitetura de Milão (MATIAS, 2010, p. 28).

Em relação às feiras no Brasil, Matias salienta que:

antes da chegada da Família Real, eram realizadas algumas feiras que possuíam características semelhantes às que ocorriam na Idade Média. Elas aconteciam em locais abertos, onde os comerciantes armavam suas barracas para vender seus produtos. Esse tipo de feira, com o passar do tempo, foi sendo aperfeiçoado até apresentar a forma das atuais feiras que ocorrem nos grandes pavilhões de feiras e exposições (MATIAS, 2010, p. 35).

De acordo com a autora, em dezembro de 1861, “o Brasil realizou sua primeira Exposição Nacional, onde seriam escolhidos os produtos que iriam participar da Exposição Internacional de Londres, em 1862” (MATIAS, 2010, p. 35).

Segundo Matias, “com a organização de exposições nacionais preparativas das exposições internacionais, o Brasil conseguiu adquirir e aprimorar seus conhecimentos em termos técnicos e organizacionais” (MATIAS, 2010, p. 36). A exposição nacional do Rio de

Janeiro foi um marco importante, ou seja, “foi a primeira feira realizada no país nos moldes das atuais, sediada no primeiro local construído para receber grandes feiras, no pavilhão de feiras da Praia Vermelha” (MATIAS, 2010, p. 37).

Entretanto, a autora ressalta que “o Brasil, só se afirma como organizador de feiras em 1922, quando realiza no Palácio de Festas, no Rio de Janeiro, a Exposição Internacional do Centenário, evento esse que tinha por objetivo comemorar o Centenário da Independência do Brasil” (MATIAS, 2010, p. 37).

Deste modo, para atender às necessidades desse novo setor, segundo Matias, foram criadas entidades e associações especializadas para planejar e sustentar a atividade feirística no Brasil e no mundo, conforme descrição a seguir:

em 1925, foi criada a União de Feiras Internacionais – UFI; em 1961, foi criada a *International Congress and Convention Association* – ICCA; em 1967, foi fundada, em São Paulo, a Alcântara Machado Feiras e Promoções Ltda; em 1977, foi criada a Associação Brasileira de Eventos e Empresas Operadoras em Congressos e Convenções – ABEOC; em 1983, foi criado o *São Paulo Convention and Visitors Bureau* – SPCVB; em 1985, foi criada a Associação Brasileira de Centros de Convenções, Exposições e Feiras – ABRACCEF e, em 1986, foi criada a União Brasileira dos Promotores de Férias – UBRAFE, entre outros (MATIAS, 2010, p. 48-51).

Ao fazer uma comparação entre as feiras do passado e as feiras da atualidade, Giacaglia afirma que:

antigamente as feiras eram tidas apenas como meio de divulgação, em que a disseminação da imagem da empresa e de seus produtos constituíam-se no único objetivo esperado. Hoje, com os altos custos de preparação e execução de feiras e o grande desenvolvimento de estruturas inteiras destinadas somente à organização e à participação, as empresas passaram a atribuir à feira a finalidade de vendas, além da geração de uma boa imagem de mercado (GIACAGLIA, 2008, p.70).

Vale ressaltar que, as feiras são eventos internacionais que fazem parte do Turismo de Negócios. Sendo assim, o estudo da terminologia utilizada nesses eventos em uma abordagem bilíngue é de grande relevância, visto que a língua utilizada como meio de comunicação internacional durante esses eventos é o inglês.

Assim, tendo em vista a importância atual das feiras para o crescimento da economia interna e para a expansão das exportações do país, e a falta de obras terminográficas sobre esse domínio, acreditamos que nosso trabalho possa servir tanto para os profissionais envolvidos nesse setor quanto, de modo geral, para pesquisadores e estudantes de comércio exterior e relações internacionais, bem como para os tradutores que produzem textos nas línguas-alvo de nosso estudo.

Deste modo, os objetivos de nossa pesquisa são os seguintes:

Objetivo geral:

Analisar a terminologia bilíngue do domínio das feiras refletindo sobre os principais problemas encontrados na busca das equivalências.

Objetivos específicos:

- Constituição de dois *corpora* compostos por textos do domínio das feiras em português e inglês;
- Coleta dos termos em português e inglês e preenchimento das fichas terminológicas;
- Organização desses termos em dois sistemas conceptuais;
- Comparação dos sistemas conceptuais nas duas línguas estudadas e estabelecimento das equivalências em inglês;
- Elaboração da macroestrutura, microestrutura e sistema de remissivas do glossário;
- Elaboração do glossário bilíngue português-inglês/inglês-português dos termos fundamentais do domínio das feiras.

Quanto à organização desta dissertação, no Capítulo 1, apresentamos a fundamentação teórica que consiste no estudo dos conceitos e aplicações da Terminologia; as semelhanças e diferenças entre a Terminologia e a Lexicologia, a Terminografia e a Lexicografia; o percurso metodológico do trabalho terminológico; a identificação dos termos; a tipologia de contextos; o sistema conceptual e as relações hierárquicas e não-hierárquicas; a Terminologia bilíngue e

as questões de equivalências; a variação terminológica e as relações de significação e a Linguística de *Corpus*. No Capítulo 2, trazemos algumas características do setor feirístico e sua importância para a expansão do mercado interno e para o aumento das exportações. No Capítulo 3, apresentamos os procedimentos metodológicos adotados para a realização de nossa pesquisa: a criação da base de dados textual, a criação da base de dados terminológicos, a apresentação das fichas terminológicas e dos sistemas conceptuais. No Capítulo 4, trazemos as informações referentes ao nosso glossário, a macro e microestruturas, a lista de abreviaturas, o sistema conceptual em língua portuguesa, o sistema conceptual em língua inglesa e a lista de verbetes. No Capítulo 5, expomos as análises dos termos em português e a busca de seus equivalentes em inglês; o tratamento dos termos equivalentes totais e dos termos equivalentes parciais presentes em nosso glossário; a análise das variantes do conjunto terminológico das feiras de negócios e a análise da estrutura morfossintática e léxico-semântica dos termos. Sucessivamente, trazemos as considerações finais de nossas investigações e terminamos nosso trabalho com as referências bibliográficas utilizadas em nossa pesquisa.

1 EMBASAMENTO TEÓRICO

Neste capítulo, apresentamos os conceitos que fundamentam a nossa pesquisa, a saber: a Terminologia, as semelhanças e diferenças entre a Terminologia e a Lexicologia, a Terminografia e a Lexicografia, o percurso metodológico do trabalho terminológico, a identificação dos termos, a tipologia de contextos, o sistema conceptual e as relações hierárquicas e não-hierárquicas, a Terminologia bilíngue, a variação terminológica e as relações de significação e a Linguística de *Corpus*.

1.1 Terminologia

A Terminologia, em sua primeira acepção, é a “ciência que estuda a estrutura, a formação, o desenvolvimento, o uso e a gestão das terminologias de diferentes domínios”¹ (ISO 1087, 2000, p. 10), ou seja, é identificada como uma disciplina científica. Em sua segunda acepção, significa o “conjunto de termos próprios de um domínio, de um grupo de pessoas ou de um indivíduo”² (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 17), e representa o objeto de estudo da primeira acepção. A seguir, trazemos as definições de alguns autores para os conceitos de Terminologia, língua de especialidade e termo.

O objeto de estudo da Terminologia, como disciplina científica, são as línguas (ou linguagens) de especialidade e o conjunto vocabular de campos específicos. Seu campo de pesquisa, portanto, é “o sistema de comunicação oral ou escrita usado por uma comunidade de especialistas de uma área particular do conhecimento” (PAVEL; NOLET, 2002, p. 124).

Dubuc (1985, p. 19) afirma que “a terminologia aparece como a arte de localizar,

¹ science étudiant la structure, la formation, le développement, l’usage et la gestion des terminologies dans différents domaines (ISO 1087, 2000, p.10).

² ensemble des termes propres à un domaine, à un groupe de personnes ou à un individu (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 17).

analisar e criar o vocabulário para uma dada técnica em uma situação concreta de uso de maneira a responder às necessidades de expressão do usuário”³.

Para Cabré (1993, p. 103), as línguas de especialidade “são os instrumentos básicos da comunicação entre os especialistas, e a terminologia é o elemento mais importante que diferencia as línguas de especialidade da língua comum”⁴.

De acordo com Aubert, por linguagem de especialidade entende-se “o conjunto de marcas lexicais, sintáticas, estilísticas e discursivas que tipificam o uso de um código linguístico em um ambiente de interação social centrado em uma determinada atividade humana” (AUBERT, 1996, p. 27).

Segundo Barros (2004, p. 34), o objeto de estudo da Terminologia é o “conjunto de termos de um domínio e dos conceitos ou noções por ele designados”. A autora nos informa também que os “estudos terminológicos fornecem as bases teóricas e metodológicas para inúmeras pesquisas, tendo aplicações no ensino das línguas materna e estrangeira, na tradução, na elaboração de obras terminográficas, etc” (BARROS, 2004, p. 34).

De acordo com Krieger e Finatto, “Terminologia, com inicial maiúscula, refere-se à disciplina científica, e terminologia, com inicial minúscula, refere-se ao conjunto de termos de uma área especializada, já que se trata de uma palavra polissêmica” (KRIEGER; FINATTO, 2004, p. 13).

A Terminologia tem como unidade-padrão o termo, definido pela Norma Internacional ISO 1087 como “designação verbal de um conceito geral em um domínio específico”⁵ (ISO 1087, 2000, p. 6). O termo é, portanto, uma “unidade lexical com um conteúdo específico

³la terminologie apparaît comme l’art de repérer, d’analyser et de créer le vocabulaire pour une technique donnée dans une situation concrète de fonctionnement de façon à répondre aux besoins d’expression de l’usager (DUBUC, 1985, p. 19).

⁴los lenguajes de especialidad son los instrumentos básicos de comunicación entre los especialistas. La terminología es el elemento más importante que diferencia los lenguajes de especialidad de la lengua común (CABRÉ, 1993, p. 103).

⁵désignation verbale d’un concept général dans un domaine spécifique (ISO 1087, 2000, p. 6).

dentro de um domínio especializado, também chamado de unidade terminológica” (BARROS, 2004, p. 40).

Para Dubuc, a unidade terminológica é “um termo que designa um conceito próprio de um domínio estudado ou que exprime uma realidade que a língua geral traduziria de outro modo”⁶ (DUBUC, 1985, p. 59).

Segundo Krieger, a Terminologia é uma área de conhecimento que tem no termo técnico-científico seu objeto primeiro de estudo e de aplicação. Para a autora, o termo “deve ser estudado em toda a profundidade, alcance e implicações sistêmicas e discursivas que se manifestam nos usos do léxico terminológico” (KRIEGER, 2006, p. 163).

Para Cabré (1999, p. 25), “a terminologia se centra unicamente nos termos, ou palavras próprias de um domínio de especialidade (como a física, a química, a antropologia), ou de uma área profissional (como o comércio, a indústria, os esportes, etc.)”⁷.

Segundo a autora (1999, p. 119), os termos são unidades linguísticas que devem ser consideradas em uma perspectiva poliédrica, ou seja, em seus aspectos linguísticos, cognitivos e sociais. Cabré considera, também, que o termo é uma “palavra ativada singularmente por suas condições pragmáticas de adequação a um tipo de comunicação”⁸ (CABRÉ, 1999, p. 123).

De acordo com Bevilacqua e Finatto (2006, p. 50), “nenhuma unidade lexical é, a priori, um termo, mas se torna, sim, um termo na medida em que essa condição é ativada em um ambiente textual e discursivo”.

Deste modo, podemos afirmar que a Terminologia desempenha um papel fundamental, uma vez que, segundo Barros, cabe a ela “tratar os textos de especialidade, fazer o

⁶ l’unité terminologique est un terme qui désigne une notion propre au domaine étudié ou une réalité que la langue générale traduirait autrement (DUBUC, 1985, p 59).

⁷ la terminología se centra únicamente en los términos, o palabras propias de un campo de especialidad (como la física, la química, la antropología), o de un área profesional (como el comercio, la industria, los deportes, etc.) (CABRÉ, 1999, p. 25).

⁸ los términos son unidades léxicas, activadas singularmente por sus condiciones pragmáticas de adecuación a un tipo de comunicación (CABRÉ, 1999, p.123).

levantamento das unidades terminológicas, identificar, analisar e sistematizar esses termos, organizando-os em obras terminográficas” (BARROS, 2004, p. 96). As pesquisas no campo da Terminologia e toda sua produção objetivam munir os tradutores de instrumentos de trabalho dotados de maior grau de precisão e confiabilidade. No item a seguir, apresentamos as diferentes correntes teóricas da Terminologia.

1.1.1 Teoria Geral da Terminologia, Teoria Comunicativa da Terminologia e a Socioterminologia.

De acordo com Barros, a Teoria Geral da Terminologia (TGT), formulada pelo austríaco Eugen Wüster, “interessava-se praticamente apenas pelos termos, dissociando o léxico da gramática, do contexto e do discurso, vendo-os como unidades que existem e têm vida independente” (BARROS, 2004, p. 55).

Assim, a Terminologia de linha wusteriana “procura eliminar a ambiguidade nos discursos técnicos e científicos, renegando a polissemia, a sinonímia e a homonímia. O princípio da univocidade é, portanto, precioso para essa corrente da Terminologia” (BARROS, 2004, p. 225).

Krieger e Finatto (2004, p. 77) explicam que essa corrente teórica trabalha com o “conceito de invariância conceitual das terminologias, ou seja, a proposta de termo como algo unívoco, com referência a apenas um conceito e com apenas uma denominação”.

Da mesma maneira, Cabré (1999, p. 76) afirma que, para Wüster, “a atividade terminológica se limitava a compilação de conceitos e termos para a padronização dos termos de especialidade, com a finalidade de assegurar a univocidade da comunicação profissional”⁹.

Alpízar-Castillo acrescenta que, “os teóricos que consideram a monossemita terminológica como verdade incontestável resolvem a contradição entre teoria e prática

⁹ la actividad terminológica se limitaba a la recopilación de conceptos y de términos para la normalización de los términos de especialidad con la finalidad de asegurar la univocidad de la comunicación profesional (CABRÉ, 1999, p. 76).

recorrendo ao argumento de que nos léxicos especializados não se produzem casos de polissemia, já que cada termo é monossêmico”¹⁰ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 124).

Por outro lado, as ideias de D. S. Lotte (que fundou as bases da Escola Russa de Terminologia ou Escola Soviética) eram contrárias à corrente wüsteriana, uma vez que considerava que “os termos e as línguas de especialidade estão inseridos em um contexto sociocultural e, nesse caso, não são unidades controladas (ou totalmente controláveis) por determinações extralinguísticas: é no contexto e no discurso que o termo é investido de valor” (BARROS, 2004, p. 50).

A Socioterminologia também procura analisar a terminologia do ponto de vista das “práticas linguísticas e sociais concretas dos homens que a empregam”¹¹ (GAUDIN, 1993, p. 216). Para a Socioterminologia, é “fundamental levar em consideração o uso dos termos e situar a comunicação especializada em seu lugar social” (BARROS, 2004, p. 69). Deste modo, a Socioterminologia também contraria a TGT, uma vez que reconhece a variação linguística nos discursos especializados.

De maneira semelhante, a TCT (Teoria Comunicativa da Terminologia), corrente teórica que surgiu no final do século XIX, apresentada por Maria Teresa Cabré, reconhece a existência de variação conceptual e denominativa nos domínios de especialidade e leva em conta a dimensão textual e discursiva dos termos (CABRÉ, 1999, p. 123).

Segundo Cabré, “a unidade lexical torna-se termo (assume valor de termo) de acordo com o uso em um contexto expressivo e comunicacional específico”¹² (CABRÉ, 1999, p. 124). Deste modo, como nos aponta Barros, “a sinonímia, a homonímia, a polissemia e a

¹⁰ los teóricos que plantean la monosemia terminológica como una verdad incontestable resuelven la contradicción entre teoría y práctica acudiendo al argumento de que en los tecnoléxicos no se producen casos de polissemia, en virtud de que cada término es monosémico (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 124).

¹¹ pratiques langagières et sociales concrètes des hommes qui les emploient (GAUDIN, 1993, p. 216).

¹² el carácter de término se da en función del uso de una unidad léxica en un contexto expresivo y situacional determinado (CABRÉ, 1999, p. 124).

variação linguística de diferentes tipos passam a ser previstas, aceitas e tratadas em um estudo terminológico de perspectiva comunicativa” (BARROS, 2004, p. 57).

Segundo Alpízar-Castillo, a própria palavra terminologia é polissêmica, o que confirma que “é possível encontrar polissemia no interior de uma mesma especialidade”¹³ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 125).

Portanto, de acordo com Cabré, a terminologia deve ser vista:

como uma teoria linguística não redutiva, que inclua a competência e a atuação dos falantes contemplados na heterogeneidade cognitiva e comunicativa, deve propor uma teoria que, ao mesmo tempo, dê conta dos fenômenos da linguagem geral, descreva as especificidades cognitivas, linguísticas (gramaticais, pragmáticas, textuais e discursivas) e comunicativas das unidades terminológicas e explique como o falante-especialista adquire essas especificidades e utiliza essas unidades (CABRÉ, 1999, p. 119)¹⁴.

Vale ressaltar que este é o modelo teórico de que nos utilizamos para a análise da terminologia envolvida no processo de preparação, participação e pós-feira, ou seja, que vê o termo como uma unidade lexical que designa um conceito específico de determinada área do conhecimento e que tem seu caráter de termo ativado quando em uso em um determinado domínio especializado. Esta teoria não considera somente os termos, nem os dissocia do contexto e do discurso, ou seja, os termos são analisados na língua em uso. A seguir, apresentamos os três tipos de unidades terminológicas que podem ser encontradas em textos de língua de especialidade.

1.1.2 Unidades Terminológicas: Simples, Compostas ou Complexas

Do ponto de vista de sua estrutura morfossintática e léxico-semântica, o termo pode constituir-se de um único lexema ou de uma sequência lexemática. De acordo com a proposta

¹³ es posible encontrar polissemia en el interior de una misma especialidad (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 125).

¹⁴ La terminología, vista desde una teoría lingüística no reductiva que incluya la competencia y la actuación de los hablantes contemplados en su heterogeneidad cognitiva y comunicativa, debe proponer una teoría que al mismo tiempo que dé cuenta de los fenómenos del lenguaje general, describa las especificidades cognitivas, lingüísticas (gramaticales, pragmáticas, textuales y discursivas) y comunicativas de las unidades terminológicas, y explique cómo el hablante-especialista adquire estas especificidades y utiliza estas unidades (CABRÉ, 1999, p. 119).

de Barros (2004), o termo pode ser *simples*, definido pela Norma Internacional ISO 1087 como “constituído de um só radical”¹⁵ (ISO 1087, 2000, p. 7) – ou *complexos*, isto é, “constituídos de dois ou mais radicais”¹⁶ (ISO 1087, 2000, p. 7). E ainda, segundo a autora, “as unidades terminológicas constituídas de diversos lexemas (termos complexos) são também chamadas termos sintagmáticos” (BARROS, 2004, p. 101).

Para Barros, os “termos compostos são unidades lexicais formadas por dois ou mais radicais, em situação de não-autonomia representada graficamente pela utilização do hífen” (BARROS, 2004, p. 101). Na ausência de hífen, estas unidades lexicais compostas de dois ou mais radicais, são consideradas termos simples.

De acordo com Krieger e Finatto, os termos são “tanto unidades simples quanto complexas e apesar dessa coexistência de categorias, as unidades complexas, também denominadas de sintagmas terminológicos, são predominantes nas comunicações especializadas” (KRIEGER; FINATTO, 2004, p. 81).

Barros (2004, p. 101) concorda com esta afirmação ao dizer que “no discurso científico e especializado, a produtividade discursiva exprime-se em grande parte pela criação de termos complexos”.

Alpízar-Castillo, acrescenta, ainda, que a abundância de termos complexos é “consequência do próprio modelo de formação léxica que se verifica na prática científica e técnica: a partir de um elemento inicial, simples ou complexo se adicionam modificadores que delimitam ou particularizam seu conteúdo, para responder à necessidades de nomear novas realidades”¹⁷ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 94).

Aubert também se posiciona frente a esta questão e afirma que “a unidade terminológica vinculada à necessidade de exprimir as realidades específicas de uma técnica

¹⁵ découlant d’une seule racine (ISO 1087, 2000, p. 7).

¹⁶ découlant de deux racines ou plus (ISO 1087, 2000, p. 7).

¹⁷ consecuencia del propio modelo de formación léxica que se verifica en la práctica científica y técnica: a partir de un elemento inicial, simple o complejo, se adicionan modificadores que delimitan o particularizan su contenido, para responder a la necesidad de nominar nuevas realidades (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 94).

ou ciência, em situação concreta de funcionamento, englobará, muito frequentemente, mais de uma unidade lexical” (AUBERT, 1996, p. 31). O autor afirma, ainda, que “as designações descritas pela terminologia abarcam, com extrema frequência, formas compostas de 2, 3 ou mais palavras” (AUBERT, 1996, p. 63).

Essas informações puderam ser comprovadas em nossa pesquisa, visto que encontramos mais termos complexos do que termos simples ou termos compostos no conjunto terminológico das feiras de negócios.

Os critérios propostos para a identificação e delimitação dos termos sintagmáticos baseiam-se no grau de lexicalização dos sintagmas, que, por sua vez, determina os limites da unidade terminológica. Estes critérios serão abordados no item 1.4 (Identificação dos Termos).

Pavel e Nolet (2002, p. 131) definem termo como sendo “palavra (termo simples), grupo de palavras (termo composto), sintagma, símbolo de classificação ou fórmula que designam um conceito de uma área específica”.

De acordo com Boutin-Quesnel (1985, p. 26), a análise terminológica é compreendida como “a identificação dos conceitos pertencentes a um domínio dado, e o estudo em contexto dos termos que os designam e das relações que os permeiam”¹⁸. O conceito é um elemento fundamental no estudo da Terminologia e é definido como uma “unidade de pensamento constituída por um conjunto de características atribuídas a um objeto ou a uma classe de objetos e que pode ser expressa por um termo ou por um símbolo”¹⁹ (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 18).

¹⁸ identification des notions appartenant à un domaine donné, et étude en contexte des termes qui les désignent et des relations qui les sous-tendent (BOUTIN-QUSENEL, 1985, p. 26).

¹⁹ unité de pensée constituée d'un ensemble de caractères attribués à un objet ou à une classe d'objets et qui peut s'exprimer par un terme ou par un symbole (BOUTIN-QUSENEL, 1985, p. 18).

Segundo a autora, “a determinação das características de um conceito, de sua compreensão, de sua extensão e das relações que o conceito mantém com outros conceitos”²⁰ é chamado de análise conceptual.

Termos e conceitos são identificados, delimitados e estudados em contexto. Por contexto, compreendemos “parte de um texto ou enunciado, em que está inclusa uma unidade lexical, com a função de contribuir para a determinação do seu significado” (PAVEL; NOLET, 2002, p. 118). Ainda segundo as autoras, o contexto “fornece informação sobre os traços semânticos de um conceito ou sobre o uso de um termo” (PAVEL; NOLET, 2002, p. 118).

Krieger e Finatto apontam para a “importância do reconhecimento do papel dos cenários comunicativos e da compreensão de que a investigação sobre os termos não pode desconsiderar seus contextos de ocorrência” (KRIEGER; FINATTO, 2004, p. 119). Abordaremos, mais detalhadamente, os temas análise conceptual, análise contextual e tipos de contextos no item 1.5, intitulado “Tipologia de contextos”.

Vale destacar que a atividade que nos permite chegar aos termos de uma determinada área do saber é chamada pesquisa terminológica. Entrando no âmbito bilíngue ou multilíngue, temos dois tipos de pesquisa terminológica: a pesquisa pontual e a temática. De acordo com Aubert, “a pesquisa pontual visa à solução de problemas isolados de designação e proporciona soluções mais rápidas. E a pesquisa temática tem como objetivo efetuar o levantamento do vocabulário de uma determinada atividade, especialidade” (AUBERT, 1996 a, p. 47).

De acordo com Alpízar-Castillo, “a investigação terminológica pontual é aquela que tem como objeto um termo ou conceito isolado e sua realização implica em chegar a um resultado a curto prazo”²¹ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 131).

²⁰ détermination des caractères d’une notion, de sa compréhension, de son extension et des relations qu’elle entretient avec d’autres notions (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 26).

²¹ la investigación terminológica puntual es aquella que tiene como centro de atención un término o concepto aislado, y su realización implica llegar a una conclusión en plazos breves (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 131).

Sobre o número de línguas envolvidas, a pesquisa terminológica pode ser monolíngue, bilíngue ou plurilíngue (CABRÉ, 1993, p. 289). Assim, nossa pesquisa será temática bilíngue, ou seja, buscaremos os equivalentes em inglês para o conjunto de termos, em português, utilizados durante o processo de inscrição, preparação, participação e pós-feira. A seguir, fazemos um paralelo entre Terminologia e Lexicologia, Terminografia e Lexicografia, mencionando pontos convergentes e divergentes entre elas.

1.2 Terminologia e Lexicologia, Terminografia e Lexicografia

Enquanto a Lexicologia leva em consideração todas as possibilidades de realização e de significação da unidade léxica em uma dada língua, a Terminologia leva em consideração apenas o sentido que a unidade terminológica possui no domínio específico no qual está sendo analisado. Em outras palavras, de acordo com Barros (2004, p. 61), a “Lexicologia estuda a palavra no nível do sistema linguístico (língua global) e a Terminologia a estuda no nível das normas de universos de discursos especializados (língua de especialidade)”.

De maneira semelhante, Cabré afirma que “a lexicologia se ocupa de todo o conjunto de palavras que o falante de uma língua conhece e a terminologia se ocupa somente das palavras próprias de uma área de especialidade ou profissional”²² (CABRÉ, 1993, p. 86).

Por outro lado, a autora afirma, também, que “o processo de trabalho tanto da lexicografia como da terminografia se materializa na compilação de unidades léxicas ou terminológicas: os dicionários. Deste ponto de vista, portanto, seus objetivos se confundem”²³ (CABRÉ, 1993, p. 90).

Krieger e Finatto apontam as diferenças e semelhanças entre a lexicologia e a terminologia:

²² la lexicología se ocupa de todo el conjunto de palabras que conoce el hablante de una lengua, la terminología solo se centra en las palabras propias de un campo de especialidade o de un área profesional (CABRÉ, 1993, p. 86).

²³ el proceso de trabajo tanto de la lexicografía como de la terminografía se materializa en recopilaciones de unidades léxicas o terminológicas: los diccionarios. Desde este punto de vista, pues, sus objetivos se confunden (CABRÉ, 1993, p. 90).

Lexicologia e Terminologia, embora aproximem-se, porquanto ambas constituem ciências do léxico, distinguem-se pela especificidade de seus objetos. A diferença entre estes, cabe ressaltar, não é outra senão a propriedade que possuem as unidades lexicais chamadas de termos de estruturas linguísticas que, em sua dualidade signica, denominam e circunscrevem cognitivamente objetos, processos e conceituações pertinentes ao universo das ciências, das técnicas e das tecnologias; enquanto as palavras, realizando o mesmo processo denominativo e conceitual, cobrem toda a abrangência da realidade cognitiva e referencial apreendida e construída pelo homem (KRIEGER; FINATTO, 2004, p. 43).

Como podemos ver, as duas autoras consideram que o objeto de estudo da Lexicologia (a língua geral) e o objeto de estudo da Terminologia (a língua de especialidade), é o ponto central que as distinguem, embora ambas sejam ciências do léxico.

Barros, também, apresenta as diferenças e semelhanças entre a terminologia, lexicologia e a lexicografia, conforme podemos observar a seguir:

Terminologia, lexicologia e lexicografia têm como objeto de estudo a ‘palavra’. Embora trabalhem com a mesma “matéria-prima”, cada uma a recorta diferentemente, possui modelos teóricos e métodos de análise específicos, além de uma metalinguagem particular, o que garante a cada uma dessas ciências ou disciplinas uma identidade científica própria (BARROS, 2006, p. 23).

Segundo Cabré (1998, p. 38), as regras gerais que governam o funcionamento do léxico são as mesmas que governam os termos. Deste modo, podemos afirmar que “os processos de trabalho lexicográfico e terminográfico interconectam-se em vários pontos” (BEVILACQUA; FINATTO, 2006, p. 49).

Em contrapartida, Cabré (1999, p. 30) destaca, também, que “a terminologia ao tomar como ponto de partida o conceito, pratica a ordem sistemática de suas entradas, em relação à ordem alfabética pela qual opta a lexicografia”²⁴.

Dubuc também apresenta uma diferença entre a terminologia e a lexicologia e afirma que “o usuário de terminologia não está à procura de uma definição, mas sim, de um rótulo.

²⁴ la terminología, al tener como punto de partida el concepto, practica a menudo la ordenación sistemática de sus entradas, frente a la ordenación alfabética por la que opta la lexicografía (CABRÉ, 1999, p. 30).

Por outro lado, o que se pede a um lexicógrafo é a definição. Consultamos o dicionário para conhecer o sentido desconhecido de uma palavra conhecida”²⁵ (DUBUC, 1985, p 39).

Aubert dialoga com Dubuc ao afirmar que “a terminologia tende à denominação, isto é parte da apreensão nocional para identificar a designação do conceito apreendido, ao passo que a lexicologia procede em sentido inverso, buscando as definições dos signos identificados” (AUBERT, 1996, p. 28).

Em relação à terminografia e à lexicografia, sabemos que a terminografia elabora vocabulários (dicionários) técnicos, científicos e especializados e a lexicografia elabora dicionários de línguas e dicionários especiais (dicionário de expressões idiomáticas, de provérbios, de gírias, etc.). Enquanto um “dicionário de língua procura apresentar de forma exhaustiva todos os sentidos de uma unidade lexical dentro de um sistema linguístico, uma obra terminográfica atém-se exclusivamente ao conteúdo específico de um termo em um dado domínio” (BARROS, 2004, p. 161).

A seguir, trazemos algumas obras lexicográficas ou terminográficas, de acordo com a proposta de Barros (2004, p. 140-144): o dicionário de língua e o dicionário terminológico, o glossário e o vocabulário.

1. O dicionário de língua registra as diferentes acepções que a palavra pode ter nos inúmeros universos de discurso e apresenta definições. Por outro lado, o dicionário terminológico registra unidades terminológicas de um ou de vários domínios de especialidade e também apresenta definições.
2. O glossário consiste em uma lista de unidades lexicais ou terminológicas acompanhadas de seus equivalentes em língua(s) estrangeira(s) e tem como principal

²⁵ L’usager de la terminologie n’est pas à la recherche d’une définition, mais d’une étiquette. Par contre, ce qu’on demande au lexicographe, c’est la définition. On consulte le dictionnaire pour connaître le sens inconnu du mot connu (DUBUC, 1985, p 39).

característica a ausência de definições. Esta característica o difere do dicionário de língua e do dicionário terminológico.

3. O vocabulário é um tipo de dicionário terminológico que reúne unidades linguísticas pertencentes a uma ou mais línguas de especialidade e se organiza com base em um trabalho terminológico (BARROS, 2004, p. 140-144). Por trabalho terminológico entende-se “atividade relativa à sistematização da coleta, da descrição, do tratamento e da apresentação dos conceitos e de suas designações”²⁶ (ISO 1087, 2000, p. 10).

Cabe destacar que, de acordo com a Norma Internacional ISO 1087, dicionário terminológico é o “conjunto de verbetes terminológicos que contêm informações relativas a conceitos ou designações de um ou vários domínios particulares”²⁷ (ISO 1087, 2000, p. 12); glossário é um “dicionário terminológico que contém uma lista de designações de um domínio com seus equivalentes em uma ou várias línguas”²⁸ (ISO 1087, 2000, p. 12) e vocabulário é um “dicionário terminológico que contém designações e definições extraídas de um ou vários domínios particulares”²⁹ (ISO 1087, 2000, p. 12).

É importante mencionar, também, as considerações de Barbosa em relação à classificação das obras lexicográficas e terminográficas. A autora afirma que:

são bastante tênues as fronteiras entre um e outro tipo de texto lexicográfico ou terminográfico e que não há uma relação biunívoca entre conceitos e termos, ainda que sejam considerados numa área bem limitada, como, por exemplo, o da lexicografia, ou da terminologia e da terminografia. Esses elementos parecem confirmar que, não raras vezes, obras da mesma natureza e função são classificadas de maneira diversa, segundo critérios adotados por este ou aquele autor, fato que conduz à existência de numerosas denominações para o mesmo núcleo conceptual “obra lexicográfica/obra terminográfica” (BARBOSA, 1996, p. 32).

²⁶ activité portant sur la systématisation de la collecte, de la description, du traitement et de la présentation des concepts et de leurs désignations (ISO 1087, 2000, p.10).

²⁷ ensemble d’articles terminologiques répertoriant des informations relatives à des concepts ou des désignations d’un ou plusieurs domaines (ISO 1087, 2000, p.12).

²⁸ dictionnaire terminologique qui contient une liste de désignations d’un domaine avec leurs équivalents dans une ou plusieurs langues (ISO 1087, 2000, p.12).

²⁹ dictionnaire terminologique contenant des désignations et des définitions tirées d’un ou plusieurs domaines particuliers (ISO 1087, 2000, p.12).

Cabe acrescentar, ainda, que para fazer uma obra terminográfica é necessário conhecer os procedimentos da pesquisa terminológica que consistem de planejamento e execução.

No que se refere ao planejamento, é necessário, segundo Barros (2004, p. 190), “definir os objetivos e público-alvo, traçar os limites da pesquisa, definir os princípios metodológicos, delimitar a nomenclatura, decidir sobre a organização interna da obra, sobre os modelos de microestrutura e de sistema de remissivas e fazer o cronograma de atividades”.

No que diz respeito à execução, de acordo com a autora, é necessário “estabelecer o *corpus*, recolher e registrar os dados em fichas, fazer o tratamento dos dados, produzir um trabalho provisório para discussão com especialistas e, por fim, a redação final” (BARROS, 2004, p. 190). No item a seguir, apresentamos a macroestrutura, a microestrutura e o sistema de remissivas de uma obra terminográfica.

1.2.1 Macroestrutura, Microestrutura e Sistema de Remissivas

As obras terminográficas e lexicográficas apresentam uma organização interna com três componentes estruturais: a macroestrutura, a microestrutura e o sistema de remissivas. De acordo com Barros, a macroestrutura diz respeito à “organização geral da obra ou à disposição do conjunto de entradas de um dicionário, ou seja, é analisado se os verbetes se sucedem em ordem horizontal ou vertical, se haverá índices remissivos, anexos, etc” (BARROS, 2004, p. 151). A microestrutura, segundo a autora, é a “organização dos dados contidos no verbete, a qual deve ser constante dentro de uma mesma obra para a descrição de unidades lexicais da mesma natureza” (BARROS, 2004, p. 156). E o sistema de remissivas, de acordo com a autora, “procura resgatar as relações semântico-conceituais existentes entre as unidades lexicais ou terminológicas que compõem a nomenclatura de uma obra lexicográfica ou terminográfica” (BARROS, 2004, p. 174) e pode apresentar-se na macroestrutura e/ou microestrutura, de maneira explícita ou implícita.

A Norma Internacional ISO 1087 define macroestrutura como “organização das entradas em um repertório”³⁰ (ISO 1087, 2000, p. 13) e microestrutura como “organização dos dados em cada um das entradas de um repertório”³¹ (ISO 1087, 2000, p. 13).

É importante mencionar que “os verbetes compõem-se de pelo menos dois elementos: entrada (unidade terminológica que encabeça um verbete) e o enunciado terminográfico (informações fornecidas sobre a unidade terminológica)” (BARROS, 2004, p. 152). Ainda segundo a autora, a lista de entradas, que compõe a macroestrutura, constitui a nomenclatura da obra.

De acordo com Alpízar- Castillo, “a macroestrutura é o conjunto das partes principais que compõem a obra, tais como: a ordem (alfabética ou sistemática) em que serão apresentadas as informações terminográficas aos consulentes; a presença ou ausência de índices, sistemas de remissivas e etc”³² (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 27).

Para o autor, “a microestrutura é o conjunto de elementos e a disposição interna que apresenta cada um dos verbetes que compõem a obra lexicográfica. Estes elementos variam de acordo com os objetivos propostos pelos autores”³³ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 29).

Alpízar-Castillo afirma, ainda, que “cada termo está imerso em uma rede de relações que o veiculam a outras unidades e contribuem para delimitá-lo e especificá-lo”³⁴ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 32). Deste modo, o autor destaca a importância de incluir nos verbetes um campo com termos relacionados ao termo-entrada, ou seja os termos remissivos. Ainda segundo o autor, “o uso de ver (V.) deve reservar-se para fazer remissões à entradas que

³⁰ organisation des entrées dans un répertoire (ISO 1087, 2000, p. 13).

³¹ organisation des données dans chacune des entrées d’un répertoire (ISO 1087, 2000, p. 13).

³² la macroestrutura es el conjunto de las partes principales que componen la obra. Parte esencial de ella es el ordenamiento (alfabético o sistemático) en que se mostrarán al consultante las informaciones terminográficas contenidas, la presencia o no presencia de índices, sistemas de remisiones, etc (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 27).

³³ la microestrutura es el conjunto de elementos y la disposición interna que presenta cada uno de los artículos que componen la obra lexicográfica. Varía, claro está, en función de los objetivos que se plantean los autores (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 29).

³⁴ cada término está inmerso en una red de asociaciones que lo vinculan con otras unidades y contribuyen a delimitarlo y especificarlo (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 32).

podem trazer alguma informação relacionada, de forma mais ou menos direta, com aquela de onde se remetem”³⁵ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 74).

Em relação ao número de línguas, “os dicionários, os dicionários e vocabulários terminológicos, e os glossários, apresentam frequentemente macroestrutura bilíngues ou multilíngues. O glossário pode ser bilíngue ou multilíngue, mas nunca monolíngue” (BARROS, 2004, p. 145).

No que diz respeito à disposição das entradas, elas podem ser alfabéticas (ordem pela forma) ou sistemáticas (ordem pelo conteúdo). Em outras palavras, a ordem alfabética traz as unidades lexicais na sequência do alfabeto e a ordem sistemática evidencia as relações conceptuais estabelecidas entre os termos. Assim, Barros afirma que:

no caso dos vocabulários especializados, a ordem sistemática é uma das formas de organização das unidades terminológicas. A classificação pelo conteúdo tem a vantagem de deixar em evidência as relações conceptuais estabelecidas entre os termos que compõem a nomenclatura da obra. A maior desvantagem, todavia, é clara: para poder encontrar a informação desejada, o leitor deve primeiro compreender a organização interna da obra para depois poder utilizá-la com eficiência. Por essa razão, a ordem sistemática é frequentemente completada por um índice alfabético (BARROS, 2004, p. 139).

Da mesma maneira, Felber afirma que “os vocabulários com base em um domínio devem refletir o sistema de conceitos tão claramente quanto possível. Em consequência, estes vocabulários só podem ser sistemáticos e não alfabéticos”³⁶ (FELBER, 1984, p. 7).

De acordo com Cabré, a ordem sistemática é

em si mesma a apresentação ordenada do sistema conceptual de uma língua de especialidade. A ordem pelo conteúdo permite uma apresentação mais adequada dos dicionários multilíngues, já que o conceito especializado é, em teoria, único para todas as línguas, que se diferenciam somente pela forma de denominação (CABRÉ, 1999, p. 30)³⁷.

³⁵ el uso de ver (V.) debe reservarse para remisiones a entradas que pueden aportar alguna información relacionada de forma más o menos directa con aquella desde donde se remite (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 74).

³⁶ les vocabulaires de base d'un domaine doivent refléter le système de notions aussi clairement que possible. En conséquence, ces vocabulaires ne peuvent être que systématiques et non alphabétiques (Felber, 1984, p. 7).

³⁷ la ordenación sistemática es en sí misma la presentación ordenada del sistema conceptual de una materia especializada. La ordenación por el concepto permite, además, una presentación más adecuada de los

O tratamento sistemático da nomenclatura é frequente também no caso dos dicionários terminológicos. Segundo Barros, “estes dicionários podem, no entanto, ter sua nomenclatura tratada de modo sistemático e, após a conclusão do trabalho, ter sua lista de entradas ordenada alfabeticamente” (BARROS, 2004, p. 148).

No que tange a macroestrutura, Barros (2004, p. 231) considera que, nos glossários bilíngues e multilíngues, “a macroestrutura em geral é simples: a lista das entradas é disposta em ordem alfabética e organizada no sentido vertical; a microestrutura contém a entrada em LP (língua de partida) e seus equivalentes em LC (língua de chegada)”.

A autora afirma, também, que “muitos glossários multilíngues dispõem os verbetes horizontalmente, nos quais a LP é seguida, na mesma linha, dos equivalentes nas LC. Este tipo de verbete produz a macroestrutura em colunas de LC” (BARROS, 2004, p. 233).

No campo das obras terminográficas bilíngues e multilíngues, a organização da macroestrutura e da microestrutura é muito variada. Para Barros, “cada obra é um universo único, com características próprias e por isso, o terminólogo deve elaborar modelos de microestrutura e de macroestrutura adequados ao tipo de obra em projeto” (BARROS, 2004, p. 246). Entretanto, a autora destaca que é necessário o “cuidado em homogeneizar as informações contidas dentro da obra, tais como o número de informações transmitidas pelo enunciado terminográfico, assim como a ordem de sequência dessas informações” (BARROS, 2004, p. 156).

Os dicionários também podem ser organizados seguindo dois tipos de percursos: onomasiológico e semasiológico. No item a seguir, apresentamos, mais detalhadamente, esta questão dos percursos metodológicos do trabalho terminológico.

dicionarios multilingües, ya que la noción especializada es en teoría única para todas las lenguas, que se diferencian solamente por la forma de denominación (CABRÉ, 1999, p. 30).

1.3 O Percurso Metodológico do Trabalho Terminológico: Onomasiologia e Semasiologia

Por se tratar de um trabalho de pesquisa terminológica, consideramos importante mencionar os percursos onomasiológico e semasiológico do trabalho terminológico.

De acordo com Babini, em semântica geral:

Bernard Pottier (1992), propõe um percurso gerativo da enunciação em que o enunciador parte de suas intenções de significar para chegar à construção de uma mensagem (enunciado), chamado de percurso onomasiológico e o percurso semasiológico, que vai do enunciado à sua interpretação. Pottier considera a língua como um saber por meio do qual se realizam a transformação das representações mentais em signos e em esquemas (no caso do percurso do enunciador – onomasiológico) e a interpretação (no caso do percurso do interpretante – semasiológico) (BABINI, 2006, p. 39).

Babini afirma, também, que para Vittorio Bertoldi (1935), “a onomasiologia é um aspecto particular da pesquisa linguística que, partindo de uma determinada ideia, examina as várias maneiras com as quais essa ideia encontrou expressão na palavra” (BABINI, 2006, p. 38).

O autor aponta, ainda, que segundo Baldinger (1970), são “onomasiológicos os repertórios cujas unidades lexicais são classificadas em função dos conceitos que representam e, são semasiológicos os repertórios cujas unidades lexicais são classificadas em função da forma, em ordem alfabética” (BABINI, 2006, p. 38). Nesse sentido, os dicionários terminológicos cujas unidades lexicais são classificadas em ordem sistemática são repertórios onomasiológicos.

No que diz respeito ao percurso onomasiológico, Babini também afirma que:

o enunciador tem como ponto de partida o mundo referencial. A partir do momento que ele tem a intenção de dizer, ele começa a conceptualizar sua intenção comunicativa. Essa conceptualização é colocada em signos por meio de um processo de semiotização, através de elementos fornecidos por um sistema semiótico. No nosso caso, o sistema semiótico usado pelo enunciador é uma língua natural (BABINI, 2001a, p. 22).

Em oposição, o autor considera que “o percurso semasiológico é o do interpretante e acontece no sentido contrário ao do enunciador. Parte do discurso realizado (texto oral ou escrito) para chegar à compreensão” (BABINI, 2001a, p. 22).

Barros também argumenta em relação ao percurso metodológico das pesquisas terminológicas e afirma que:

o estudo de línguas de especialidade e dos conjuntos terminológicos que lhe são próprios tem seu ponto de partida no único elemento palpável: o texto, os discursos orais e escritos que compõem o *corpus* da pesquisa. O terminólogo, ao deparar-se com uma unidade lexical de um texto em língua de especialidade, considera-o como termo se identificar este último como a designação de um conceito próprio do domínio em questão. Já nesse momento o percurso do trabalho terminológico se faz em dois sentidos, da unidade lexical identificada em primeiro momento à análise para a confirmação de que se trata de um conceito de especialidade e, por fim, o retorno ao significante para a delimitação e recolha do termo. Estamos, portanto, diante de um percurso bifásico: semasiológico e onomasiológico (BARROS, 2004, p. 67).

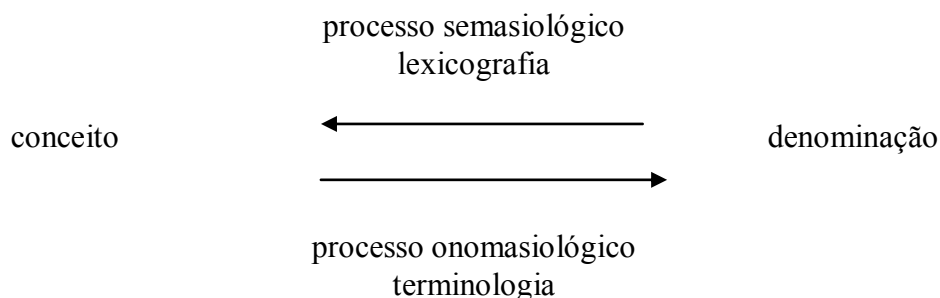
Em outras palavras, segundo Barros (2004, p. 67), “o terminólogo parte do termo e procede a uma análise de seu conteúdo semântico (percurso semasiológico) e ao redigir as definições, parte do significado para chegar a um enunciado (percurso onomasiológico)”.

Cabré também trata desta questão da semasiologia/onomasiologia na confecção de dicionários e afirma que:

a confecção de um dicionário de léxico geral parte de uma lista de palavras que constitue o inventário das entradas de um dicionário. O lexicógrafo descreve-as semanticamente por meio da definição. O processo que se segue, portanto, é do tipo semasiológico, ou seja, da forma ao significado. O processo de trabalho na terminologia acontece em sentido inverso. O terminólogo estabelece em primeiro lugar a lista de conceitos que faz parte de um sistema conceptual de uma atividade especializada. O terminólogo atribui a cada conceito uma determinada denominação, que corresponde à forma utilizada pelos especialistas. Este processo que, em terminologia se passa do conceito à denominação, chama-se processo onomasiológico³⁸ (CABRÉ, 1993, p. 92).

³⁸ la confección de un diccionario de léxico general parte de una lista de palabras que constituye el inventario de las entradas de un diccionario. El lexicógrafo procede a describirlas semánticamente por medio de la definición. El proceso que se sigue, pues, es de tipo semasiológico: se pasa de la forma al significado. El proceso de trabajo en terminología se produce en sentido inverso. El terminólogo establece en primer lugar la lista de conceptos que forma parte del sistema conceptual de una actividad especializada. El terminólogo atribuye entonces a cada casilla conceptual una determinada denominación, que corresponde a la forma que utilizan efectivamente los especialistas. Este proceso, que en terminología pasa del concepto a la denominación, se denomina proceso onomasiológico (CABRÉ, 1993, p. 92).

Como podemos ver, a autora considera que o trabalho realizado pelo lexicógrafo e o trabalho realizado pelo terminólogo acontecem em sentidos inversos, conforme pode ser visualizado no esquema a seguir, proposto por Cabré (1993, p. 92):



Deste modo, como podemos depreender do esquema acima, em um dicionário semasiológico, o ponto de partida é a denominação, ou seja, o significante de um termo e, em um dicionário onomasiológico, o ponto de partida é o conceito, ou seja, o significado de um termo.

De acordo com Alpízar-Castillo, na abordagem onomasiológica, “o que se procura conhecer é a denominação a partir de uma definição ou explicação do conteúdo”³⁹ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 140). Na abordagem semasiológica, entretanto, “o que se deseja obter é a definição de uma forma denominativa dada”⁴⁰ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 140).

Para Babini, o “problema que um dicionário onomasiológico deve resolver é o inverso daquele de um dicionário semasiológico: dada uma idéia (noção ou conceito), deve-se encontrar a unidade lexical ou o termo que a exprima” (BABINI, 2006, p. 39). A seguir, apresentamos alguns critérios utilizados para a identificação das unidades terminológicas.

³⁹ lo que se procura es conocer una denominación, a partir de una definición o explicación del contenido (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 140).

⁴⁰ lo que se desea obtener es la definición de una forma denominativa dada (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 140).

1.4 Identificação dos Termos

Segundo Barros (2007, p. 103-104), existem alguns critérios a serem seguidos para a identificação das unidades terminológicas presentes em um texto. Estes critérios estão descritos abaixo:

- Se a unidade lexical ou sequência sintagmática designar um conceito particular de área de especialidade, essa unidade pode ser um termo;
- A não-separabilidade dos componentes onde um termo sintagmático ou composto se caracteriza pela não-autonomia de um componente em relação aos outros, sem que haja modificação de sentido. Assim, é a não-autonomia dos elementos que garante a unidade conceptual e a unidade formal de cada termo. Este é um critério importante para a identificação dos termos compostos e complexos.
- Se a unidade terminológica constar de dicionários especializados é provável que se trate de um termo, uma vez que designa um conceito especializado.
- A compatibilidade sistêmica, ou seja, a oposição do termo a outros termos não-sinônimos, mas que pertençam ao mesmo campo conceptual, pode permitir a determinação do estatuto de termo. Por campo conceptual entende-se um “grupo não estruturado de conceitos que possuam entre si laços temáticos”⁴¹ (ISO 1087, 2000, p. 3).
- A substituição sinonímica, ou seja, a substituição de um sintagma lexical por um termo lexemático (termo simples); este é um dos critérios utilizados para a identificação e delimitação de termos;
- Maneabilidade, ou seja, verifica-se a produtividade (ou não) do sintagma na comunicação e essa produtividade é determinada pela facilidade de uso do termo em textos especializados;

⁴¹ groupe non structuré de concepts qui ont entre eux des liens thématiques (ISO 1087, 2000, p. 3).

- Imprevisibilidade semântica, ou seja, quanto mais a unidade linguística é imprevisível, mais tem probabilidade de ser lexicalizada e, se designar um conceito de uma área de especialidade, poderá ser um termo.
- Co-ocorrências, ou seja, o fato de se encontrar sempre a mesma associação de palavras no domínio estudado é, normalmente, uma pista de lexicalização do sintagma e de que a unidade sintagmática em questão pode ser um termo;
- O uso é, enfim, um critério muito importante na identificação de termos, considerando a relação de estabilidade entre a unidade lexical e o conceito especializado. Assim, a frequência de uso constitui uma pista para a identificação de uma unidade terminológica (BARROS, 2007, p. 103-104).

Para a autora, “todos esses critérios podem permitir a identificação do termo em um texto. Entretanto, para uma avaliação segura é necessário aplicar mais de um critério, sobretudo o de verificar se a unidade lexical designa um conceito da área de especialidade” (BARROS, 2007, p. 42-50).

Aubert (1996, p. 64-65), considera que “seria falso sugerir haver critérios seguros e infalíveis para dirimir toda e qualquer dúvida de delimitação”. Entretanto, ele sugere, também, alguns critérios utilizados para a identificação e delimitação dos termos:

- Recursos gráficos, ou seja, o destaque dos conceitos de um texto através do uso de aspas, negrito, itálicos, sublinhados, maiúsculas e recursos similares;
- Frequência estatística, ou seja, a reiteração frequente em um espaço de texto limitado, já constitui indício de que se trata de uma unidade terminológica;
- Características morfossintáticas, ou seja, ao desmembrar a sequência através da introdução de outros elementos vocabulares e o resultado do teste de inserção causar estranheza, é provável que se trate de uma unidade terminológica;

- Estratégias discursivas, ou seja, a ocorrências de elementos discursivos que indiquem que a unidade terminológica constitui um conceito unitário no domínio estudado (AUBERT, 1996, p. 64-65).

Cabré (1993, p. 287) argumenta, ainda, que “somente os especialistas podem verificar se uma determinada unidade sintagmática é propriamente um termo de um campo de especialidade”⁴².

Alpízar-Castillo (1995, p. 96) destaca, também, que “o uso real em textos ou a comunicação entre especialistas, e a aparição de uma forma sempre igual nos contextos e fontes diversas, é o único critério de valor no que diz respeito à essas formações (unidades sintagmáticas)”⁴³.

Para a identificação dos termos próprios desse domínio adotamos, como critério principal, a relevância semântica, ou seja, a importância desse termo para o campo de estudos (independente da frequência com a qual o termo ocorre no *corpus*) e a consulta a especialistas da área. No próximo item, apresentamos algumas definições, usos e tipologia de contextos.

1.5 Tipologia de Contextos

Neste item, apresentamos as definições de contexto e de ficha terminológica, bem como os tipos de contextos utilizados em uma pesquisa terminológica bilíngue.

De acordo com Dubuc, o contexto é o “veículo de traços semânticos característicos que permitem associar o termo e o conceito em uma situação específica”⁴⁴ (DUBUC, 1985, p.

⁴² sólo los especialistas pueden verificar si una determinada unidad sintagmática es propiamente un término de un campo de especialidad (CABRÉ, 1993, p. 287).

⁴³ el uso real en los textos o la comunicación entre especialistas, y la aparición de una forma siempre igual en contextos y fuentes diversos, es el único criterio de valor en cuanto a estas formaciones (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 96).

⁴⁴ le contexte est véhicule des traits sémantiques caractéristiques qui permettent d’associer le terme et notion dans une situation précise (DUBUC, 1985, p. 41).

41). Para Dubuc, “a análise do conteúdo nocional de um contexto deve destacar os elementos significativos que compõem o conceito”⁴⁵ (DUBUC, 1985, p. 21).

O autor destaca, ainda, que “a identificação do conceito através da análise contextual aparece como o método fundamental da pesquisa terminológica. Esta análise consiste em delimitar o contexto, identificando os elementos significativos que ali se encontram”⁴⁶ (DUBUC, 1985, p. 20).

A descrição dos contextos em que aparecem os termos é feita através do preenchimento de fichas terminológicas. Para Dubuc, “a ficha terminológica é um documento que contém, sob uma forma facilmente acessível e localizável, as informações que permitem identificar o conteúdo nocional de um termo e atestar o seu uso, com o objetivo de responder às necessidade de expressão do usuário”⁴⁷ (DUBUC, 1985, p. 75).

De acordo com Alpízar-Castillo, a ficha terminológica é “um documento muito acessível que contém os dados e informações convenientes para a identificação do conteúdo nocional de um termo e facilita de maneira considerável o trabalho terminográfico”⁴⁸ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 61).

Segundo Aubert (1996, p. 33), a ficha terminológica “fundamenta-se sobre um contexto, cujos traços semânticos permitam depreender a relação significado (conceito)/significante (designação)”.

⁴⁵ l’analyse du contenu notionnel du contexte doit alors viser à dégager les éléments significatifs, composants de la notion (DUBUC, 1985, p. 21).

⁴⁶ l’identification de la notion par l’analyse contextuelle apparait comme la méthode fondamentale de la recherche terminologique. Cette analyse consiste à circonscrire le contexte en identifiant les éléments significatifs qui s’y trouvent (DUBUC, 1985, p. 20).

⁴⁷ la fiche terminologique est un document qui contient, sous une forme facilement accessible et repérable, des renseignements permettant d’identifier le contenu notionnel d’un terme et d’en attester l’usage en vue de répondre aux besoins d’expression de l’usager (DUBUC, 1985, p. 75).

⁴⁸ un documento muy accesible que contiene los datos e informaciones convenientes a la identificación del contenido nocional de un término, y facilita de manera considerable la labor terminográfica (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 61).

Para Dubuc, “o número e a qualidade dos descritores⁴⁹ presentes em um contexto, determinam o tipo de contexto analisado”⁵⁰ (DUBUC, 1985, p. 62-63) e podem ser de três tipos:

- i. contexto definatório: “oferece informações precisas sobre o conceito designado pelo termo estudado”⁵¹;
- ii. contexto explicativo: “informa resumidamente dados sobre a natureza ou um aspecto do termo estudado”⁵²;
- iii. contexto associativo: “caracteriza-se pela ausência de descritores em número significativo. Somente permite relacionar o termo estudado a um campo de aplicação preciso, através da associação com os termos que o cercam”⁵³.

Para Aubert, os contextos de ocorrência dos termos também podem ser divididos em três categorias: contexto associativo, contexto explicativo e contexto definatório. Segundo ele, o contexto associativo “apresenta o termo como pertinente ao tema objeto da pesquisa, mas não indica os traços conceptuais específicos destes termos” (AUBERT, 1996, p. 66). O contexto explicativo, em contrapartida, “apresenta alguns traços conceptuais pertinentes específicos do termo sob observação” (AUBERT, 1996, p. 66). E o contexto definatório, mais difícil de ser encontrado, “proporciona um conjunto completo dos traços distintivos do termo” (AUBERT, 1996, p. 67). Para este autor, o contexto explicativo é o mais utilizado pela terminologia monolíngue ou bilíngue.

⁴⁹ os descritores são os elementos reveladores do conceito contido no contexto (DUBUC, 1985, p. 62).

⁵⁰ le nombre et la qualité des descripteurs présents dans un contexte détermine le type de contexte analysé (DUBUC, 1985, p. 62).

⁵¹ le contexte définitoire donne des indications précises sur la notion du terme étudié (DUBUC, 1985, p. 62).

⁵² le contexte explicatif ne fait que renseigner sommairement sur la nature ou un aspect du terme étudié (DUBUC, 1985, p. 62).

⁵³ le contexte associatif se caractérise par l’absence de descripteurs en nombre significatif. Il permet seulement de rattacher le terme étudié à un champ d’application précis par association avec les termes qui l’entourent (DUBUC, 1985, p. 63).

Barros (2004, p. 111), afirma que “o contexto definitório, que oferece informações precisas sobre o conceito designado pelo termo, e o contexto explicativo, que apresenta dados a respeito da natureza do termo, sem defini-lo”, são os mais relevantes para a pesquisa terminológica.

O *Office de la Langue Française* (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 27-28) acrescenta, ainda, mais três contextos de ocorrência dos termos:

1. o contexto de uso na língua “langagier”: “traz informações sobre o funcionamento de um termo no discurso”⁵⁴;
2. o contexto metalinguístico: “onde um termo é utilizado de maneira a designar-se a si próprio, ou seja, como signo”⁵⁵;
3. o contexto enciclopédico: “fornece informações sobre a natureza, o uso, ou um outro aspecto do objeto designado por um termo, sem defini-lo”⁵⁶.

Para Dubuc, “a análise contextual tem fundamentalmente por objetivo, identificar o conceito que a unidade terminológica recobre. Ela deve igualmente permitir uma melhor seleção dos termos, a identificação dos sinônimos e o registro das formas derivadas ou expandidas de termos simples”⁵⁷ (DUBUC, 1985, p. 61).

De acordo com Dubuc (1985, p. 73), “o estabelecimento da correspondência dos termos em uma pesquisa terminológica bilíngue ou multilíngue repousa sobre a identificação

⁵⁴ le contexte langagier, qui illustre le fonctionnement d’un terme en discours (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 27).

⁵⁵ le contexte métalinguistique, où un terme est utilisé de façon autonome, c’est-à-dire en tant que signe (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 28).

⁵⁶ Le contexte encyclopédique, qui renseigne sur la nature, l’usage ou un autre aspect de l’objet désigné par un terme, sans le définir (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 27).

⁵⁷ l’analyse contextuelle a fondamentalement pour but d’identifier la notion que recouvre l’unité terminologique. Elle doit également permettre une meilleure sélection des termes, l’identification des synonymes et l’enregistrement des formes dérivées ou étoffées de termes simples (DUBUC, 1985, p. 61).

do conceito colocado em evidência pelos descritores”⁵⁸, ou seja, os elementos reveladores do conceito contido no contexto.

Entretanto, segundo o autor, “não é sempre possível encontrar contextos com descritores comuns. A relação entre os conceitos é, então, percebida pelo sentido global dos contextos”⁵⁹ (DUBUC, 1985, p. 72).

Alpízar-Castillo destaca que o contexto “tem como objetivo fundamental estabelecer o conceito expresso por uma unidade de denominação. A análise do contexto em que aparece ou pode aparecer um termo desconhecido é o guia para encontrar o seu significado”⁶⁰ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 51).

Aubert afirma que “para o terminólogo o contexto constitui o veículo dos traços semânticos característicos que permitem associar termo e conceito em uma situação precisa” (AUBERT, 1996, p. 32).

Dubuc ressalta a importância da situação em terminologia e afirma que:

é a situação que é preciso considerar primeiramente, antes de abordar diretamente o estudo dos termos ou dos conceitos. Como diz Louis Guilbert: “o terminologismo (ou unidade terminológica) adquire sua função semântica de sua associação em um domínio específico do conhecimento. A isto Claude Dubois acrescenta: “não podemos estudar os terminologismos separando-os das condições nas quais são produzidos e do tipo de discurso em que foram criados (DUBUC, 1985, p. 27)⁶¹.

Como podemos observar, o contexto e a situação comunicativa são essenciais para a compreensão do conceito de uma unidade terminológica, assim como para o trabalho de estabelecimento de equivalências em outras línguas.

⁵⁸l'appariement des termes dans une recherche terminologique bilingue ou multilingue repose sur l'identification de la notion para la mise en relief des descripteurs (DUBUC 1985, p. 73).

⁵⁹ il n'est pas toujours possible de trouver des contextes avec descripteurs communs. Le rapport entre les notions est alors perçu par le sens global des contextes (DUBUC 1985, p. 72).

⁶⁰ tiene como objetivo fundamental establecer el concepto expresado por una unidad de denominación. El análisis del contexto en que aparece o puede aparecer un término desconocido dado es la guía para encontrar su significado (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 51).

⁶¹ c'est elle dont il faut tenir compte d'abord plutôt que d'aborder directement l'étude des termes ou des notions. Comme le dit encore Louis Guilbert: 'Le terminologisme (l'unité terminologique) acquiert sa fonction sémantique du fait de son association dans un domaine spécifique de la connaissance'. À cela Claude Dubois ajoute: 'On ne peut étudier les terminologismes en les détachant des conditions dans lesquelles ils sont produits et du type de discours où on les a relevés (DUBUC, 1985, p. 27).

Dubuc afirma, também, que:

é a situação que preocupa a terminologia. É ela que define o domínio de utilização do termo, as modalidades e as condições de seu emprego. É ela também que fornece os elementos nocionais que permitem associar ao rótulo um conteúdo semântico suficiente, seja para encontrar um correspondente em uma outra língua, seja para fornecer a denominação adequada do “objeto” a ser nomeado. Na falta de traços semânticos, a situação fornecerá co-ocorrências reveladoras do contexto do termo estudado⁶² (DUBUC, 1985, p 41).

Aubert reforça essa informação, ao afirmar que, “em terminologia a situação é sempre dominante, uma vez que é necessário identificar o conteúdo conceptual específico da situação em que a palavra encontra-se integrada” (AUBERT, 1996, p. 28).

Alpízar-Castillo concorda e ainda acrescenta que, deve-se levar em conta as “marcas de uso sociolinguístico que particularizam o valor das acepções e especificam o alcance da correspondência entre os termos de diferentes idiomas ao delimitar em quais situações esses termos são empregados”⁶³ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 102).

Deste modo, podemos concluir que a análise dos termos em seus contextos de uso possui grande relevância em um trabalho terminológico. A seguir, apresentamos o sistema conceptual e as relações conceptuais hierárquicas e não-hierárquicas.

1.6 O Sistema Conceptual: Relações hierárquicas e não-hierárquicas

Segundo Barros (2004, p. 111), “a organização dos conceitos de um domínio num sistema estruturado constitui uma atividade fundamental na pesquisa em Terminologia”. Por sistema de conceitos compreende-se um “conjunto de conceitos estruturado com base nas relações estabelecidas entre eles”⁶⁴ (ISO 1087, 2000, p. 4). Boutin-Quesnel (1985, p. 19)

⁶² C’est la situation qui va préoccuper le terminologie. C’est elle qui précise le domaine d’utilisation du terme, les modalités et les conditions de son emploi. C’est elle aussi qui fournira les éléments notionnels permettant d’associer à l’étiquette un contenu sémantique suffisant soit pour trouver un correspondant dans une autre langue, soit pour permettre de fournir l’appellation propre de « l’objet » à nommer. Au défaut de traits sémantiques la situation fournira des cooccurrents au moins révélateurs de l’environnement du terme étudié (DUBUC, 1985, p 41).

⁶³ marcas de uso sociolinguístico que particularizan el valor de las acepciones (...) e especifican el alcance de las correspondencia entre términos de diferentes idiomas, al delimitar el área donde cada uno se usa (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 102).

⁶⁴ ensemble de concepts structuré selon les relations qui les unissent (ISO 1087, 2000, p. 4).

acrescenta que, em um sistema de conceitos, “cada conceito é determinado por sua posição dentro do sistema”⁶⁵.

Para Barros (2004, p. 113) o estudo das relações conceptuais é essencial para a Terminologia e podem ser de dois tipos: relações hierárquicas e relações não-hierárquicas.

As relações não-hierárquicas mais importantes são “a relação sequencial (como a relação de causa-efeito, produtor-produto ou etapas de um processo) e a relação pragmática (relação temática)” (BARROS, 2004, p. 115).

As relações hierárquicas são definidas pela Norma ISO 1087 como “relação entre dois conceitos, que pode ser ou uma relação genérica ou uma relação partitiva”⁶⁶ (ISO 1087, 2000, p. 4).

A Norma ISO 1087 define relação partitiva como uma “relação entre dois conceitos, na qual um dos conceitos constitui o todo e o outro conceito uma parte desse todo”⁶⁷ (ISO 1087, 2000, p. 5). Neste tipo de relação, de acordo com Barros, “os conceitos podem ser integrantes ou partitivos. Por conceito integrante entendemos o conceito superordenado⁶⁸ e por conceito partitivo o conceito subordinado⁶⁹” (BARROS, 2004, p. 116).

Por relação genérica compreende-se uma “relação entre dois conceitos na qual a compreensão de um dos conceitos inclui a do outro conceito e no mínimo mais um traço distintivo suplementar”⁷⁰ (ISO 1087, 2000, p. 5). Para Barros, uma “noção específica é um conceito subordinado a um conceito genérico. E a noção genérica inclui as específicas e estabelece com elas as relações de hierarquia” (BARROS, 2004, p. 117).

⁶⁵ chaque notion est déterminée par sa position dans le système (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 19).

⁶⁶ relation entre deux concepts qui est soit une relation générique soit une relation partitive (ISO 1087, 2000, p. 4).

⁶⁷ relation entre deux concepts dans laquelle l’un des concepts constitue le tout et l’autre concept une partie de ce tout (ISO 1087, 2000, p. 5).

⁶⁸ Em um sistema do tipo hierárquico, o conceito superordenado é aquele que pode ser dividido em vários conceitos de nível inferior, chamados conceitos subordinados (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 18, tradução nossa).

⁶⁹ Em um sistema do tipo hierárquico, o conceito subordinado é aquele que resulta da divisão de um conceito superordenado (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 19, tradução nossa).

⁷⁰ relation entre deux concepts dans laquelle la compréhension de l’un de concepts inclut celle de l’autre concept et au moins un caractère distinctif supplémentaire (ISO 1087, 2000, p. 5).

De acordo com Barros (2004, p. 117), “em uma relação hierárquica de sentido, a noção genérica funciona como uma macroclasse de equivalência, contendo, numa relação de inclusão, as noções específicas; ambas mantêm entre si uma relação hiperonímica-hiponímica”. Em semântica, o conceito mais genérico corresponde ao hiperônimo e o mais específico ao hipônimo.

Em nosso trabalho de pesquisa, apresentamos estas relações hiperonímicas-hiponímicas quando consideramos, por exemplo, o conceito de público, como o mais genérico (hiperônimo), que engloba os conceitos mais específicos, ou seja, expositor, organizadora e visitante (hipônimos).

Para Barros, “a organização de um mapa conceptual é um instrumento muito importante para a identificação clara das relações mantidas entre termos de um mesmo domínio” (BARROS, 2004, p. 127). Assim, os traços conceptuais determinam o lugar que cada conceito ocupará dentro do sistema.

Barros (2004, p. 130) afirma, também, que “a organização dos termos em uma lista sistemática é um dos modos mais utilizados para a estruturação do mapa conceptual. Essa organização dos termos coloca em evidencia as relações hiperonímicas, hiponímicas e co-hiponímicas mantidas entre os termos”.

No presente trabalho, utilizamos a lista sistemática para a organização dos termos e o sistema conceptual do tipo hierárquico, como pode ser visualizado no Capítulo 3, por meio das árvores de domínio. A seguir, trazemos os conceitos de Terminologia bilíngue e as questões de equivalência.

1.7 Terminologia Bilíngue: Questões de Equivalência

Antes de tratarmos dos conceitos de Terminologia bilíngue e das questões de equivalências, gostaríamos de mencionar, brevemente, algumas semelhanças e diferenças entre a tradução e a Terminologia.

A tradução mantém uma relação intrínseca com a terminografia e com a lexicografia, visto que estas últimas se ocupam da elaboração de glossários, dicionários técnicos e bancos de dados bilíngues e monolíngues, que são os instrumentos de trabalho do tradutor.

Segundo Krieger (2006, p. 159), as comunicações especializadas são “o habitat das terminologias e a tradução técnica exige do tradutor a competência para reconhecer e transpor para a língua de chegada os termos presentes no seu texto de partida”.

Barros considera que “a prática tradutória de textos de áreas especializadas exige que o tradutor tenha conhecimentos básicos de Terminologia para que possa realizar bem sua tarefa” (BARROS, 2007, p. 51). E o primeiro passo é saber identificar as unidades terminológicas existentes no texto a ser traduzido.

Sobre a relação entre tradução e Terminologia, Aubert (1996, p. 14) destaca que “os tradutores profissionais apresentam-se como um dos principais grupos de usuários finais dos produtos de pesquisa terminológica (glossários, dicionários técnicos, etc)”.

Para Krieger e Finatto (2004, p. 68), o “fazer tradutório é parceiro do fazer terminológico, considerando-se que o conhecimento especializado costuma ser divulgado em diferentes idiomas”.

Por outro lado, as autoras, afirmam, também, que a Terminologia e a tradução, apesar da relação de parceira, tratam-se de dois campos distintos de atuação. Segundo elas, “enquanto a tradução constitui uma finalidade em si mesma pela produção de um texto em outra língua, a Terminologia ou Terminografia, realiza um trabalho de suporte, ou seja, elabora instrumentos pragmáticos que se constituem em meios para facilitar o trabalho dos tradutores” (KRIEGER; FINATTO, 2004, p. 69).

Barros aborda essa questão da confecção de dicionários e afirma que:

um procedimento comum na elaboração de dicionários bilíngues e multilíngues é a determinação prévia da nomenclatura em língua de partida e a subsequente seleção das nomenclaturas em uma ou mais línguas de chegada, restrita aos equivalentes das unidades terminológicas da língua de partida. Durante a busca de equivalências, deve-se tomar cuidado para não

incorrer em erros como a tradução literal de termos. Para tanto, é necessário recorrer a dicionários, manuais, e obras especializadas originalmente elaboradas nas línguas de chegada para, desta maneira, chegar à indicação de equivalentes de uso efetivo por parte dos especialistas do domínio (BARROS, 2004, p. 246-247).

Cabré acrescenta, ainda, que “fazer terminologia não é traduzir as formas de uma língua para outra sem recorrer às denominações que os usuários de uma língua realmente usam para se referir a um conceito”⁷¹ (CABRÉ, 1993, p. 246).

Cabré afirma, também, que:

a terminologia que os tradutores necessitam, além de termos equivalentes em outras línguas, deve conter contextos com informações sobre como utilizar linguisticamente cada unidade e dados sobre o conceito que a denominação expressa, a fim de garantir que seja utilizada a forma precisa que corresponde a um determinado conteúdo⁷² (CABRÉ, 1993, p. 107).

Dessa maneira, podemos perceber que a tradução e a terminologia se complementam em vários pontos, apesar de terem seus objetos de estudo e aplicações bem definidos.

No que diz respeito ao estabelecimento de equivalências em uma pesquisa terminológica bilíngue, Aubert afirma que “conhece-se o termo em determinada língua e busca-se o termo equivalente (isto é, que mais se aproxime, embora não necessariamente seja coincidente) em outra língua” (AUBERT, 1996, p. 37).

Barros (2004, p. 259) destaca alguns passos que devem ser seguidos para se encontrar o equivalente em LC (língua de chegada) de uma unidade terminológica na LP (língua de partida):

1. “Verificar a existência efetiva da unidade terminológica em fontes monolíngues e seu significado;

⁷¹ hacer terminología no es traducir las formas de una lengua a otra sino recoger las denominaciones que los usuarios de una lengua emplean realmente para referirse a un concepto (CABRÉ, 1993, p. 246).

⁷² la terminología que los traductores necesitan, además de términos equivalentes en otras lenguas, debe contener contextos que den información sobre cómo utilizar lingüísticamente cada unidad y, datos sobre el concepto que la denominación expresa, a fin de garantizar que utilizan la forma precisa que corresponde a un determinado contenido (CABRÉ, 1993, p. 107).

2. Recorrer a banco de dados multilíngues para se ter uma ideia aproximativa das possíveis equivalências;
3. Verificar as possíveis equivalências em dicionários monolíngues da LC para verificar correspondência de conteúdo;
4. Caso a unidade terminológica não esteja dicionarizada, o terminólogo deve procurar material bibliográfico em LC sobre o tema para tentar encontrar uma designação equivalente;
5. Comparar os dados da unidade terminológica em LP com os dados do termo em LC;
6. Consultar especialistas das línguas em questão ou do domínio de uso do termo;
7. Estabelecer as correspondências, após a certeza da equivalência semântico-conceptual” (BARROS, 2004, p. 259).

Segundo Aubert, o processo de busca de equivalentes deve percorrer os percursos semasiológico e onomasiológico simultaneamente, ou seja:

para um termo em LP é necessária a compreensão exata do conceito por ele designado, ou seja, percurso semasiológico, aqui entendido como aquele que parte da expressão linguística - o termo - para o conceito referenciado. Em seguida, a busca pelo mesmo conceito na cultura de chegada. Chega-se, assim, por via onomasiológica, ao termo em LC (AUBERT, 1996).

Ao realizar um trabalho comparativo entre duas ou mais línguas, realidades linguísticas são contrapostas e disso resulta o grande desafio para o terminólogo, que consiste em encontrar o termo utilizado em cada comunidade linguística. Ao fazer a busca pelo termo, o pesquisador enfrenta alguns problemas devido às diferentes estruturas da realidade, como bem exemplifica Cabré (1993):

A equivalência terminológica é a chave da terminologia multilíngue. Os autores dos dicionários técnicos bilíngues ou multilíngues partem frequentemente do princípio de que as terminologias refletem estruturas objetivas da realidade. No entanto, a estruturação da realidade de uma língua

de especialidade pode não coincidir em duas línguas distintas, especialmente em campos pouco estruturados como os das ciências humanas ou sociais (CABRÉ, 1993, p. 107)⁷³.

Dessa forma, a análise semântico-conceitual dos termos pesquisados é muito importante. Para se determinar os equivalentes, é necessário fazer a comparação dos conceitos da língua de partida com os conceitos da língua de chegada.

Alpízar-Castillo ressalta, ainda, que “a partir das informações na língua de partida, que permitem obter uma ideia precisa do conceito, o terminólogo tentará encontrar a forma como este mesmo conceito se apresenta na língua de chegada”⁷⁴ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 145).

Neste sentido, Barbosa afirma que:

De fato, a um conceito (ou noção) pode corresponder uma única denominação, caso em que a relação é bi-unívoca; a um conceito podem corresponder duas ou mais denominações; a dois ou mais conceitos pode corresponder uma denominação apenas; enfim, a um conceito pode não corresponder, em determinado estágio de língua, nenhuma denominação (BARBOSA, 2010, p. 71).

As relações entre conceitos (significados) e denominações (significantes), são muito importantes em uma pesquisa terminológica bilíngue. Deste modo, Alpízar-Castillo afirma que, “um trabalho terminológico bilíngue sério envolve o reconhecimento do termo que denomina um determinado conceito em uma língua até o reconhecimento do termo que, na outra língua, denomina este mesmo conceito”⁷⁵ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 105).

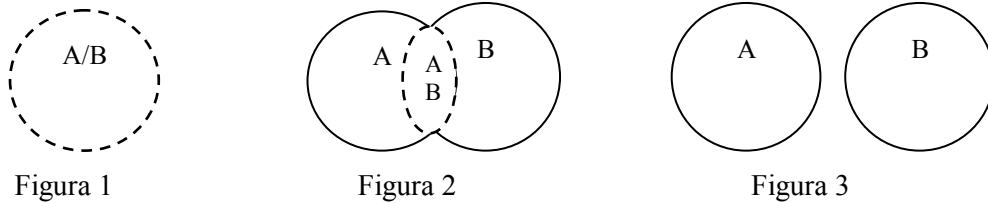
⁷³ La equivalencia terminológica es la clave de la terminología multilingüe. Los autores de diccionarios técnicos bilingües o multilingües parten a menudo del principio de que las terminologías reflejan estructuras objetivas de la realidad. Sin embargo, la estructuración de la realidad de una lengua de especialidad puede no coincidir en dos lenguas distintas, especialmente en campos poco estructurados como los de las ciencias humanas o sociales (CABRÉ, 1993, p. 107).

⁷⁴ a partir de las informaciones acumuladas en la lengua de partida, que le deben haber permitido obtener una idea precisa del concepto cuya denominación en otra lengua procura, el terminólogo llegar a encontrar la forma que en la segunda nombra a ese mismo concepto (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 145).

⁷⁵ una labor terminológica bilingüe sería implica un movimiento que va desde el reconocimiento del término que nombra a determinado concepto en una lengua hasta el reconocimiento del término que, en otra lengua, nombra a ese mismo concepto (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 105).

O autor considera, também, que os graus de equivalência entre os termos podem ser ilustrados desta forma:

Figura 1.2 Graus de equivalências



Assim, como podemos perceber, na figura 1, o autor demonstra a relação de equivalência, ou seja, há um recobrimento total entre os conceitos; na figura 2, observa-se um caso de correspondência, já que o recobrimento é apenas parcial entre A e B e, finalmente, na figura 3, temos a representação da não equivalência, pois não há coincidência alguma entre os conceitos.

Alpízar-Castillo considera, ainda, que:

a correspondência entre termos de idiomas diferentes situa-se em um diapasão de possibilidades que vai desde o total recobrimento do conteúdo do termo da língua A por um da língua B, até a total falta de equivalências, passando por uma variada gama de recobrimentos parciais (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 101)⁷⁶.

O autor argumenta, também, que “o critério metodológico fundamental da terminografia plurilíngue é a admissão de que as equivalências absolutas não são possíveis, ou são muito pouco prováveis, entre duas línguas. O mais frequente é que um termo de uma língua A recubra parcialmente o significado de outro termo da língua B, ou vice-versa”⁷⁷ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 101).

⁷⁶ (...) la correspondencia entre términos de idiomas diferentes se sitúa en un diapasón de probabilidades que va desde el total recubrimiento del contenido del término de la lengua A por uno de la lengua B, hasta la total falta de equivalencias, pasando por una variada gama de recubrimientos parciales (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 101).

⁷⁷ el criterio metodológico fundamental en la terminografia plurilingüe es la admisión de que las equivalencias absolutas no son posibles, o son muy poco probables, entre dos lenguas. Lo más frecuente es que un término de la lengua A recubra parcialmente el significado de otro de la lengua B, o viceversa (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 101).

No entanto, o trabalho de pesquisa terminológico pode encontrar algumas dificuldades, como a falta de equivalência entre termos de línguas diferentes. Neste sentido, Alpízar-Castillo (1995, p. 102) afirma que, “é possível que o próprio conceito não exista em alguma das línguas confrontadas, dado que uma mesma realidade extralinguística pode ser analisada de pontos de vista divergentes em línguas diferentes”⁷⁸. Para o autor, “isso depende das necessidades de precisão denominativa que possuem os falantes dos diversos sistemas linguísticos”⁷⁹ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 102).

Assim, Barros afirma que “para dar tratamento a unidades terminológicas que não encontram correspondência de realidade sócio-cultural e linguística em outro idioma, pode-se fazer uso da explicação do conceito em língua de partida” (BARROS, 2004, p. 248).

A autora recomenda, também, a utilização de notas explicativas nos verbetes, nos casos em que dois termos “não tenham exatamente a mesma configuração conceptual, mas sejam semanticamente próximos e possam, em muitos contextos, serem utilizados como equivalentes” (BARROS, 2004, p. 251). Outra alternativa, segundo a autora, seria “a indicação pura e simples da ausência de equivalentes, ou a não-correspondência de termos em língua de partida e língua de chegada” (BARROS, 2004, p. 252).

Helmut Felber (1984, p. 130) também propõe uma classificação de graus de equivalência terminológica e prevê quatro situações:

- 1- Equivalência total: o termo da língua A possui os mesmos traços semânticos que o termo da língua B, ou seja, $A=B$;
- 2- Intersecção: o termo da língua A possui apenas alguns traços semânticos em comum com o termo da língua B, ou seja, $A \cap B$;

⁷⁸ es posible, incluso, que el propio concepto no exista en alguna de las lenguas enfrentadas, dado que una misma realidad extralingüística puede ser analizada desde puntos de vista muy divergentes en lenguas diferentes (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 102).

⁷⁹ ello está en dependencia de las necesidades de precisión denominativa que encaren los hablantes de los diversos sistemas lingüísticos (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 102).

- 3- Superioridade: o termo da língua A tem, no mínimo, alguns traços semânticos a mais que o termo da língua B, ou seja, $A > B$;
- 4- Não-equivalência: o termo da língua A e o termo da língua B têm traços semânticos diferentes, ou seja, $A \# B$ (FELBER, 1984, p. 130).

Felber (1984, p. 131) acrescenta, ainda, que “a maior parte dos conceitos comparados em diferentes línguas não coincidem completamente”⁸⁰. Deste modo, para o autor, “os vocabulários especializados modernos deveriam indicar os diferentes graus de equivalências com a ajuda de símbolos apropriados”⁸¹ (FELBER, 1984, p. 131).

Dubuc, por outro lado, faz uma distinção entre equivalentes e correspondentes. Para o autor, “dois termos são equivalentes se possuírem uma identidade quase completa de sentido e de usos dentro de um mesmo domínio de aplicação”⁸² (DUBUC, 1985, p. 69). Segundo ele, há correspondência quando “o termo da língua A só recobre parcialmente o campo de significação do termo da língua B e vice-versa”⁸³ (DUBUC, 1985, p. 69). Pode ocorrer, ainda, um vazio de equivalência ou correspondência entre línguas diferentes.

Assim, no que diz respeito à análise dos termos encontrados nessas duas línguas, teremos, de acordo com Dubuc (1985):

1) **termos equivalentes**: quando o termo da língua A possui todos os traços conceptuais do termo da língua B e ainda apresenta os mesmos usos em um mesmo domínio de aplicação, ou vice-versa;

2) **termos correspondentes**: quando o termo da língua A recobre apenas parcialmente alguns traços conceptuais de um termo da língua B, ou vice-versa;

⁸⁰ La plupart des notions comparés dans différentes langues ne coïncident pas complètement (FELBER, 1984, p. 131).

⁸¹ les vocabulaires spécialisés modernes devraient indiquer les différents degrés d'équivalence à l'aide de symboles appropriés (FELBER, 1984, p. 131).

⁸² deux termes sont dits équivalents s'ils affichent une identité à peu près complète de sens et d'usage à l'intérieur d'un même domaine d'application (DUBUC, 1985, p. 69).

⁸³ le terme de la langue A ne recouvre que partiellement le champ de signification du terme de la langue B ou vice versa (DUBUC, 1985, p. 69).

3) **termos equivalentes não encontrados**: o termo da língua A não encontra nenhum termo na língua B, ou vice versa.

Deste modo, de acordo com Dubuc (1985, p. 69), para identificarmos dois termos como sendo equivalentes perfeitos deve-se observar se os termos possuem mesmo conteúdo semântico, pertencem ao mesmo nível de língua e apresentam o mesmo uso por parte dos especialistas nos dois idiomas estudados.

Entretanto, vale lembrar que, para Dubuc, “as equivalências absolutas não são sempre possíveis. Trata-se, então, de determinar as relações lógicas que refletem para cada língua uma percepção do real que lhe é própria”⁸⁴ (DUBUC, 1985, p. 69).

Como podemos observar, as teorias de equivalências apresentadas por Dubuc, Alpízar-Castillo e Felber consideram que existem três graus de equivalências: equivalência total, equivalência parcial e ausência de equivalência. A teoria de Felber, entretanto, considera ainda um quarto grau de equivalência, ou seja, a superioridade, conforme descrição acima. Em nossa pesquisa, utilizamos a teoria de equivalências sugerida por Dubuc (1985).

Cabe ressaltar que, antes de o terminólogo concluir que dois termos são equivalentes ou correspondentes, é preciso proceder a uma análise do conteúdo semântico dos termos em cada língua. Nessa fase da pesquisa bilíngue, é fundamental a identificação dos ganchos terminológicos, definidos por Dubuc (1985, p. 72), como “os descritores comuns aos contextos que acompanham os termos em uma ficha terminológica”⁸⁵. Por descritores o autor entende “os elementos reveladores do conceito contidos no contexto”⁸⁶ (DUBUC, 1985, p. 62).

⁸⁴ les équivalences absolues ne sont pas toujours possibles. Il s’agit alors de déterminer les rapports logiques qui reflètent pour chaque langue une perception du réel qui lui est propre (DUBUC, 1985, p. 69).

⁸⁵ les descripteurs communs aux contextes accompagnant les vedettes d’une fiche terminologique (DUBUC, 1985, p. 72).

⁸⁶ des éléments révélateurs de la notion contenus dans le contexte (DUBUC, 1985, p. 62).

Em nossa pesquisa, portanto, utilizamos os ganchos terminológicos, presentes nas definições encontradas na bibliografia básica, dicionários especializados e contextos de uso, como um dos principais recursos para a busca dos equivalentes em inglês dos termos fundamentais do setor feirístico. No próximo item, apresentamos as variações terminológicas e as relações de significação.

1.8 Variação Terminológica e Relações de Significação

Toda língua varia, isto é, não existe nenhuma comunidade linguística em que todos falem do mesmo modo. De acordo com Camacho, “a variação é o reflexo de diferenças sociais, como origem geográfica e classe social e de circunstâncias da comunicação” (CAMACHO, 2002, p. 47).

Para Cabré, “todo processo de comunicação envolve inerentemente variação. Este princípio é universal para as unidades terminológicas, embora admitindo diferentes graus, segundo as condições de cada tipo de situação comunicativa”⁸⁷ (CABRÉ, 1999, p. 85).

Segundo Coseriu (1980, p. 110), temos quatro tipos de variedades linguísticas: as variedades geográficas (ou diatópicas), as variedades socioculturais (ou diastráticas), as variedades estilísticas (ou diafásicas) e as variedades distribuídas ao longo do eixo temporal (ou diacrônicas).

Camacho considera três tipos de variantes linguísticas e afirma que:

as variedades geográficas são o resultado direto da distância física entre os falantes; assim, pessoas que residem em lugares diferentes tendem a falar de modo diferente. A variação sociocultural deriva da tendência para a maior semelhança entre os atos verbais dos indivíduos participantes de um mesmo setor sócio-econômico e cultural, levando em consideração o nível de renda familiar, grau de escolaridade, ocupação profissional, idade, gênero, etc. E as variedades estilísticas resultam da adequação da expressão às finalidades específicas do processo de interação verbal com base no grau de reflexão sobre as formas que constituem a competência comunicativa do sujeito falante (CAMACHO, 2002, p. 52).

⁸⁷ todo proceso de comunicación comporta inherentemente variación. Este principio es universal para las unidades terminológicas, si bien admite diferentes grados según las condiciones de cada tipo de situación comunicativa (CABRÉ, 1999, p. 85).

Vale ressaltar que, a variação linguística que se dá no âmbito da língua geral é objeto de estudo da Sociolinguística e aquela que ocorre nas linguagens de especialidade é observada pela Socioterminologia. Assim, a Socioterminologia “estuda os termos em uma perspectiva linguística, comunicativa e social, e propõe um estudo *in vivo* nas línguas de especialidade” (BARROS, 2004, p. 69).

A Norma ISO 1087 (1990, p. 6) define variante como “cada uma das formas existentes para um termo”⁸⁸ e indica como principais tipos de variantes as ortográficas, morfológicas e sintáticas.

No que diz respeito à variação terminológica, baseamo-nos nos conceitos de Faulstich (1998, 2001) a qual classifica as variantes em dois grupos, as variantes linguísticas (fonológicas, morfológicas, sintáticas, lexicais e gráficas) e variantes de registro (geográficas, de discurso e temporais).

De acordo com Faulstich (2001, p. 23), as variantes terminológicas linguísticas “são aquelas cujo fenômeno propriamente linguístico determina o processo de variação” e podem ser fonológicas, morfológicas, sintáticas, lexicais e gráficas, como podemos observar a seguir:

- a) Variantes fonológicas: Segundo Faulstich, este tipo de variação ocorre “quando a escrita surge de formas decalcadas da fala” (FAULSTICH, 2001, p. 28).
- b) Variantes morfológicas: Para Faulstich, esta variante é “a que apresenta alternância de estrutura de ordem morfológica na constituição do termo, sem que o conceito se altere; a variação atua nos formantes do termo” (FAULSTICH, 2001, p. 28).
- c) Variantes sintáticas: Faulstich denomina variante sintática como aquela em que “há a substituição de uma parte do item lexical por outro com estrutura semelhante, formando uma mesma unidade terminológica” (FAULSTICH, 2001, p. 28).
- d) Variantes lexicais: De acordo com Faulstich, esta variação se dá quando “algum item da estrutura lexical da unidade terminológica complexa sofre apagamento ou

⁸⁸ chacune des formes existantes pour un terme (ISO 1087, 1990, p. 6).

movimento de posição, mas o conceito do termo não se altera” (FAULSTICH, 2001, p. 28). Foi incluída nesse tipo de variante a ocorrência de substituição de um dos elementos por outro de igual valor nos mesmos contextos.

- e) Variantes gráficas: Segundo Faulstich, as variantes gráficas são aquelas que “se apresentam sob forma gráfica diversificada, de acordo com as convenções da língua” (FAULSTICH, 2001, p. 28). Este tipo de variação decorre da forma escrita do termo.

As variantes terminológicas de registro: “são aquelas cuja variação decorre do ambiente de concorrência, no plano horizontal, no plano vertical e no plano temporal em que se realizam os usos linguísticos dos termos” e podem ser geográficas, de discurso e temporais (FAULSTICH, 2001, p. 28):

- a) Variantes de discurso: “Formas diferentes, em decorrência do uso em contextos discursivos de diferentes níveis, com o mesmo significado” (FAULSTICH, 2001, p. 29). Este tipo de variante ocorre em função do nível de língua ou registro, ou seja, popular, familiar, técnico, acadêmico, profissional.
- b) Variante temporal: “Aquele que se configura como mais usual no processo de variação e mudança, em que duas formas concorrem durante um tempo, até que uma forma se fixe como preferida” (FAULSTICH, 2001, p. 30).
- c) Variantes geográficas: “Formas diferentes, mas com o mesmo significado, em decorrência do uso em diferentes regiões em que se fala a mesma língua” (FAULSTICH, 2001, p. 29).

O terceiro tipo de variante terminológica, proposto por Faulstich (2001, p. 32) é a variante competitiva que se “caracteriza pela concorrência entre um termo em língua

estrangeira e um vernáculo. Estas variantes relacionam significados entre itens lexicais de línguas diferentes, os estrangeirismos ou os empréstimos”.

Para a autora, os empréstimos linguísticos são “itens lexicais que se originam de língua estrangeira e, depois, no contexto social da língua recebedora, se tornam variantes porque provocam o surgimento de uma forma vernacular equivalente, por causa do ambiente linguístico estranho à sua permanência natural” (FAULSTICH, 2001, p. 33).

Para Alpízar-Castillo, “a importação de um estrangeirismo é a resposta à necessidade de expressar um conceito gerado em uma área geográfica de língua diferente: o conceito é importado em sua forma original”⁸⁹ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 113). Segundo o autor, se “o estrangeirismo é um elemento que aparece suficientemente documentado nas fontes, e é frequentemente usado pelos especialistas”⁹⁰ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 119), ele pode ser incluído e definido em um obra terminográfica.

Aubert (1996, p. 17) menciona “o papel específico da língua inglesa na comunicação global que configura-se como o latim das relações internacionais contemporâneas”. Esta afirmação explica o motivo pelo qual encontramos muitos termos utilizados em inglês no conjunto terminológico das feiras de negócios. Por esta razão, decidimos manter esses termos em inglês, em alguns verbetes de nosso glossário.

De acordo com Barros (2004, p. 220), as unidades léxicas de uma língua “mantêm entre si relações de sentido que são de grande importância para a elaboração de um glossário, uma vez que delas depende a organização da macroestrutura, da microestrutura e do sistema de remissivas da obra”. Assim, para a autora, “há *sinonímia* quando um mesmo conceito é designado por significantes diferentes. É uma relação de equivalência no sentido matemático do termo” (BARROS, 2004, p. 221).

⁸⁹ la importación de un extranjerismo es la respuesta a la necesidad de expresar un concepto generado en una zona geográfica de lengua diferente: se importa el concepto con el la forma de su nominación (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 113).

⁹⁰ si el extranjeirismo es un elemento que aparece suficientemente documentado en las fuentes, porque es término del que hacen frecuente uso los especialistas (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 119).

Para Lyons, o “contexto é o espaço privilegiado para a criação de sinônimos e considera a sinonímia dependente do contexto no mais alto grau como nenhuma outra relação de sentidos” (BARROS, 2004, p. 221). Assim, não se pode falar de sinonímia em absoluto e sim de valor sinonímico.

Robert Galisson nos explica o conceito de *parassinonímia*:

Os parassinônimos são termos que podem ser considerados como tendo o mesmo sentido, mas cuja distribuição não é exatamente equivalente. O conceito de parassinonímia se distingue, assim, do de sinonímia, que recobre os termos tendo o mesmo sentido e a mesma distribuição, isto é, são comutáveis em todos os contextos e em todas as situações. Como não existem sinônimos perfeitos, é preferível falar de parassinônimos ou de sinônimos em discurso (GALISSON, 1979, p. 187, apud BARROS, 2004, p. 222).

De acordo com Barros, a parassinonímia de Galisson corresponde à *quase-sinonímia* em Terminologia, e um quase-sinônimo é “cada um dos termos de uma dada língua que designam um mesmo conceito, mas que se situam em níveis de língua ou em níveis de conceptualização diferentes ou que se empregam em situações de comunicação diferentes”⁹¹ (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 21).

Barros (2004, p. 222) nos dá exemplos para cada tipo de quase-sinônimos, de acordo com a classificação proposta pelo *Office de la Langue Française*:

- Quase-sinônimo de nível: Ex: dor de cabeça (língua geral) e cefaleia (língua especializada);
- Quase-sinônimos geográficos: Ex: abóbora (Brasil) e jerimum (Nordeste);
- Quase-sinônimos temporais: Ex: creme rinse e condicionador;
- Quase-sinônimos profissionais: Ex: conexão (avião) e baldeação (ônibus, trem e metrô);
- Quase-sinônimos de frequência: Ex: hanseníase (mais frequente) e hansenose (menos frequente);

⁹¹ chacun des termes d’une langue donné qui désignent une même notion, mais qui se situent à des niveaux de langue ou à des niveaux de conceptualisation différents ou qui s’emploient dans des situations de communication différentes (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 21).

- Quase-sinônimos de concorrência: Ex: impetigo neonatal (doença de pele) e impetigo neonatal de Ritter Von Ritterschein (síndrome da pele escaldada estafilocócica).

Segundo Barros (2004, p. 223), outras variantes também mantêm uma relação sinonímica entre si, como é o caso das:

- Variantes ortográficas: inamuanhangá e inhambuanhangá (tipo de ave);
- Variantes lexicais: software educacional e software educativo;
- Variantes morfossintáticas: lombo-d'acém e lombo-do-acém.

Estas variantes podem, segundo a autora, serem chamadas de quase-sinônimos ortográficos, quase-sinônimos lexicais e quase-sinônimos morfossintáticos.

Deste modo, os termos em relação sinonímica são contrários ao princípio de univocidade terminológica, proposto pela Teoria Geral da Terminologia de Wüster, segundo o qual, um único termo pode designar um conceito.

Barros (2004, p. 225) menciona, também, que “o registro de toda expressão em relação sinonímica é importante e pode ser registrada em um microparadigma apropriado (outras designações) e cada termo indicado neste microparadigma, constitui a entrada de um verbete remissivo”.

Em nossa pesquisa, encontramos exemplos de termos em relação de quase-sinonímia, principalmente através de variantes ortográficas e lexicais. Este fato pode ser explicado pelas diferenças de ortografia e léxico entre o inglês britânico e o inglês americano.

Podemos citar, como exemplo, o termo “estande”. Este conceito é designado por vocábulos diferentes em inglês. No inglês britânico, temos o termo *stand* e no inglês americano, temos o termo *booth*.

No que diz respeito à grafia, também existem diferenças ortográficas entre os vocábulos da variante americana e britânica. É o caso, por exemplo, de *convention centre*, no inglês britânico e *convention center*, no inglês americano.

Nesta pesquisa, apontaremos algumas diferenças em nível vocabular e ortográfico, entre o inglês britânico e o americano, não sendo este, entretanto, um dos objetivos específicos de nosso estudo.

É importante mencionar, também, a questão da homonímia. Segundo Barros (2004, p. 228), temos um caso de homonímia quando “dois ou mais conceitos, em relação de oposição disjuntiva, são designados por uma mesma expressão”. A autora cita, como exemplo de homonímia, manga (de camisa) e manga (fruta) que apesar de não terem nada a ver uma com a outra, do ponto de vista do conteúdo semântico, apresentam expressão igual e, portanto, são homônimas. Por possuírem a mesma grafia e pronúncia, estas palavras são consideradas homônimas homógrafas (mesma grafia), homófonas (mesma pronúncia). Podemos citar, por exemplo, o termo “expositor”, encontrado em nossa pesquisa. Este termo possui duas acepções distintas no português, podendo ser: (1) aquele que expõe seus produtos em uma feira; (2) o acessório ou suporte utilizado pelo expositor para expor os produtos no estande.

Neste item, apresentamos diferentes concepções no que diz respeito à problemática da variação linguística. No entanto, gostaríamos de ressaltar que, em nossa pesquisa, adotaremos a nomenclatura e os conceitos de variante terminológica utilizadas por Faulstich. A seguir, apresentamos os conceitos de *corpus* e Linguística de *Corpus*.

1.9 Linguística de *Corpus*

No campo da terminologia, a busca e o tratamento dos dados passaram a se fazer dentro do texto, ou melhor, dentro de um *corpus*. Por este, entende-se o “conjunto de dados linguísticos coletados para fins de análise”⁹² (ISO 1087, 2000, p. 11), ou o “conjunto de

⁹² ensemble de données linguistiques recueillies à des fins d’analyse (ISO 1087, 2000, p. 11).

documentos escritos ou orais relativos ao domínio estudado e que são utilizados em um trabalho metodológico”⁹³ (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 26).

De acordo com Berber Sardinha (2004, p. 17) *corpus* é uma “coletânea de porções de linguagem que são selecionadas e organizadas de acordo com critérios linguísticos explícitos, a fim de serem usadas como uma amostra da linguagem”. Para o autor, *corpus* pode ser definido, também, como uma “coletânea grande e criteriosa de textos naturais. Por criteriosa entende-se que deva refletir a variedade escolhida o mais fielmente possível” (BERBER SARDINHA, 2004, p. 18).

De acordo com a definição de Stella Tagnin (2004, p. 4), um *corpus* é “uma coletânea de textos em formato eletrônico, compilada segundo critérios específicos, considerada representativa de uma língua (ou da parte que se pretende estudar), destinada à pesquisa”.

Para Baker, *corpora* é “uma coletânea de textos legíveis por computador, e que podem ser analisados automaticamente de diferentes maneiras”⁹⁴ (BAKER, 1995, p. 225). Em sua metodologia, Baker define três tipos distintos de *corpora* eletrônicos: *corpora* paralelo, *corpora* multilígue e *corpora* comparável. Segundo a autora, *corpora* paralelo, inclui “textos na língua fonte (originais) e suas respectivas traduções”⁹⁵; *corpora* multilígue são “textos em diferentes línguas, selecionados por critérios semelhantes. Este tipo de *corpora* não inclui textos traduzidos”⁹⁶; *corpora* comparável é definido como “uma coletânea de textos em uma língua, juntamente com os textos traduzidos para mesma língua”⁹⁷ (BAKER, 1995, p. 230-244).

⁹³ ensemble des sources orales et écrites relatives au domaine étudié et qui sont utilisées dans un travail terminologique (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 26).

⁹⁴ a collection of texts held in machine-readable form and capable of being analyzed automatically in a variety of ways (BAKER, 1995, p.225).

⁹⁵ source language texts together with their translations (BAKER, 1995, p. 230).

⁹⁶ are bodies of texts in different languages which are all selected by means of similar design criteria, no translated text is included (BAKER, 1995, p. 232).

⁹⁷ as a collection of texts in one language together with the texts translated into the same language (BAKER, 1995, p. 244).

E ainda, de acordo com Biderman, o *corpus* linguístico informatizado define-se como “uma coletânea de textos selecionados segundo critérios linguísticos codificados de modo padronizado e homogêneo” (BIDERMAN, 2001, p. 79).

A utilização do computador dá aos estudos de *corpora* maior precisão e praticidade. Dessa atividade, nasceu uma verdadeira disciplina científica, a Linguística de *Corpus*, que segundo Berber Sardinha (2004, p. 3), trata-se de uma área em pleno desenvolvimento que se “dedica à exploração da linguagem por meio de evidências empíricas, extraídas por computador”. Para o autor, a Linguística de *Corpus* ocupa-se da “coleta e da exploração de *corpora*, ou conjuntos de dados linguísticos textuais coletados criteriosamente, com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística” (BERBER SARDINHA, 2004, p. 3).

De acordo com Barros, pode-se distinguir um *corpus* de análise de um *corpus* de referência: “o primeiro compõe-se dos textos dos quais serão recolhidas as unidades terminológicas que constituirão a nomenclatura, e o segundo, de textos de apoio, que servem para a complementação de informações” (BARROS, 2004, p. 202).

Para construir um *corpus* de uma variedade específica, neste caso, do âmbito das feiras de negócios, deve-se ser o mais seletivo possível na escolha dos exemplares, para que os mesmos reflitam de fato a variedade escolhida.

Neste sentido, Berber Sardinha (2004, p. 19) destaca os quatro pré-requisitos para a formação de um *corpus* eletrônico: “o *corpus* deve ser composto de textos autênticos, em linguagem natural; os textos devem ser escritos por falantes nativos; deve ser um conjunto representativo de uma variedade linguística ou mesmo de um idioma”.

No que diz respeito à tipologia, considerando a pesquisa em questão, estamos trabalhando com *corpora* escritos, especializados e bilíngues (originalmente escritos em português e em inglês).

Berber Sardinha ressalta, ainda, a importância de um *corpus* como fonte de informação, uma vez que “ele registra a linguagem natural realmente utilizada pelos falantes e escritores da língua em situações reais” (BERBER SARDINHA, 2004, p. 32).

Para Biderman (2003, p. 181), “o fato de o dicionário fundamentar-se em *corpus* autêntico da língua como ela é realmente utilizada pelos falantes confere a essa obra uma autoridade indiscutível”.

Da mesma maneira, Leech destaca que “a pesquisa baseada em *corpus* realmente mostra êxito, não apenas como um reconhecido paradigma para investigação linguística, mas como contribuição essencial para o desenvolvimento de *software* de processamento de língua natural”⁹⁸ (LEECH, 1991, p. 21).

A criação de base de dados textuais possibilita um rápido acesso às informações e sua construção é feita por meios eletrônicos. De acordo com Barros, um *corpus* textual digitalizado:

pode ser explorado, de modo eficaz, para estudos de diferentes tipos se o pesquisador contar com um bom programa de gerenciamento de bases textuais. Esses programas permitem localizar palavras, identificar colocações, fazer estudos estatísticos a respeito do comportamento dessas palavras em contexto, visualizar os contextos ou até ler a integralidade do texto em que a palavra se insere (BARROS, 2004, p. 269).

Para o levantamento das unidades terminológicas, Barros (2004, p. 208) afirma que “são necessários textos com alta densidade terminológica, tais como: obras de referência, dicionários terminológicos da área, catálogos de empresas, publicações científicas, artigos e revistas especializados, etc”.

Em nossa pesquisa, para a análise dos *corpora*, a identificação e a coleta dos termos, utilizamos a versão 6.0 do *WordSmith Tools* (SCOTT, 2012). Trata-se de um programa que reúne as principais ferramentas que o linguista de *corpus* precisa para identificar e listar

⁹⁸ a corpus-based research has truly taken off, not only as an acknowledged paradigm for linguistic investigation but as a key contribution to the development of natural language processing software.

palavras no seu contexto original. De acordo com Berber Sardinha, este programa é composto de três ferramentas principais:

- *Wordlist*: propicia a criação de listas de palavras. O programa é pré-definido para produzir, a cada vez, duas listas de palavras, uma ordenada alfabeticamente e outra classificada por ordem de frequência de palavras; o programa oferece ainda uma terceira janela na qual aparecem estatísticas relativas aos dados usados para a produção das listas (BERBER SARDINHA, 2004, p. 91).
- *Keywords*: permite a seleção de uma lista de palavras (ou mais) por meio da comparação de sua frequência com uma lista de referências. O resultado do contraste é uma lista de palavras-chave, ou palavras cujas frequências são estatisticamente diferentes nos *corpus* de estudo e no *corpus* de referência (BERBER SARDINHA, 2004, p. 96).
- *Concord*: produz concordâncias ou listagens das ocorrências de um item específico (chamado palavra de busca), acompanhado do texto ao seu redor. É utilizado para as análises de contexto dos termos (BERBER SARDINHA, 2004, p. 105).

Tagnin (2002, p. 204) define o *WordSmith Tools* como uma “ferramenta que fornece, a partir de textos pré-selecionados, concordâncias para a palavra de busca, *clusters* (agrupamentos frequentes), listas das palavras mais frequentes num texto, bem como palavras-chave de um texto”.

Por suas características, esta ferramenta é de grande utilidade para o desenvolvimento de glossários de áreas de especialidade, principalmente no que diz respeito à análise de termos e contextos de uso, essenciais na elaboração de glossários bilíngues de especialidade.

Para esta pesquisa, utilizamos as ferramentas *wordlist* e *keyword* para a coleta dos termos e a ferramenta *concord* para a análise e a busca dos contextos em que ocorrem os termos de nosso glossário.

Cabré exemplifica muito bem o trabalho de compilação e análise de termos a partir do uso de *corpora* e das ferramentas de processamento de *corpora*, ao afirmar que

a grande quantidade de textos digitalizados que se pode conseguir via Internet permite a criação de *corpora* de todas as temáticas. A aplicação a esses *corpora* de ferramentas de tratamento automático permite localizar e extrair a terminologia que contém e armazená-la em bases terminológicas. Os sistemas automáticos de extração de informação permitem também recuperar dos textos os contextos mais adequados e termos relacionados que sejam sinônimos, hiperônimos ou co-hipônimos do termo de entrada. Todas estas ferramentas, facilitam em grande medida o processo terminográfico de elaboração de glossários especializados⁹⁹ (CABRÉ, 2005, p. 6).

No próximo Capítulo, apresentamos um breve histórico do setor feirístico, a importância de participar em feiras, os tipos de feiras e o planejamento para a participação em feiras internacionais.

⁹⁹ la gran cantidad de textos digitalizados que pueden conseguirse vía Internet permiten la creación de *córpore* de todas las temáticas. La aplicación a estos *córpore* de herramientas de tratamiento automático permite localizar y extraer la terminología que contienen y almacenarla en bases terminológicas. Los sistemas automáticos de extracción de información permiten también recuperar de los textos los contextos más adecuados, y términos relacionados que sean sinónimos, hiperónimos o cohipónimos del término de entrada. Todas estas herramientas facilitan en gran medida el proceso terminográfico de elaboración de glosarios especializados (CABRÉ, 2005, p. 6).

2 O SETOR FEIRÍSTICO

Sobre a origem das feiras, Souza (2004) afirma que:

a formação de excedentes de produção dos produtos acredita-se ser a principal causa da origem das feiras. Com as sobras de uns e as faltas de outros, é que houve a necessidade de intercâmbio de mercadorias. A existência das feiras foi uma solicitação natural de um ambiente que congregasse todos os produtos que se estivessem disponíveis para outrem; e neste contexto, seria importante que se trocassem seus excessos em busca de outros produtos que não se houve condições de produzir (SOUZA, 2004, p. 197).

Matias (2002, p. 66) conceitua feira como “exibição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços”.

Para Giacaglia (2008, p. 42), “as feiras são eventos direcionados a segmentos específicos de mercado, têm duração média de uma semana e são organizados e comercializados por empresas especializadas no ramo”.

Para a autora, este tipo de evento é utilizado quando se deseja “atrair grande número de consumidores a um único local para lhes apresentar produtos e serviços de maneira bastante atraente e motivadora, induzindo-os à compra imediata” (GIACAGLIA, 2008, p. 43).

As feiras fazem parte de um dos elementos do marketing mix¹⁰⁰, a *promoção*. De acordo com Boone e Kurtz (1998, p. 392), a “promoção tem a função de informar, persuadir e influenciar as decisões de compra dos consumidores”. Para os autores, a mensagem promocional “procura despertar o interesse para o produto ou serviço. O estágio seguinte é convencer o comprador potencial da capacidade do produto satisfazer os seus desejos e produzir uma ação que possa levar a uma compra futura” (BOONE; KURTZ, 1998, p. 392).

Ainda, segundo os autores, os objetivos de uma promoção de vendas são:

1. Fornecer informações, ou seja, informar o mercado sobre a disponibilidade de um produto ou serviço particular;

¹⁰⁰ conjunto de decisões voltadas para o preço, o produto, a propaganda e a distribuição, com os quais a empresa pretende atingir o mercado, ou seja, o segmento de consumidores escolhidos como alvo (CORTINAS LOPES, 2010, p. 25).

2. Aumentar a demanda seletiva, ou seja, o desejo por uma marca específica;
3. Diferenciar o produto – *demanda homogênea* significa que o consumidor julga o produto da empresa virtualmente idêntico ao da concorrência. Assim, as empresas praticamente não têm nenhum controle sobre variáveis de marketing como preço. Na *demanda diferenciada*, permite-se uma maior flexibilidade nos diferentes passos da estratégia de marketing, inclusive, mudança de preço;
4. Acentuar o valor do produto – a promoção pode explicar aos compradores a melhor utilização de um produto, acentuando, desta forma, seu valor e justificando um preço mais alto no mercado;
5. Equilibrar as vendas – as vendas de uma empresa típica não são uniformes durante o ano. As flutuações nas vendas podem ser causadas por demandas cíclicas, irregulares ou sazonais. Equilibrar essas variações é frequentemente um objetivo da estratégia promocional da empresa (BOONE; KURTZ, 1998, p. 395-396).

Boone e Kurtz citam, ainda, a promoção de vendas através de mostras comerciais, que são “comumente organizadas por uma associação industrial de um setor e podem fazer parte de uma de suas convenções ou encontros anuais. Os fornecedores que servem o setor são convidados para expor e demonstrar seus produtos aos membros da associação” (BOONE; KURTZ, 1998, p. 430).

Para Churchill (2000, p. 453), a promoção de vendas é “a pressão de marketing realizada na mídia ou fora dela, aplicada durante um período limitado e pré-determinado e dirigida a consumidores, varejistas ou atacadistas, para estimular experiências com o produto e aumentar a demanda de consumo ou a disponibilidade do produto”. Segundo o autor, “as

promoções de vendas são normalmente projetadas para impelir rapidamente as vendas e, pelo menos teoricamente, criar lealdade” (CHURCHILL, 2000, p. 454).

Churchill afirma, também, que os profissionais de marketing:

de diversas áreas participam de exposições, feiras e eventos projetados para reunir produtores e clientes em determinado local. Nas exposições, os profissionais de marketing apresentam bens e serviços a clientes potenciais. Elas são úteis para atingir compradores organizacionais, sobretudo em setores onde os produtos têm preços elevados, e para ver o que os concorrentes estão fazendo. Embora se costume considerar as feiras comerciais como ferramenta de promoção de vendas para compradores organizacionais, algumas também visam aos consumidores em geral. Apesar de dispendioso participar de exposições, elas constituem um dos principais métodos de promoção (CHURCHILL, 2000, p. 494).

De acordo com Kotabe e Helsen (2000, p. 416), “as promoções de vendas referem-se a um conjunto de ferramentas de incentivo a curto prazo, que levam à vendas mais rápidas de um produto específico, junto aos consumidores ou aos canais de distribuição”. Os autores distinguem as promoções destinadas aos consumidores, ou seja, que visam diretamente o usuário final e as promoções destinadas aos canais de distribuição, ou seja, que visam os intermediários (KOTABE; HELSEN, 2000, p. 418).

Para Shimp (2009, p. 512), “as promoções são elaboradas para promover as compras que, sob a perspectiva do promotor da marca, significam vendas”. O autor afirma, ainda, que “as promoções comerciais são direcionadas aos atacadistas, varejistas e outros intermediários do marketing e não para os consumidores” (SHIMP, 2009, p. 527). De acordo com o autor, os objetivos das promoções comerciais são: “lançar produtos novos; reduzir estoques e aumentar a rotatividade; destacar as características do produto; enfrentar a atividade da concorrência e vender o máximo possível” (SHIMP, 2009, p. 527).

Kotler apresenta as etapas de uma venda eficaz, que coincidem, com as ações necessárias fora e dentro do estande em feira de negócios. O autor afirma que:

a primeira etapa da venda consiste em identificar e qualificar os clientes potenciais. As empresas podem, em seguida, qualificar as indicações contactando-as por telefone, a fim de avaliar seu nível de interesse e sua capacidade financeira. As indicações podem ser categorizadas como clientes potenciais quentes, mornos ou frios; os clientes potenciais quentes são

direcionados à equipe de vendas de campo e os mornos, à unidade de telemarketing. Mesmo assim, são necessárias cerca de 4 visitas a um cliente potencial para concluir uma transação (KOTLER, 2006, p. 627-628).

Assim, segundo o autor, temos a fase de prospecção e qualificação do cliente; a pré-abordagem e a abordagem do cliente no estande; a apresentação e demonstração do produto; a superação das objeções do cliente; o fechamento da venda e o acompanhamento pós-venda (KOTLER, 2006, p. 628).

Kotler (1998, p. 578) afirma que “as feiras estão entre as principais ferramentas de promoção destinadas à força de vendas e ao negócio”. Os expositores, segundo o autor, esperam vários benefícios de sua participação em uma feira, incluindo “a geração de novos negócios, a manutenção de contatos com clientes atuais, o lançamento de novos produtos, o atendimento de novos clientes, o aumento das vendas e a orientação a consumidores, através de publicações, filmes e audiovisuais” (KOTLER, 2006, p. 589).

Uma feira não é apenas um lugar de promoção e vendas. É muito mais do que isso.

Uma feira serve para as seguintes finalidades:

descobrir novos mercados; conhecer a concorrência; verificar se há condições de exportação; trocar experiências; iniciar acordos de cooperação e alianças estratégicas; organizar os canais de distribuição; avaliar a competitividade da empresa; descobrir novos clientes; avaliar as políticas de preço, de desconto e de formas de pagamento; fazer o lançamento de novos produtos; apresentar inovações; informar sobre a utilidade e formas de utilização dos produtos; fazer demonstrações educativas; conseguir representantes; treinar o pessoal de vendas; auxiliar no planejamento estratégico e vender produtos (SEBRAE, Manual de Feiras e Exposições, s.d)

De acordo com Pipkin (2000 p. 107), “a feira consiste, basicamente, em um ponto de encontro entre os interessados em vender e aqueles interessados em comprar”. Trata-se, portanto, de um instrumento de promoção comercial diferenciado dos demais veículos, uma vez que possibilita a apresentação do produto ao vivo ao seu potencial comprador.

Para Nickels e Wood (1999, p. 364), “uma feira de negócios é um evento no qual as empresas exibem seus produtos para consumidores atuais e potenciais e para os compradores

de diversas organizações”. Segundo os autores, “a exposição em uma feira de negócios é normalmente uma forma mais barata de iniciar os relacionamentos de troca do que fazer visitas de venda pessoais” (NICKELS; WOOD, 1999, p. 365). Os autores destacam, ainda, “a importância de a empresa fazer o acompanhamento do contato depois da feira através da comunicação com cada visitante interessado, decorridos alguns dias. Isso cria uma base sólida para um relacionamento duradouro” (NICKELS; WOOD, 1999, p. 365).

De acordo com Skrabe (2003, p. 2) uma feira de negócios seria “um espaço do mercado em que se promove a convergência da oferta e da demanda de uma ou mais categorias de produtos em um mesmo instante e lugar”. Ainda segundo o autor, uma feira de negócios é “um lugar para onde convergem vendedores e compradores interessados tanto em otimizar seu tempo como em buscar boas oportunidades de negócio” (SKRABE, 2003, p. 2).

Segundo Kotler (2000, p. 372), as feiras comerciais “atraem um grande número de compradores e o vendedor pode observar quanto interesse eles demonstraram pelo novo produto e quantos expressam intenções de compra ou fazem pedidos”. Para o autor, “uma das melhores maneiras de iniciar ou aumentar as atividades de exportação é participando de feiras no exterior” (KOTLER, 2000, p. 397).

Feiras no exterior são eventos que reúnem empresas em um mesmo local em um determinado país, com o objetivo de divulgar e comercializar produtos e serviços. Para Nickels e Wood (1999, p. 364), “as feiras de negócios internacionais permitem que empresas de todo o mundo se reúnam e troquem informações sobre os produtos”.

De acordo com o Manual de Procedimentos de Convênios da Apex, nos projetos de promoção comercial, “o tipo de feira no exterior mais comum é a feira setorial, cujas empresas expositoras são de um mesmo setor”. (Manual de Procedimentos de Convênios, APEX, 2011).

Segundo o manual “Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais” elaborado pela APEX (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), as feiras e exposições são “eventos intensos de divulgação e demonstração de produtos nas quais o expositor interage diretamente com o seu público-alvo, mensurando resultados e dirigindo ações específicas, desenvolvendo o que chamamos de *one to one marketing*”.

A APEX-Brasil atua para:

promover produtos e serviços brasileiros no exterior e para atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. Além disso, apoia técnica e financeiramente feiras e missões internacionais, objetivando levar empresas brasileiras para expor e comercializar produtos e serviços em espaços apropriados (Apex-Brasil, s.d).

2.1 A Importância do Setor das Feiras para a Economia

De acordo com o “Manual de Participação em Feiras Internacionais” elaborado pela EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, além de ser um local de compra e venda, as feiras possuem aspectos de grande importância, a saber:

- **Importância Comercial:** Uma feira é um centro de contatos comerciais que permite um grande número de encontros entre fornecedores e compradores, atuais ou potenciais, sobretudo se os compradores são estrangeiros. As feiras acontecem em períodos de lançamento de novos produtos e sempre em momentos que antecedem os períodos de alta temporada.
- **Importância Política:** Uma feira é o reflexo da importância, criatividade e dinamismo de determinado setor. É importante fator de progresso e atrai personalidades do mundo político, pesquisadores e meios de comunicação.
- **Importância Econômica:** A participação em feiras internacionais permite o desenvolvimento intenso de contatos comerciais e novos negócios, gerando divisas para o país.

- **Importância Tecnológica:** É um dos principais meios de divulgação e conhecimento das inovações e novas tecnologias, serviços e produtos.
- **Importância como Meio de Comunicação:** Nesses eventos, as empresas divulgam seus produtos para um público expressivo e diversificado. É também uma grande oportunidade de acesso à mídia do país em que a feira se realiza e à mídia especializada (Manual de Participação em Feiras Internacionais, EMBRATUR, s.d).

Segundo o manual “Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais”, elaborado pela APEX, as feiras e exposições “oferecem inúmeras oportunidades para a realização de negócios em termos de escala e de vantagens competitivas inigualáveis. Além da oportunidade real de comercialização, é também um momento de atualização de tecnologia e contato direto com o mercado”. Ainda, de acordo com este manual, as feiras trazem diversas vantagens para as empresas, entre elas podemos citar:

- **Abertura de Novos Mercados:** As feiras possibilitam contatos entre a empresa expositora e grande número de clientes e representantes de outros mercados, além daquele onde está ocorrendo o evento. Representantes, profissionais e técnicos poderão firmar inúmeras oportunidades de negócios, o que só é possível ocorrer de forma simultânea por se tratar de uma feira ou exposição de âmbito internacional.
- **Foco no Público-Alvo:** As feiras e exposições são segmentadas, o que significa ter um público com interesses comerciais e tecnológicos semelhantes, constituindo-se, assim, em excelentes oportunidades para compor situações comerciais ajustadas e bem-direcionadas. É um momento mercadologicamente potencial para o desenvolvimento de ações comerciais que alavancam as vendas.
- **Informações sobre o Mercado:** Dentre todas as variáveis ofertadas numa feira ou exposição, esta, com certeza, deverá ser encarada pela empresa com absoluto

interesse. É um momento ímpar de desenvolvimento de pesquisa e análise de mercado. São inúmeras informações sobre tendências, inovações tecnológicas, concorrência, exigências de consumo e adequações de produto que poderão ser observadas. Como qualquer outra experiência externa à empresa, as feiras e exposições são momentos especiais para ampliar conhecimentos, identificar novas oportunidades e principalmente observar experiências de outras empresas que possam valorizar ou sinalizar caminhos para o seu negócio.

- **Desenvolvimento e Adequação de Produtos e Serviços:** Por se tratar de um evento múltiplo em nível de demanda, a empresa pode colher informações de como melhorar, adequar ou inovar seus produtos frente à necessidade de mercado. Além das adequações que poderão ser incrementadas ao seu produto, a empresa também poderá observar evoluções consideráveis em nível de serviços ao cliente, o que certamente irá agregar valor ao produto final.
- **Fechamento de Negócios:** De todas as vantagens, esta é a de ação imediata. Em feiras e exposições internacionais, o fechamento de negócios faz parte do dia-a-dia do evento. A empresa precisa estar atenta e preparada para Rodadas de Negócios com sugestões de venda aos clientes em potencial (Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais, APEX, s.d).

A participação em feiras e eventos comerciais internacionais consolidou-se como o portão de entrada de produtos brasileiros no mercado externo e, conseqüentemente, o aumento de nossas vendas através das exportações, como pode ser observado através dos dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior:

relativamente a novembro de 2013, a exportação alcançou cifra de US\$ 20,861 bilhões e média diária de US\$ 1,043 bilhão, segundo maior valor e média diária para meses de novembro, sendo superado por novembro/2011, quando registrou US\$ 21,773 bilhões e US\$ 1,089 bilhão, respectivamente. Sobre novembro de 2012, as exportações registraram crescimento de 1,9%, e

de 5,1% em relação a outubro de 2013, pela média diária. As exportações de produtos manufaturados (US\$ 8,779 bilhões) registraram cifra recorde para meses de novembro; já os básicos e os semimanufaturados alcançaram valores de US\$ 9,129 bilhões e US\$ 2,483 bilhões, respectivamente. Sobre o ano anterior, cresceram pela média diária as exportações de básicos e manufaturados, enquanto decresceram as vendas de semimanufaturados (MDIC, 2013).

Cabe ressaltar que, o aumento das exportações brasileiras está diretamente relacionado à participação das empresas em feiras internacionais, já que se trata de um “momento singular de divulgação em que o expositor pode interferir e investir diretamente junto ao seu público-alvo, uma ação dentro do contexto de internacionalização de empresas. É um espaço privilegiado de promoção, divulgação e vendas” (Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais, APEX, s.d).

Algumas ações são chaves para o sucesso de uma participação em feiras internacionais: certificar-se de que os produtos da empresa estão prontos para o mercado e para a competição; definir objetivos claros; entrar na feira certa, planejar e orçar antecipadamente as despesas; ter uma representação eficaz na feira; fazer o follow-up adequado após a feira e exibir repetidamente, não apenas uma vez.

Para Kotabe e Helsen (2000, p. 419), as “feiras comerciais são partes vitais do pacote de comunicação de muitas empresas internacionais *business-to-business*”. Segundo os autores, “as feiras têm impacto direto, vendas feitas no estande, e indireto, sobre as vendas do expositor. O impacto indireto deve-se ao fato de que os visitantes se tornam mais interessados pelos produtos da empresa” (KOTABE; HELSEN, 2000, p. 419). Para estes autores, ao participar de uma feira internacional, as orientações seguintes podem ser úteis:

1. Decida em quais feiras irá participar com pelo menos um ano de antecedência.

Traduza manuais informativos e promocionais sobre os produtos e a lista de preços.

2. Ofereça farta literatura. Não deixe de levar alguém que conheça o idioma local ou contrate um tradutor.

3. Após a feira, envie materiais complementares a visitantes potenciais.
4. Procure o melhor local possível para instalar seu *stand*, por exemplo, em termos de tráfego de pessoas.
5. Planeje a melhor forma de exibir seus produtos e de informar sobre a empresa.
6. Finalmente é importante avaliar o impacto da participação em feiras no resultado da empresa (KOTABE; HELSEN, 2000, p. 419).

A principal vantagem de se conquistar mercados externos é a diminuição dos riscos do negócio. A seguir, estão listados alguns dos benefícios provenientes da internacionalização de empresas brasileiras, segundo o “Manual Básico de Exportação”, elaborado pelo FIESP em parceria com o SEBRAE/ SP:

1. O impacto positivo nas contas da empresa, já que há possibilidade de recebimento de pagamento antecipado das receitas de exportação, nesse caso, levando a melhoria no fluxo de caixa, na maximização do capital de giro e na redução de custos financeiros;
2. O incremento da competitividade, pois a logística da exportação, bem como a exposição do produto à concorrência internacional, exige aperfeiçoamento dos métodos de produção e de controle de qualidade;
3. A interação com novos mercados propicia o acesso e desenvolvimento de tecnologia e *know-how* para adequar o produto aos padrões de exigência dos novos mercados;
4. A possibilidade de economia de escala na produção, já que o aumento do número de clientes leva à redução do custo por unidade, aumentando também a capacidade de negociação na compra da matéria-prima, o que tende a reduzir mais ainda o custo de fabricação;
5. Os ganhos de *marketing* e *status*, uma vez que a exportação para mercados com alto grau de exigência por parte dos consumidores indica a alta qualidade do produto

exportado. Deste modo, o nome e a marca da empresa exportadora passam a ser uma referência em relação à concorrência (Manual Básico de Exportação, FIESP/SEBRAE, 2004).

2.2 Tipos de Feiras

Para participar, é essencial conhecer a natureza da feira, seu público e expositores. Em geral, as feiras se enquadram em quatro categorias, de acordo com o “Manual Básico de Exportação”, elaborado pelo FIESP em parceria com o SEBRAE/ SP:

- a) **feiras gerais:** são direcionadas ao grande público e concentram a exibição de artigos de consumo e de bens industriais;
- b) **feiras especializadas:** são direcionadas ao público profissional e organizadas em termos de segmentos (agricultura, indústria, serviços e comércio), setores (avicultura, informática, construção civil, etc.), mercados (saúde, educação, etc.) ou relação com o cliente (*franchising*, sub-contratação, etc.);
- c) **feiras de consumo:** são direcionadas ao público em geral e concentram a exibição de produtos para o comércio varejista;
- d) **feiras secundárias:** são limitadas ao público profissional e organizadas com maior regularidade. Trata-se da grande maioria das feiras (Manual Básico de Exportação, FIESP/SEBRAE, 2004).

De acordo com Chapman (1987), as feiras no Brasil podem assumir diferentes tipologias, dependendo da sua finalidade e da sua amplitude geográfica. Assim temos:

- feiras de revenda: feiras onde os compradores adquirem produtos para revenda;
- feiras de negócio para consumo final: feiras onde os compradores são empresas que adquirem produtos para serem consumidos pelas próprias empresas;
- feiras de retalho: feiras onde o comprador é o consumidor final;

- feiras internacionais: pelo menos 10% dos visitantes são estrangeiros;
- feiras nacionais: 40% dos visitantes viajam mais de 300 km para participar na feira;
- feiras regionais: 40% dos visitantes viajam menos de 300 km para participar na feira;
- feiras de público: são feiras dirigidas a interesses específicos. Trata-se de feiras que conjugam vendedores e compradores verticais; também conhecidas como feiras verticais ou setoriais;
- feiras de interesse geral: são feiras dirigidas a interesses mais genéricos. Trata-se de feiras que conjugam vendedores e compradores horizontais; também conhecidas como feiras horizontais ou multissetoriais (CHAPMAN, 1987).

E ainda, de acordo com Melim, em seu seminário “Como participar de uma feira ou exposição”, as feiras podem ser classificadas em três grandes grupos:

- a) Por abrangência geográfica – Neste grupo as feiras podem ser subdivididas em: locais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais.
- b) Público que se deseja atingir – Neste parâmetro é possível classificar as feiras em dois subgrupos:
 1. Voltadas ao público em geral: São feiras e exposições que atraem maior quantidade de visitantes. São interessantes pelo grande efeito de divulgação da marca e do produto ou serviço.
 2. Voltadas ao público especializado: Neste tipo de evento, o público visitante é menor em quantidade, mas muito exigente. A empresa deve apresentar as características e propriedades que diferenciem os seus produtos ou serviços dos demais fornecidos pelo mercado.
- c) Tipo de produtos e serviços expostos - Neste grupo as feiras podem ser classificadas em dois subgrupos:

1. multissetoriais: eventos que expõem produtos ou serviços de diversos setores ou áreas da economia;
2. unissetorial ou especializada: feiras voltadas a um determinado tipo de produto/serviço de um setor da economia (MELIM, s.d).

Assim temos: “feiras de interesse geral” ou “feira horizontal” ou “feira multissetorial” e as “feiras de público” ou “feira vertical” ou “feira setorial” ou “feira especializada”. Estas se referem às feiras de interesses específicos e público segmentado e aquelas se referem às feiras gerais, de interesse mais genérico e grande público.

2.3 O Planejamento Internacional

A pesquisa de mercado-alvo é fundamental para obter êxito na participação em feiras internacionais. Basicamente, essa pesquisa, segundo a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (ABINEE) deve abranger os seguintes aspectos:

- *Acesso ao mercado*: tarifas e cotas; taxas internas; restrições monetárias e regulamentações sanitárias e de segurança.
- *Potencial de mercado*: consumo (quantidades, valores, crescimento, tendências, padrões geográficos); importações (quantidades, valores, fontes e tendências); identificação dos principais segmentos e perspectiva para o produto.
- *Concorrência*: produção doméstica, volume e crescimento; fabricantes domésticos e estrangeiros atuando no mercado (nomes, percentuais, pontos fortes e pontos fracos); problemas com marcas e patentes; preços; características dos principais produtos no mercado e análise de razões para o sucesso de produtos que lideram o mercado.
- *Exigências quanto ao produto*: qualidades (cor, gosto, tamanhos, *design* e estilo, especificações técnicas, padrões comerciais, etc.) e embalagem (protetora e de

transporte, informação, exigências para o consumidor, preferências de cor e *design*, exigências legais).

- *Transporte*: serviços disponíveis no mercado; taxas de frete.
- *Canais de vendas e distribuição*: canais usuais para o produto; importância relativa, vantagens e desvantagens dos diferentes canais; expectativa de vendas e prazos de venda; prazo de entrega; tamanho usual dos pedidos; nomes e endereços dos principais importadores, distribuidores, importadores diretos, agentes, compradores; pós-venda e práticas usuais.
- *Propaganda e publicidade*: identificação do custo e prazo dos veículos disponíveis para publicidade e fontes e custos de tradução e serviços de impressão (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica, ABINEE, s.d).

A seguir, mencionamos algumas dicas importantes da série “Aprendendo a Exportar”, desenvolvida pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), para empresas que tenham interesse em participar de feiras no exterior. Antes de decidir participar de uma feira como expositor, procure investigar:

- i. Dados relativos a edições anteriores do evento - perfil do público visitante, empresas expositoras, número de visitantes, etc;
- ii. Situação política e econômica do país-sede do evento;
- iii. Se o seu produto está adequado ao mercado alvo - todos os detalhes devem ser avaliados: preço, qualidade, especificações técnicas, rotulagem, hábitos e preferências do cliente potencial, dentre outros. A não-observância desses detalhes pode causar prejuízos à imagem da empresa, além de ocasionar despesas desnecessárias;
- iv. Capacidade produtiva real da empresa para o cumprimento dos contratos dentro dos prazos;

- v. Custos da participação (aluguel de estande; envio de mercadorias; transporte; acomodação, etc);
- vi. Normas de importação da amostra do produto que se deseja expor (Aprendendo a exportar, MDIC, s.d).

Para colher os frutos da participação nas feiras, o exportador deve se unir a um agente, agregando o seu conhecimento do produto, com o conhecimento do agente do mercado importador. De qualquer maneira, o sucesso na feira internacional dependerá da capacidade do exportador em se preparar e se planejar para a feira.

No próximo Capítulo, apresentamos a metodologia de nossa pesquisa, a base de dados textual, a base de dados terminológica, as árvores de domínio em português e em inglês e os modelos de macroestrutura, microestrutura e sistema de remissivas de nosso glossário.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, apresentamos a metodologia utilizada em nossa pesquisa, a base de dados textual, a base de dados terminológica e os modelos de verbete preferencial e remissivo.

Depois da leitura e estudo da bibliografia que compõe a fundamentação teórica de nosso trabalho, reunimos *corpora* nas duas línguas-alvo de nossa pesquisa, que são constituídos de livros, artigos e revistas especializados, manuais, estudo de mercado das feiras, trabalhos acadêmicos, leis, decretos e portarias sobre feiras. Grande parte dos textos que constitui nosso *corpora*, encontra-se disponível na *Internet*, o que facilitou a construção da nossa base de dados textual.

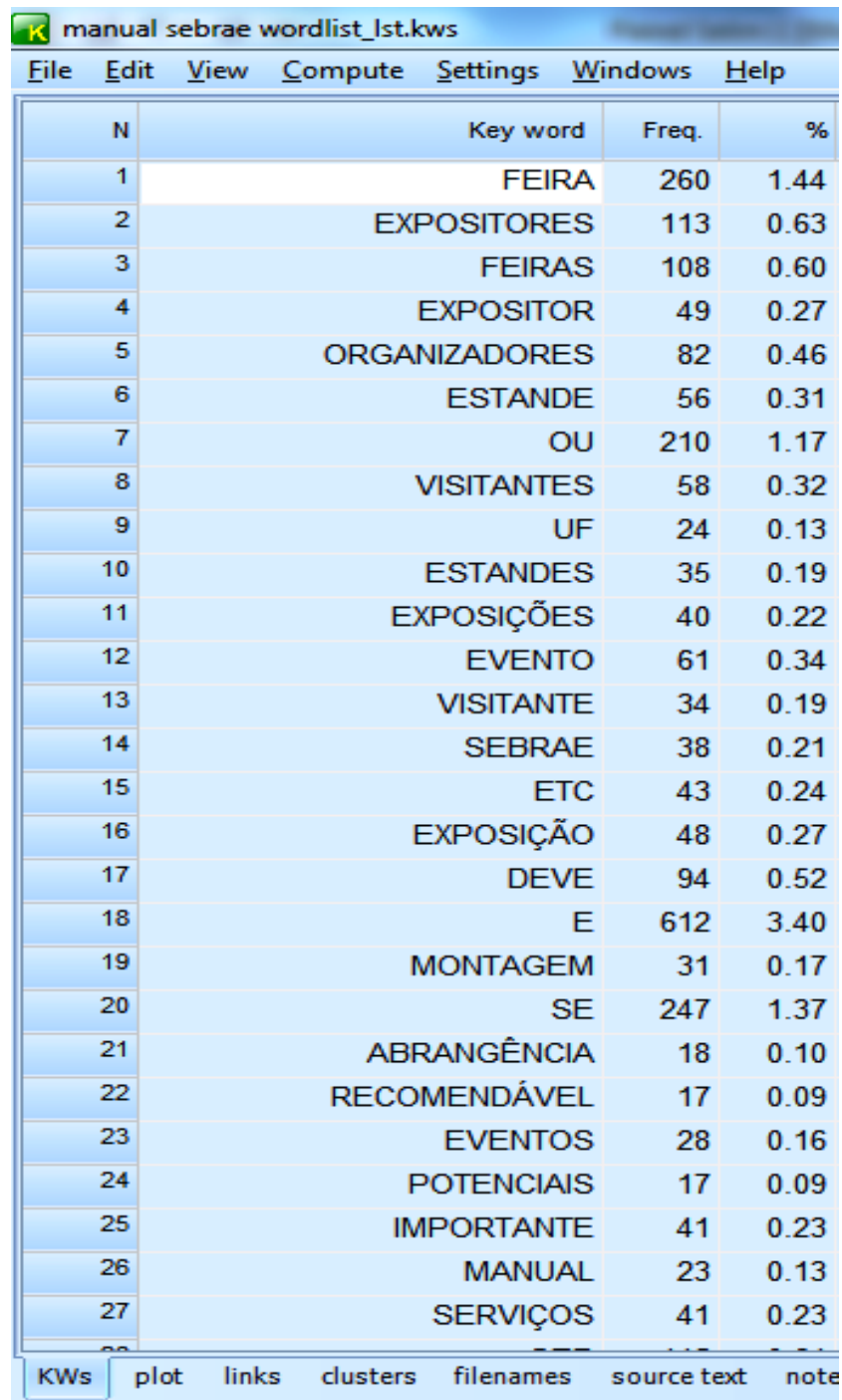
Em seguida, procedemos ao levantamento dos termos em português e em inglês, por meio do *software* para tratamento de *corpora*, *WordSmith tools* (versão 6.0), desenvolvido por Mike Scott (2012).

A seguir, confeccionamos duas *wordlists*, uma em português e uma em inglês. Estas *wordlists* foram comparadas a *wordlists* de *corpus* de referência nas duas línguas de nosso estudo, a saber: BNC (*British National Corpus*) e Folha de São Paulo. Deste modo, obtivemos como resultado duas listas de termos-chave (*keywords*) de nossa pesquisa. Em seguida, fizemos a pesquisa de concordância destes termos-chave no *concord*, para identificarmos a posição em que estes apareciam na frase, quais eram os termos coligados à direita e à esquerda e descobrimos, por exemplo, que a maioria apareciam à esquerda, como em: mapa da feira; planejamento da feira, visitante da feira, etc, a partir do termo “feira”. Observamos também ocorrências de termos à direita, como em: feira internacional, feira setorial, feira de consumo, etc.

Apresentamos, a seguir, um exemplo de lista de termos-chave confeccionada através do *WordSmith tools* (versão 6.0). Esta lista foi gerada a partir da comparação de uma lista de

palavras (*wordlist*) feita a partir do “Manual de Participação em Feiras e Exposições do SEBRAE” e do *corpus* de referência do português, Folha.

Figura 3.1: Exemplo de lista de termos-chave (*keywords*)



N	Key word	Freq.	%
1	FEIRA	260	1.44
2	EXPOSITORES	113	0.63
3	FEIRAS	108	0.60
4	EXPOSITOR	49	0.27
5	ORGANIZADORES	82	0.46
6	ESTANDE	56	0.31
7	OU	210	1.17
8	VISITANTES	58	0.32
9	UF	24	0.13
10	ESTANDES	35	0.19
11	EXPOSIÇÕES	40	0.22
12	EVENTO	61	0.34
13	VISITANTE	34	0.19
14	SEBRAE	38	0.21
15	ETC	43	0.24
16	EXPOSIÇÃO	48	0.27
17	DEVE	94	0.52
18	E	612	3.40
19	MONTAGEM	31	0.17
20	SE	247	1.37
21	ABRANGÊNCIA	18	0.10
22	RECOMENDÁVEL	17	0.09
23	EVENTOS	28	0.16
24	POTENCIAIS	17	0.09
25	IMPORTANTE	41	0.23
26	MANUAL	23	0.13
27	SERVIÇOS	41	0.23

At the bottom of the window, there is a tabbed interface with the following tabs: KWs, plot, links, clusters, filenames, source text, and note.

A seguir, apresentamos a tela do *concord*, através da qual podemos analisar o contexto em que o termo pesquisado ocorre, neste caso, o termo “feira”. Podemos, ainda, verificar quais termos aparecem à direita e à esquerda do termo analisado.

Figura 3.1: Modelo de linhas de concordância do termo-chave “feira” no *concord*

Concordance
de negócio até hoje. Participar de uma feira de negócios é uma importante de pequeno porte ou, até mesmo, uma feira setorial e profissional; Parte II – A avaliação da participação em uma feira é um item que merece atenção sua decisão de participação em uma feira como voluntário, ou seja, opcional, decisão de participar ou não de uma feira internacional, foi realizada uma • vender produtos. Escolha de uma feira Quando a decisão de participar de os custos envolvidos em uma feira internacional são os seguintes: consumidor. A participação em uma feira deve ser devidamente coordenada se interessaria em patrocinar uma feira? A resposta pode ser encontrada recrutamento de expositores para uma feira profissional são os cadastros das potenciais, sendo que em uma feira podem ser feitos mais contatos para as empresas participarem de uma feira é expor sua marca nestes durante a realização de uma feira e quais os objetivos e resultados as empresas a participar de uma feira de negócios e entretenimento Westphalen, a Expofred, uma feira de negócios e entretenimento para sua participação em uma feira ou exposição no exterior com a decisão de participar de uma feira ou de uma exposição faz parte da clientes, sobre seus preços. Uma feira pode servir para apresentar um É muito mais do que isso. Uma feira serve, entre outras, para as num espaço de tempo reduzido. Uma feira prepara-se durante vários meses, sectores de actividade) e somente uma feira analisada é sectorial (Feira participaram em mais que uma feira internacional. Tabela 6: de todas as pessoas presentes a uma feira ou exposição: expositores, de coordenação. Objetivos de uma feira Qualquer feira tem seus objetivos, planejamento da participação em uma feira e inclusive suas atividades expectativas aos visitantes de uma feira ou exposição. É nela que esses avaliação e controle de uma feira Podemos dizer que a atuação dos

Uma vez coletados os termos, constituímos uma base de dados terminológica bilingue. Esta base de dados terminológica é constituída de fichas terminológicas e foi criada com o apoio da ferramenta computacional *Access* 2010. Cada ficha terminológica é composta, de acordo com Aubert (1996, p. 73), dos seguintes campos:

- Entrada: espaço para se colocar o termo em português;
- Categoria gramatical do termo em português;
- Outras designações: espaço para se registrar as variantes do termo em português;
- Contexto 1: espaço para se registrar o contexto que atesta a validade do termo em português;
- Fonte 1: local reservado para se registrar o nome da fonte da qual foi retirado o contexto do termo em português;
- Contexto 2: espaço para se registrar o contexto que atesta a validade do termo em português;
- Fonte 2: local reservado para se registrar o nome da fonte da qual foi retirado o contexto do termo em português;
- Equivalente: espaço para registrar o termo equivalente em inglês;
- Categoria gramatical do termo em inglês;
- Outras designações: espaço para se registrar as variantes do termo em inglês;
- Contexto 1: espaço para se registrar o contexto que atesta a validade do equivalente em inglês;
- Fonte 1: local reservado para se registrar o nome da fonte da qual foi retirado o contexto do equivalente em inglês;
- Contexto 2: espaço para se registrar o contexto que atesta a validade do equivalente em inglês;

- Fonte 2: local reservado para se registrar o nome da fonte da qual foi retirado o contexto do equivalente em inglês.

Abaixo, podemos visualizar a nossa ficha terminológica preenchida. Vale mencionar, que as informações em português e em inglês estão presentes na mesma ficha terminológica para todos os termos de nosso glossário.

Figura 2.3: Modelo de ficha terminológica

Símbolo de Classificação
Entrada em português
feira
Categoria Gramatical português
n.f.
Outras designações
Contexto 1
"Na última década, dobrou o número de feiras realizadas na América do Norte. Atualmente, são mais de 10 mil exposições anuais, que reúnem mais de 50 mil empresas expositoras e recebem um público superior a 60 milhões de pessoas".
Fonte Contexto 1
Revista Feira & Cia, n. 74/75, p. 58
Contexto 2
"Matias (2002) conceitua feira como "exibição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços. Para Buendía (1991), as feiras se subdividem em três tipos: comerciais, industriais e promocionais".
Fonte Contexto 2
Feiras Setoriais como Locus de Inovação e Empreendedorismo - Lamounier Erthal Villela.

Equivalente em inglês
fair
Categoria gramatical inglês
n.f.
OUTDES INGLÊS
trade fair; trade show
Contexto inglês 1
"After having registered to a fair/exhibition, the exhibitor should ask the organizer for information materials about the event, like the hall plans and the exhibitors' manual. The next step is the development of a precise timetable regarding the preparative actions".
Fonte Contexto inglês 1
Historical Development of Fairs & Exhibitions
Contexto inglês 2
"The word "fair" in fact comes from the Latin "feria", which means "holy day". The differentiating factor between market and fair can be related to duration: markets were regular and frequent happenings, fairs were commercial events organized on special occasions".
Fonte Contexto inglês 2
Basics for organizing trade fairs - A guide for developing countries

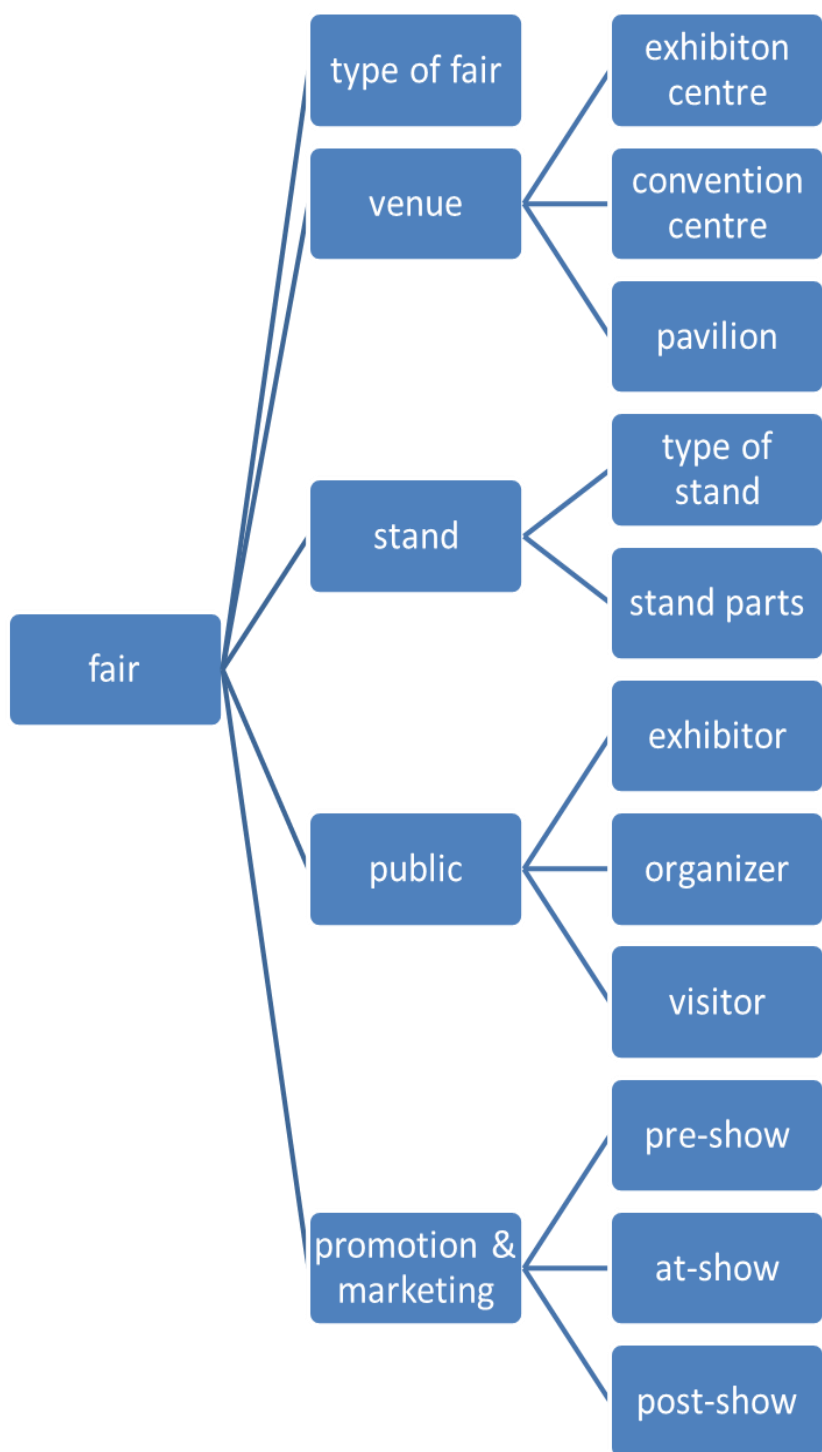
Após a coleta dos termos e o preenchimento das fichas terminológicas, passamos à elaboração dos sistemas conceituais, sendo um sistema conceptual em língua portuguesa e um sistema conceptual em língua inglesa.

Mostramos, abaixo, as árvores de domínio em português e inglês contendo os principais galhos de nossos sistemas nocionais:

Figura 3. 4 - Árvore de domínio em português



Figura 3.5 - Árvore de domínio em inglês



Uma vez coletados os termos, feita a organização dos mesmos em sistemas conceptuais e encontradas as equivalências, procedemos à elaboração da macroestrutura e da microestrutura de nosso glossário.

A macroestrutura adotada é a de um glossário bilíngue português-inglês/inglês-português, contendo lista de abreviaturas, sistemas nocionais nas duas línguas-alvo de nossa pesquisa e lista de entradas disposta em ordem alfabética. A microestrutura do verbete preferencial em português, contém a entrada na LP, neste caso o português e seus equivalentes na LC, neste caso o inglês. A microestrutura do verbete preferencial em inglês contém a entrada na LP, neste caso o inglês e seus equivalentes na LC, neste caso o português, conforme o modelo de verbete proposto por Babini (2001 b, p. 45-48):

Quadro 3.1: Modelo de microestrutura de verbete preferencial em português

1. Símbolo de classificação	Número estabelecido de acordo com a posição ocupada pelo termo no sistema conceptual
2. Entrada	Termo em língua portuguesa
3. Categoria gramatical	Categoria gramatical referente ao termo em português
4. Outras designações	Variante do termo estudado em língua portuguesa
5. Contexto 1	Texto em que ocorre o termo em português
6. Fonte 1	A fonte do contexto do termo em português
7. Contexto 2	Texto em que ocorre o termo em português
8. Fonte 2	A fonte do contexto do termo em português
9. Equivalente	Equivalente em inglês encontrado para o termo em português
10. Categoria gramatical	Categoria gramatical referente ao termo em inglês
11. Outras designações	Variante do termo estudado em língua inglesa
12. SN	(scope notes) notas

Quadro 3.2: Modelo de microestrutura de verbete preferencial em inglês

1. Símbolo de classificação	Número estabelecido de acordo com a posição ocupada pelo termo no sistema conceptual
2. Entrada	Termo em língua inglesa
3. Categoria gramatical	Categoria gramatical referente ao termo em inglês
4. Outras designações	Variante do termo estudado em língua inglesa
5. Contexto 1	Texto em que ocorre o termo em inglês
6. Fonte 1	A fonte do contexto do termo em inglês
7. Contexto 2	Texto em que ocorre o termo em inglês
8. Fonte 2	A fonte do contexto do termo em inglês
9. Equivalente	Equivalente em português encontrado para o termo em inglês
10. Categoria gramatical	Categoria gramatical referente ao termo em português
11. Outras designações	Variante do termo estudado em língua portuguesa
12. SN	(scope notes) notas

Quadro 3.3: Modelo de microestrutura de verbete remissivo em português

1. Símbolo de classificação	Número estabelecido de acordo com a posição ocupada pelo termo no sistema conceptual
2. Entrada	Termo + categoria gramatical + Ver (V.)
3. Contexto em Língua Portuguesa	Texto em que ocorre o termo em português
4. Fonte do Contexto	Fonte do contexto em português
5. SN	(scope notes) notas

Quadro 3.4: Modelo de microestrutura de verbete remissivo em inglês

1. Símbolo de classificação	Número estabelecido de acordo com a posição ocupada pelo termo no sistema conceptual
-----------------------------	--

2. Entrada	Termo + categoria gramatical + Ver (V.)
3. Contexto em Língua Inglesa	Texto em que ocorre o termo em inglês
4. Fonte do Contexto	Fonte do contexto em inglês
5. SN	(scope notes) notas

Como podemos observar, as microestruturas dos verbetes preferenciais e remissivos em português e em inglês contêm os mesmos campos.

A microestrutura dos verbetes dos termos preferenciais é composta de símbolo de classificação, termo-entrada, categoria gramatical, outras designações em português (variantes), contextos de uso em português, fontes dos contextos em português, equivalente em inglês, categoria gramatical, outras designações em inglês (variantes), contextos de uso em inglês, fontes dos contextos em inglês e notas.

O termo-entrada é escrito em negrito e com letra minúscula; a categoria gramatical é escrita em caracteres normais, sem negrito e de forma abreviada (ex: s.m.. = substantivo masculino).

A microestrutura do verbete remissivo apresenta-se com menor quantidade de informações, sendo composta de uma entrada, que se inicia com letra minúscula e em negrito, a categoria gramatical, a remissiva “V.” (Ver) que orienta o consulente sobre a entrada à qual deve dirigir-se para encontrar a informação de que precisa, o contexto de uso, a fonte do contexto e notas. A remissiva é utilizada para ligar outras designações do termo principal como, por exemplo, em:

expo – s. f. V. exposição

Neste caso, o leitor procura o termo **expo** e encontrará um verbete que o remeterá à entrada **exposição**.

É importante mencionar que, no campo OUTDES (outras designações) do verbete preferencial, o consulente encontrará as variantes para o termo pesquisado, as quais serão entradas de verbetes remissivos.

Mostramos, a seguir, um exemplo de verbete preferencial e verbete remissivo:

1. Verbete preferencial

Português-Inglês

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As **feiras** são oportunidades de mostrar produtos/serviços, conhecer novas fontes de comercialização e conquista de novos mercados. Contudo, para que a Feira seja um sucesso é necessário existir um planejamento antecipado, levando em consideração todas as variáveis possíveis".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Na última década, dobrou o número de **feiras** realizadas na América do Norte. Atualmente, são mais de 10 mil exposições anuais, que reúnem mais de 50 mil empresas expositoras e recebem um público superior a 60 milhões de pessoas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, n. 74/75, p. 58

EQUIVALENTE EM INGLÊS: fair

SN:

Inglês-Português

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1

ENTRADA EM INGLÊS: **fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "After having registered to a **fair**, the exhibitor should ask the organizer for information materials about the event, like the hall plans and the exhibitors' manual. The next step is the development of a precise timetable regarding the preparative actions".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The word "**fair**" in fact comes from the Latin "feria", which means "holy day". The differentiating factor between market and fair can be related to duration: markets were regular and frequent happenings, fairs were commercial events organized on special occasions".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira

SN:

2. Verbetes remissivo:

Português-Inglês

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expo**: V. exposição

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Os expositores e visitantes da ABF Franchising **Expo** poderão visitar as feiras da Semana Internacional da Alimentação e Hospitalidade (exceto a Fispal Tecnologia), pois não possuem bilheteria”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal

SN:

Inglês-Português

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **exposition**. V. exhibition

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibitor is typically a manufacturer or distributor of products or services specific or complementary to those industries authorized at the show. The typical buyer is an industrial end user, or distributor, within the industry segment hosting the **exposition**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SN:

No que diz respeito à validação dos termos de nosso glossário, consultamos profissionais da área de comércio exterior, especializados em feiras de negócios no Brasil e no exterior.

No próximo Capítulo, apresentamos o glossário contendo a lista de abreviaturas, os sistemas nocionais em português e em inglês e a lista de verbetes português-inglês/inglês-português do nosso glossário bilíngue dos termos fundamentais do setor feirístico.

4 GLOSSÁRIO

Apresentamos, neste capítulo, o glossário bilíngue português-inglês/inglês-português dos termos fundamentais do setor feirístico. Este glossário consta de 211 termos preferenciais em português, 211 termos preferenciais em inglês, 40 termos remissivos em português e 64 termos remissivos em inglês, perfazendo um total de 526 termos. Os verbetes estão ordenados alfabeticamente e não trazem definições.

A seguir, apresentamos, a lista de abreviaturas, os sistemas nocionais em português e em inglês e a lista de verbetes de nosso glossário dos termos fundamentais do setor feirístico.

4.1 Lista de Abreviaturas

Ao redigirmos a microestrutura de nosso glossário, nos utilizamos de algumas abreviaturas, listadas a seguir:

- **cat. gram.:** categoria gramatical
- **s.:** substantivo
- **n.:** noun (substantivo)
- **f.:** feminino
- **m.:** masculino
- **s.f.:** substantivo feminino
- **s.m.:** substantivo masculino
- **adv.:** advérbio
- **adj.:** adjetivo
- **loc.:** locução
- **V.:** Ver
- **OUTDES:** outras designações

4.2 Os Sistemas Nacionais

4.2.1 Sistema Ncional em Português

1. feira

- 1.1 exposição
- 1.2 feira anual
- 1.3 feira bienal
- 1.4 feira de consumo
- 1.5 feira de negócios
- 1.6 feira especializada
- 1.7 feira geral
- 1.8 feira horizontal
- 1.9 feira internacional
- 1.10 feira mista
- 1.11 feira multissetorial
- 1.12 feira nacional
- 1.13 feira regional
- 1.14 feira semestral
- 1.15 feira setorial
- 1.16 feira tradicional
- 1.17 feira vertical
- 1.18 feira virtual
- 1.19 feira livre
- 1.20 local da feira
- 1.21 planta da feira
- 1.22 tema da feira

2. tipo de local

- 2.1 centro de exposições
- 2.2 centro de convenções
- 2.3 pavilhão
 - 2.3.1 área de exposição
 - 2.3.2 área comum
 - 2.3.3 bilheteria
 - 2.3.4 corredor
 - 2.3.5 coluna
 - 2.3.6 área de carga
 - 2.3.7 área de descarga
 - 2.3.8 entrada do pavilhão
 - 2.3.9 estacionamento
 - 2.3.10 fluxo de visitantes
 - 2.3.11 hall de entrada

- 2.3.12 passadeira
- 2.3.13 piso do pavilhão
- 2.3.14 planta do pavilhão
 - 2.3.14.1 rua principal
 - 2.3.14.2 rua secundária
- 2.3.15 portão de entrada
- 2.3.16 posto médico
- 2.3.17 praça de alimentação
- 2.3.18 recepção
- 2.3.19 sala de imprensa
- 2.3.20 sanitário
- 2.3.21 sinalização

3. estande

3.1 tipos de estande

- 3.1.1 estande tipo península
- 3.1.2 estande ilha
- 3.1.3 estande com mezanino
- 3.1.4 estande coletivo
- 3.1.5 estande individual
- 3.1.6 estande de esquina
- 3.1.7 estande de uma face
- 3.1.8 estande vizinho
- 3.1.9 estande básico
- 3.1.10 estande construído
- 3.1.11 estande aberto
- 3.1.12 stande semi-aberto
- 3.1.13 estande fechado
- 3.1.14 estande padrão
- 3.1.15 estande misto
- 3.1.16 estande sustentável

3.2 partes do estande

- 3.2.1 mobiliário
- 3.2.2 carpete
- 3.2.3 comunicação visual
- 3.2.4 elevação frontal
- 3.2.5 elevação lateral
- 3.2.6 testeira de identificação do estande
- 3.2.7 nome da empresa
- 3.2.8 iluminação
- 3.2.9 parede divisória
- 3.2.10 aluguel
- 3.2.11 aluguel de estande

- 3.2.12 locação
 - 3.2.12.1 contrato de locação de estande
 - 3.2.12.2 locação de linha telefônica
 - 3.2.12.3 locação de mobiliário
- 3.2.13 número do estande
- 3.2.14 tamanho do estande
- 3.2.15 localização do estande
- 3.2.16 piso do estande
- 3.2.17 piso elevado
- 3.2.18 ponto de água
- 3.2.19 rampa de acesso
- 3.2.20 sala de reuniões
- 3.2.21 depósito
- 3.2.22 equipamentos de audiovisual
- 3.2.23 serviços de telecomunicação
- 3.2.24 decoração do estande
- 3.2.25 degustação
- 3.2.26 demonstração
- 3.2.27 design do estande
- 3.2.28 projeto do estande
- 3.2.29 layout do estande
- 3.2.30 limpeza do estande
- 3.2.31 montagem
 - 3.2.31.1 montagem do estande
- 3.2.32 desmontagem
 - 3.2.32.1 desmontagem do estande
- 3.2.33 planta baixa
- 3.2.34 seguro
- 3.2.35 serviço de bufê
- 3.2.36 treliça
- 3.2.37 metragem do estande

4. público

4.1 expositor

- 4.1.1 expositor principal
- 4.1.2 expositor estrangeiro
- 4.1.3 expositor nacional
- 4.1.4 coexpositor
- 4.1.5 intérprete
- 4.1.6 recepcionista
- 4.1.7 staff
- 4.1.8 vendedor
- 4.1.9 pessoal do estande
- 4.1.10 segurança do estande

4.2 organizadora

- 4.2.1 montadora
- 4.2.2 promotora
- 4.2.3 prestador de serviços
- 4.2.4 segurança

4.3 visitante

- 4.3.1 visitante da feira
- 4.3.2 visitante estrangeiro
- 4.3.3 visitante nacional
- 4.3.4 visitante profissional
- 4.3.5 cliente
 - 4.3.5.1 cliente atual
 - 4.3.5.2 cliente novo
 - 4.3.5.3 cliente potencial
- 4.3.6 agente
- 4.3.7 fornecedor
- 4.3.8 concorrente
- 4.3.9 comprador
- 4.3.10 consumidor
 - 4.3.10.1 consumidor final
- 4.3.11 distribuidor
- 4.3.12 fabricante
- 4.3.13 atacadista
- 4.3.14 participante
- 4.3.15 patrocinador
- 4.3.16 prospects
- 4.3.17 público geral
- 4.3.18 público-alvo
- 4.3.19 representante de vendas
- 4.3.20 tomadores de decisão
- 4.3.21 imprensa
- 4.3.22 freguês

5. promoção e marketing**5.1 pré-feira**

- 5.1.1 manual do expositor
- 5.1.2 divulgação da feira
- 5.1.3 mala direta
- 5.1.4 contrato de participação
- 5.1.5 convite
- 5.1.6 ficha de inscrição
- 5.1.7 ingresso
- 5.1.8 patrocínio

- 5.1.9 pesquisa de mercado
- 5.1.10 planejamento da feira
- 5.1.11 plano de marketing
- 5.1.12 treinamento da equipe

5.2 durante a feira

- 5.2.1 material de exposição
- 5.2.2 material promocional
 - 5.2.2.1 banner
 - 5.2.2.2 display
 - 5.2.2.2.1 display pantográfico
 - 5.2.2.2.2 display de chão
 - 5.2.2.3 cartão de visita
 - 5.2.2.4 amostra
 - 5.2.2.5 brinde
 - 5.2.2.6 cartaz
 - 5.2.2.7 folheto
 - 5.2.2.8 gráficos
 - 5.2.2.9 press release
 - 5.2.2.10 press kit
 - 5.2.2.11 catálogo de produto
 - 5.2.2.12 catálogo da feira
 - 5.2.2.13 mostruário
- 5.2.3 crachá
- 5.2.4 credencial
 - 5.2.4.1 credencial de expositor
 - 5.2.4.2 credencial de imprensa
 - 5.2.4.3 credencial de montador
 - 5.2.4.4 credencial de segurança
 - 5.2.4.5 credencial de visitante
- 5.2.5 credenciamento
- 5.2.6 estratégia de marketing
- 5.2.7 mix de marketing
- 5.2.8 produtos e serviços
- 5.2.9 promoção de vendas
- 5.2.10 registro de contato
- 5.2.11 evento paralelo
 - 5.2.11.1 congresso
 - 5.2.11.2 seminário
- 5.2.12 lista de preços
- 5.2.13 transporte
- 5.2.14 venda direta
- 5.2.15 vitrine
- 5.2.16 totem

5.3 pós-feira

- 5.3.1 acompanhamento
- 5.3.2 condições de entrega
- 5.3.3 condições de pagamento
- 5.3.4 data de entrega
- 5.3.5 frete
- 5.3.6 pedido de compra

4.2.2 Sistema Nocional em Inglês

1. fair

- 1.1 annual trade fair
- 1.2 biannual trade fair
- 1.3 biennial trade fair
- 1.4 branch trade fair
- 1.5 consumer fair
- 1.6 exhibition
- 1.7 general trade fair
- 1.8 horizontal trade show
- 1.9 international trade fair
- 1.10 mixed show
- 1.11 multi-branch trade fair
- 1.12 national trade fair
- 1.13 regional trade fair
- 1.14 specialized trade fair
- 1.15 trade fair
- 1.16 traditional fair
- 1.17 vertical trade show
- 1.18 virtual fair
- 1.19 market fair

2. venue

- 2.1 exhibition centre
- 2.2 convention centre
- 2.3 pavilion
 - 2.3.1 exhibition area
 - 2.3.2 common area
 - 2.3.3 ticket
 - 2.3.4 ticket office
 - 2.3.5 aisle
 - 2.3.6 column
 - 2.3.7 loading area
 - 2.3.8 unloading area

- 2.3.9 pavilion entrance
- 2.3.10 car parking
- 2.3.11 traffic flow
- 2.3.12 entrance area
- 2.3.13 aisle carpeting
- 2.3.14 pavilion floor
- 2.3.15 fairground layout
 - 2.3.15.1 main aisle
 - 2.3.15.2 cross aisle
- 2.3.16 show floor plan
- 2.3.17 entrance door
- 2.3.18 medical station
- 2.3.19 food court
- 2.3.20 reception
- 2.3.21 press room
- 2.3.22 toilet
- 2.3.23 signage

3. stand

3.1 types of stand

- 3.1.1 peninsula booth
- 3.1.2 island stand
- 3.1.3 two-storey stand
- 3.1.4 collective stand
- 3.1.5 corner stand
- 3.1.6 green booth
- 3.1.7 neighboring stand
- 3.1.8 individual stand
- 3.1.9 row stand
- 3.1.10 standard booth
- 3.1.11 basic stand
- 3.1.12 custom booth
- 3.1.13 mixed stand
- 3.1.14 open stand
- 3.1.15 partially open stand
- 3.1.16 closed stand
- 3.1.17 truss system

3.2 parts of stand

- 3.2.1 furniture
- 3.2.2 carpet
- 3.2.3 visual communication
- 3.2.4 front elevation
- 3.2.5 lateral elevation

- 3.2.6 header
- 3.2.7 company name
- 3.2.8 illumination
- 3.2.9 dividing wall
- 3.2.10 rental
 - 3.2.10.1 stand rental
 - 3.2.10.2 booth rental agreement
 - 3.2.10.3 rental of telephone line
 - 3.2.10.4 furniture rental
- 3.2.11 square metre of stand
- 3.2.12 stand number
- 3.2.13 stand size
- 3.2.14 stand location
- 3.2.15 stand floor
- 3.2.16 raised floor
- 3.2.17 water supply
- 3.2.18 access ramp
- 3.2.19 discussion area
- 3.2.20 storage
- 3.2.21 audio visual equipment
- 3.2.22 telecommunication service
- 3.2.23 stand decoration
- 3.2.24 tasting
- 3.2.25 demonstration
- 3.2.26 stand design
- 3.2.27 stand layout
- 3.2.28 stand project
- 3.2.29 stand cleaning
- 3.2.30 assembly
 - 3.2.30.1 stand assembly
- 3.2.31 disassembly
 - 3.2.31.1 stand disassembly
- 3.2.32 stand staff
- 3.2.33 blueprint
- 3.2.34 insurance
- 3.2.35 catering

4. public

4.1 exhibitor

- 4.1.1 main exhibitor
- 4.1.2 foreign exhibitor
- 4.1.3 national exhibitor
- 4.1.4 co-exhibitor
- 4.1.5 interpreter

- 4.1.6 hostess
- 4.1.7 staff
- 4.1.8 salesperson
- 4.1.9 stand security

4.2 organizer

- 4.2.1 assembler
- 4.2.2 promoter
- 4.2.3 contractor
- 4.2.4 security guard

4.3 visitor

- 4.3.1 foreign visitor
- 4.3.2 national visitor
- 4.3.3 trade visitor
- 4.3.4 trade fair visitor
- 4.3.5 customer
 - 4.3.5.1 current customer
 - 4.3.5.2 new customer
 - 4.3.5.3 potential customer
- 4.3.6 agent
- 4.3.7 supplier
- 4.3.8 competitor
- 4.3.9 buyer
- 4.3.10 consumer
- 4.3.11 distributor
- 4.3.12 manufacturer
- 4.3.13 wholesale dealer
- 4.3.14 attendee
- 4.3.15 sponsor
- 4.3.16 prospects
- 4.3.17 general public
- 4.3.18 targeted audience
- 4.3.19 sales representative
- 4.3.20 decision maker
- 4.3.21 end-user

5. promotion and marketing

5.1 pre-fair

- 5.1.1 exhibitor manual
- 5.1.2 pre-show advertising
- 5.1.3 direct mail
- 5.1.4 participation contract
- 5.1.5 invitation

- 5.1.6 application form
- 5.1.7 sponsorship
- 5.1.8 market research
- 5.1.9 trade fair planning
- 5.1.10 marketing plan
- 5.1.11 staff training
- 5.1.12 trade fair theme

5.2 at-show

- 5.2.1 exhibit material
- 5.2.2 promotional material
 - 5.2.2.1 banner
 - 5.2.2.2 display
 - 5.2.2.2.1 pop up display
 - 5.2.2.2.2 floor display
 - 5.2.2.3 business card
 - 5.2.2.4 sample
 - 5.2.2.5 giveaways
 - 5.2.2.6 poster
 - 5.2.2.7 leaflet
 - 5.2.2.8 graphics
 - 5.2.2.9 press
 - 5.2.2.9.1 press release
 - 5.2.2.9.2 press kit
 - 5.2.2.9.3 press office
 - 5.2.2.10 product catalog
 - 5.2.2.11 trade fair catalogue
- 5.2.3 name badge
- 5.2.4 credential
 - 5.2.4.1 exhibitor credential
 - 5.2.4.2 press credential
 - 5.2.4.3 assembler credential
 - 5.2.4.4 security credential
 - 5.2.4.5 visitor credential
- 5.2.5 registration
- 5.2.6 marketing strategy
- 5.2.7 marketing mix
- 5.2.8 products and services
- 5.2.9 sales promotion
- 5.2.10 lead
- 5.2.11 side event
 - 5.2.11.1 seminar
 - 5.2.11.2 conference
- 5.2.12 price list

5.2.13 transportation

5.2.14 direct sale

5.2.15 glass case

5.2.16 totem

5.3 post-show

5.3.1 follow-up

5.3.2 delivery terms

5.3.3 terms of payment

5.3.4 delivery date

5.3.5 freight

5.3.6 order

4.3 Lista dos Verbetes

A seguir, trazemos a lista dos verbetes, português-inglês e inglês-português, do nosso Glossário Bilingue dos Termos Fundamentais do Setor Feirístico.

4.3.1 Glossário Bilingue: Português-Inglês

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **acompanhamento**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: follow-up

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Como apresentamos, o profissional deve estar atento ainda ao controle e **acompanhamento** de todas as atividades no estande, prezando pela eficiência na utilização dos métodos adequados, e pela eficácia, não perdendo de vista os resultados esperados”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “**Acompanhamento** dos expositores: é sempre recomendável que o profissional que cuidou de todas as providências até aqui seja o mesmo que estará na feira apoiando localmente os expositores, certificando-se de que tudo o que foi tratado e pactuado seja cumprido à risca”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: follow-up

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **agente**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Aconselhamos que seja elaborado e firmado entre expositor e **agente** que virá a ser responsável pelo estande, documento relacionando todos os equipamentos/itens do estande os quais ficarão sob a responsabilidade do agente".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As feiras especializadas oferecem excelente oportunidade para seleção de **agente** ou importadores/distribuidores, especialistas em determinados produtos ou setores, rumo ao objetivo de inserção inicial em determinado mercado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais - Dicas para feiras Abinee

EQUIVALENTE EM INGLÊS: agent

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **aluguel**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Previsão de serviços adicionais, como eletricidade, gás, água, lixo, telefone e flores. Os serviços de gás e consumo elétrico podem estar incluídos no **aluguel** ou serem cobrados à parte, bem como locação de móveis e tapetes e serviços de limpeza do estande, caso não estejam incluídos na locação do espaço".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais - Dicas para feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Basicamente, os custos envolvidos em uma feira internacional são os seguintes: registro (no catálogo oficial da feira), estande (**aluguel**, custo de instalação, acessórios e limpeza) e promoção (passagem aérea, hotel, refeições, locomoção, pessoal contratado)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exportação Passo a Passo - MRE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: rental

SN: Em inglês temos os termos *rent* (US) e *hire* (UK) que significam pagar para usar alguma coisa por período curto de tempo; *lease*: fazer um acordo legal por meio do qual dinheiro é pago para utilizar uma propriedade, edifício, veículo ou um equipamento por um período de tempo acordado; *let* (UK): o ato de permitir que alguém use sua casa ou propriedade, etc. em troca de pagamentos regulares (*Cambridge Dictionaries Online*)).

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **aluguel de espaço**: V. aluguel de estande

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As empresas que participam como co-expositoras têm um custo consideravelmente menor no **aluguel de espaço** nas feiras e também não precisam preocupar-se com montagem, desmontagem e decoração do stand, o que possibilita um

melhor aproveitamento de tempo para planejamento das ações, bem como redução do volume de material a ser levado”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **aluguel de estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: aluguel de espaço; locação de espaço

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Padrão de orçamento para feiras no exterior - Despesas Básicas: **aluguel de estande**; energia elétrica; outras despesas – crachás de identificação e estacionamento; montagem, decoração e layout; montagem e desmontagem do estande; decoração – móveis, carpete, iluminação, equipamentos, etc”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “O objeto do presente contrato é o **aluguel de um estande** de ...m², com montagem básica, localizado no nº...da planta do Latin America - Transmission and Distribution Congress, a ser realizado de 08 a 10 de Novembro de 2010, no Frei Caneca Shopping e Convention”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Contrato de Aluguel de Estande

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand rental

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **amostra**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Serão permitidos distribuição de brindes, **amostras**, folhetos e catálogos, exclusivamente no interior da sua área, reservando-se à promotora o direito de fazer cessar a distribuição sempre que esta estiver ocasionando tumulto, aglomerações ou distúrbios”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “Qualquer tipo de degustação e distribuição de brindes, **amostras** e folhetos limitar-se-á ao interior do estande, cabendo a Inovar interrompê-la cada vez que ocasionar aglomerações tais que venham a prejudicar o fluxo normal dos visitantes do evento”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: sample

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **antes da feira**: V. pré-feira

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adv.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “**Antes da feira**: selecione adequadamente a feira. Mais vale

participar da principal feira do setor do que em várias com pouca importância; programe-se com bastante antecedência; reserve o stande. Os primeiros garantem os melhores lugares".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Dicas de Como Participar de Feiras - SEBRAE Vitória 2004

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **após a feira**: V. pós-feira

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adv.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A essas assessorias compete, ainda, a articulação com os veículos de comunicação, a preparação das matérias para divulgação (press releases) ou, até mesmo, a indicação para contratação de outros profissionais, quando for o caso, para uma melhor cobertura antes, durante e **após a feira**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **área comum**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O projeto arquitetônico determina as áreas individuais (espaço para estandes), os corredores para o tráfego de pessoas, as **áreas comuns**, as áreas reservadas, entre outras, tendo em conta a área de exposição e seus aspectos construtivos, principalmente a existência de colunas de sustentação, rede de energia elétrica, rede hidráulica, etc."

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Durante a realização do evento, a promotora, por meio de empresa especializada, manterá equipe de segurança em plantão permanente nos pavilhões. Esse serviço tem por objetivo preservar a ordem das **áreas comuns**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: common area

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **área de carga**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A **área de carga** e descarga é de uso exclusivo para montagem e desmontagem, não podendo ser utilizada para estacionamento de veículo. Caso o veículo permaneça além dos horários de tolerância permitidos, haverá cobrança conforme tabela afixada nos acessos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “É proibida a permanência de veículo de passeio na **área de carga** e descarga, bem como de veículos de cargas no interior dos pavilhões. Obs.: os valores do estacionamento estão sujeitos a alteração para o período do evento”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: loading area

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **área de circulação**: V. via de circulação

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Jardins, flores e plantas serão permitidas quando contidos em vasos, cestos ou outros recipientes, de forma que ao serem aguados, não causem qualquer vazamento que possa danificar o material da montagem básica, prejudicar os estandes de expositores vizinhos ou manchar a passarela da **área de circulação** do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **área de descarga**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Durante as montagens que antecedem os eventos, serão distribuídos folhetos explicativos nos portões, indicando a administração do estacionamento, para maiores detalhes sobre procedimentos na desmontagem, **áreas de carga e descarga**, retirada da credencial de acesso etc”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2013

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “É proibida a permanência de veículo de passeio na **área de carga e descarga**, bem como de veículos de cargas no interior dos pavilhões”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: unloading area

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **área de exposição**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Tudo dependerá da área escolhida e dos propósitos do expositor na feira. Há estandes de meio de quadra (ilha), de esquina e de fundo. Podem ter escritório(s) fechado(s), copa, bar, depósito ou nada disso, apenas mesas de reunião e **área de exposição**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Existem números que indicam que 45 instituições, que fazem parte da União Brasileira dos Promotores de Feiras – UBRAFE, realizaram em 2011, 180 feiras, reunindo cerca de 43 mil empresas dos mais variados segmentos que atenderam um público estimado de 4,6 milhões de pessoas em 3.200.000m² de **área de exposição**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibition area

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **atacadista**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Um canal de nível conta com um único intermediário de vendas, como um varejista. Um canal de dois níveis conta com dois intermediários. Nos mercados de bens de consumo, estes são normalmente um **atacadista** e um varejista. Um canal de três níveis contém três intermediários".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: KOTLER, Philip. Administração de Marketing (2000)

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Não existe nenhuma modalidade de convite para visita à exposição. A participação na feira fica rigorosamente restrita aos profissionais devidamente inscritos. As empresas que desejarem oferecer credenciais a supermercadista, **atacadista**, distribuidor, fornecedores, hotelaria e restaurante, deverão adquiri-las através da ficha de inscrição".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: wholesale dealer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.20

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **banheiro**: V. sanitário

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: " Numa feira muito grande, onde as pessoas têm que caminhar por muitos corredores, quanto mais para o final, pior: as pessoas chegam cansadas e desatentas. Por isso, é importante obter da empresa promotora a planta do pavilhão, verificar a posição das entradas e saídas, a localização dos concorrentes, a posição dos **banheiros** e da praça de alimentação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **banner**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Através do Formulário 17, expositores com áreas acima de 50m² poderão solicitar a instalação de **banner** sobre seus estandes. Nota: O banner deverá ser produzido pelo expositor em tamanho padrão (2.80m de largura x 3.50m de altura) e deverá ser impresso nas 2 faces".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os principais itens de despesas referem-se a: tipo de recinto expositor (fechado ou coberto); produto que exige instalação específica e transporte especializado, interno e fora da feira; compra de display, **banner**, estandarte e custos de montagem, armazenagem, testes, transporte e embarque/desembarque".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A Importância da Participação das Empresas em Feiras e Exposições Internacionais - Dicas para Feiras Abinee

EQUIVALENTE EM INGLÊS: banner

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **bilheteria**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Elabore regulamento específico para sorteio de prêmios e coloque-os em displays dispostos na área de circulação e próximo a **bilheteria**; defina a questão do credenciamento e do valor do ingresso e estabeleça a quantidade de credenciais para cada estande ou boxes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Como Fazer

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os expositores e visitantes da ABF Franchising Expo poderão visitar as feiras da Semana Internacional da Alimentação e Hospitalidade (exceto a Fispal Tecnologia), pois não possuem **bilheteria**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Fispal

EQUIVALENTE EM INGLÊS: ticket office

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **brinde**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Brindes** podem ser distribuídos nas feiras, tais como canetas, abridores de cartas, chaveiros, bottons, etc. Esse tipo de brinde deve ter a estampa com o nome e a logomarca da empresa. É uma forma simpática de agradecer alguém pela visita ao estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As feiras são ótimos espaços para o lançamento de produtos, degustação, demonstrações de novas técnicas e equipamentos, distribuição de amostras, **brindes**, folhetos etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras são vitrine dos pequenos negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: giveaways

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **carpete**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Estrutura Octanorm, placas TS brancas, arandelas e/ou lâmpadas “spot lights” de 100 W, na razão de uma para cada três metros quadrados de estande, um ponto de alimentação de 220/110 W por estande, disjuntor protetor de circuito, **carpete** tipo forração na cor grafite e aplicado diretamente no piso (...)"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Para a fixação de **carpete** diretamente no piso do pavilhão, somente poderá ser utilizada fita dupla face das seguintes marcas: 3M referência 4880 ou ADERE código 462, sendo expressamente proibida a aplicação de cola".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FIT 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: carpet

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **cartão de visita**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O **cartão de visita** é o primeiro material que as pessoas de negócios devem ter permanentemente consigo. Nunca entregue seu cartão rasurado, sujo ou amassado. Se houver mudança nas informações, mande imprimir-lo novamente. Um cartão rabiscado e corrigido demonstra desorganização".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Dicas Comportamentais para a Equipe do Estande SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Entretanto, é considerado vital que os visitantes levem consigo uma “memória física” da empresa, que poderá ser um **cartão de visita**, folheto, catálogo, brinde, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Como Participar de uma Feira ou Exposição

EQUIVALENTE EM INGLÊS: business card

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **cartaz**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "E isso não é coisa para amadores. Requer profissionais qualificados, capazes de argumentar e negociar. Tudo ajuda: mala-direta, anúncios, **cartazes**,

releases, etc., mas não se deve dispensar um vendedor profissional que saiba argumentar e contornar objeções".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Utilize todo o material de divulgação enviado pela promotora, pois ajudará na divulgação da feira: **cartazes**, selos adesivos, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Dicas Comportamentais para a Equipe do Estande SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: poster

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **catálogo de produto**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os tipos mais comuns de material promocional são: Kits de mídia com portfolio da empresa, além de **catálogo de produtos** ou descrição dos serviços com ilustrações, fotografias e testemunhos. A tradução para o idioma do país onde acontecerá a feira deve ser feita por uma empresa do próprio mercado visando evitar erros embaraçosos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O **catálogo de produtos** deve conter informações objetivas e fidedignas dos produtos comercializados pela empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: product catalog

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **catálogo da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: guia da feira

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Inserção no **catálogo da feira**. É incrível como os expositores, geralmente, relaxam nesse aspecto. Numa feira profissional é mais importante ser encontrado do que ser acidentalmente descoberto. Quando preenchemos e entregamos nossos dados à empresa organizadora, no prazo solicitado, nossa empresa figurará no catálogo oficial e no sistema de informações (banco de dados) da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Inscrição no **catálogo da feira**: Diversas formas (por produto, pelo nome da empresa e por código de produto); Inclusão no catálogo eletrônico que fica a disposição dos visitantes durante a feira (pode ser alterado ainda no primeiro dia da feira); Há a possibilidade de se fazer propaganda nesses catálogos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Orientação Feiras no Exterior

EQUIVALENTE EM INGLÊS: trade fair catalogue

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **centro de convenções**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O catálogo impresso é distribuído para todo o Brasil às promotoras de eventos, empresas, prefeituras, hotéis, câmaras de comércio, entidades representativas do setor privado, órgãos públicos, **centros de convenções**, consulados, embaixadas e a qualquer pessoa física ou jurídica que possua interesse em receber o exemplar".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Empresas prestadoras de serviços para eventos e que estejam devidamente habilitadas perante os poderes constituídos, tais como: os **centros de convenções**, as agências de viagens, os hotéis, as transportadoras, as montadoras de estandes, som e áudio, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: convention centre

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **centro de exposições**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: expo center

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A Cidade Center Norte é um dos mais importantes complexos de negócios da América Latina. Nasceu como um dos primeiros shopping centers de São Paulo e hoje, além dele, possui um shopping temático de decoração, um hotel de alto padrão e um **centro de exposições** de nível internacional".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Expo folheto Expo Center Norte

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "FEINCO - 9ª Feira Internacional de Caprinos e Ovinos de 12 a 16 de março de 2012 . Feira Setorial / Internacional / Anual/ Linhas de Produtos e/ou Serviços: agrícolas, frigoríficos, veículos utilitários, insumos para agropecuária, órgãos de pesquisa e desenvolvimento, balanças e cochos. Local: **Centro de Exposições** Imigrantes - São Paulo - SP.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibition centre

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **cliente**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Uma amostra não precisa necessariamente ser uma amostra

grátis, ela pode ser algo de demonstração ao **cliente** sem a transferência de posse sobre o produto. O importante é que o cliente “sinta” ou “perceba” características e benefícios do produto. Uma amostra bem utilizada é um promotor de vendas”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Procurar obter informações sobre o **cliente**, suas instalações, o mercado onde atua, principais clientes, credibilidade junto a outros fornecedores, etc”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Feiras no Exterior APEX

EQUIVALENTE EM INGLÊS: customer. Ver também client.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **cliente atual**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Na Expoman, a empresa tem a chance de captar novos clientes e fortalecer a relação com os **clientes atuais**, que buscam os consultores técnicos e a equipe comercial para esclarecer detalhes de um projeto em realização ou expressar o desejo de iniciar um novo”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 102

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Vendedor para comprador: um vendedor entra em contato pessoalmente ou por telefone com um **cliente atual** ou potencial”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: KOTLER, Philip – Administração de Marketing

EQUIVALENTE EM INGLÊS: current customer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **cliente novo**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os profissionais de exposição precisam de *leads* para repor seu *pipeline* de vendas, trazer **clientes novos** e gerar receitas de vendas”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 100

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É nesta etapa que se consolida o sucesso da feira, quando a empresa no retorno, produz e encaminha o produto ao **novo cliente** desenvolvido, conforme solicitado”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Dicas de Como Participar de Feiras - SEBRAE Vitória 2004

EQUIVALENTE EM INGLÊS: new customer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **cliente potencial**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "(...) a concorrência também está apresentando seus produtos e serviços para o mesmo público de interesse. Ou seja, um **cliente potencial** o é para todas as empresas do mesmo segmento de atuação. Muitas vezes um estande ou a sua forma de apresentação podem ser decisivos na escolha do consumidor entre as empresas expositoras".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Mesmo assim, é necessário cerca de quatro visitas a um **cliente potencial** para concluir uma transação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: KOTLER, Philip – Administração de Marketing

EQUIVALENTE EM INGLÊS: potential customer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **co-exibidor**: V. coexpositor

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O que é fornecido ao **co-exibidor**: mesa arredondada com divisórias em chapa de acrílico azul com 2m de altura e 1m de largura, display em acrílico azul para identificação, prateleira interna, armários com chaves e porta panfletos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **co-expositor**: V. coexpositor

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Tomada a decisão de participar, são necessárias algumas providências para que sua empresa possa usufruir das vantagens oferecidas aos **co-expositores**. Siga rigorosamente as instruções e fique atento aos prazos. Como cada feira tem sua dinâmica própria, os prazos apresentados aqui devem servir como referencial e seguidos à risca".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **coexpositor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: co-expositor, co-exibidor

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A promotora autorizará a participação do **coexpositor** desde que suas atividades estejam em conformidade com o segmento a que se destina a feira e com o projeto apresentado pelo expositor da divisão de sua respectiva área".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ABF 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Tivemos a participação efetiva dos 42 **coexpositores**, entre eles destinos, companhias aéreas, hotéis e operadoras, comentou Flávio Dino, presidente da Embratur".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 102

EQUIVALENTE EM INGLÊS: co-exhibitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **coluna**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Este processo se inicia com o desenvolvimento de um bom briefing, que não pode prescindir de certas informações como: tamanho e localização do estande (enviar uma planta do pavilhão porque muitas vezes há **colunas** em frente ao estande) e necessidades básicas, como espaço adequado para exposição dos produtos e serviços".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O piso do pavilhão não poderá, em hipótese alguma, ser demarcado, pintado, furado ou escavado pelo expositor. É proibido apoiar, amarrar ou pendurar qualquer componente do estande ou de produtos expostos à estrutura, telhado, **colunas** e paredes do pavilhão. É, também, proibido furar ou pintar esses elementos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FIT 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: column

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **comprador**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os potenciais consumidores devem ser convencidos a concretizar a transação em ambientes reservados (mesa, sala de reunião) ou abertos (stands), contanto que se demonstre ao **comprador** as informações técnicas e precificações apresentadas verbalmente".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A Importância da Participação das Empresas em Feiras e Exposições Internacionais - Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Estamos habituados a considerar que os vendedores são exclusivamente vendedores e os **compradores** exclusivamente compradores, mas isto nem sempre é verdadeiro. A situação de troca que ocorre no âmbito do mercado torna cada comprador também um vendedor".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: buyer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **comunicação visual**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Deve haver transparência entre agências e clientes. A agência orienta quanto à forma como a imagem institucional deve ser tratada. A **comunicação visual** do estande, seus conceitos e o que a empresa está mostrando devem estar alinhados com a campanha que está sendo feita pela agência de publicidade".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Na última hora, sempre surgem alguns expositores com necessidades específicas, no intuito de melhorar a **comunicação visual** dos seus estandes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: visual communication

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **concorrente**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Neste acompanhamento, aconselho meu cliente a visualizar: detectar na feira quem são os **concorrentes**, detectar o produto do concorrente, saber se o produto, a partir da análise da concorrência, está dentro das especificações daquela feira, conversar como é vender este produto naquele mercado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Uma vez que a empresa tenha identificado seus **concorrentes** principais e suas estratégias, ela deve se perguntar: O que cada concorrente está buscando no mercado? O que impulsiona o comportamento de cada concorrente? Uma hipótese inicial é a de que os concorrentes se esforçam para maximizar os lucros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: KOTLER, Philip – Administração de Marketing

EQUIVALENTE EM INGLÊS: competitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **condições de entrega**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Antes da feira, os membros da equipe devem ser orientados quanto aos seguintes aspectos: informar a função e responsabilidade de cada um na feira; o ramo de atuação da empresa, os produtos ou serviços oferecidos, bem como seus preços com as **condições de pagamento e entrega**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior -Softex 2007

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Destacamos, a seguir, problemas comuns observados em feiras internacionais e que podem servir de base para um bom plano de participação: insuficiência de informações técnicas e comerciais sobre os produtos exibidos (catálogos técnicos, folders e manuais de instrução), tais como: preço de exportação, **condições de entrega**, formas de pagamento, capacidade de fornecimento, volume das embalagens, especificações técnicas, tolerâncias, usos, portos para embarque etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras Internacionais – Roteiro para Expositores

EQUIVALENTE EM INGLÊS: delivery terms

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **condições de pagamento**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Este contato pessoal é muito importante para que a montadora capte realmente qual a intenção da empresa para esta feira. Após o recebimento dos projetos e escolha do mais adequado, deve-se atentar aos prazos de montagem, locais de entrada no pavilhão e **condições de pagamento**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O prazo efetivo para a contratação do câmbio, entretanto, dependerá das **condições de pagamento** da operação comercial acordada entre o exportador e o importador, mas sempre estará limitado ao máximo de 20 dias após a data de recebimento do valor em moeda estrangeira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Básico de Exportação FIESP 2004

EQUIVALENTE EM INGLÊS: terms of payment

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.11.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **congresso**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As feiras também são excelentes eventos acessórios em eventos do tipo **congresso**. Acontecem simultaneamente e colaboram com minimização dos custos e até mesmo com a obtenção de patrocínios".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Como Fazer

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O evento é reconhecido por oferecer uma programação

educacional variada e completa aos profissionais e empresários do setor. Oferecem novos formatos e trazem renomados especialistas com experiência de mercado. São oferecidos **congressos**, workshops, palestras, oficinas, simpósios, conferências e shows".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Relatório de Inteligência em Feiras - SEBRAE 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: conference

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **construção do estande**: V. montagem do estande

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As feiras envolvem consideráveis investimentos de marketing das empresas expositoras. Os custos incluem aluguel do espaço, elaboração do design e **construção do estande**, viagem, acomodações, literatura promocional, itens para distribuir aos visitantes e serviços adicionais (energia elétrica, limpeza do estande e movimentação de carga)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Mercado Brasileiro de Feiras 2008 - SEBRAE

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **consumidor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Dentre as vantagens, podemos elencar: eleva o conhecimento do **consumidor** a respeito do produto; melhora o acesso desse conhecimento à mente do consumidor; elimina mitos desfavoráveis sobre o produto; aperfeiçoa a credibilidade do conhecimento do consumidor; estimula o desejo de posse ou de consumo, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Ou seja, um cliente potencial o é para todas as empresas do mesmo segmento de atuação. Muitas vezes um estande ou a sua forma de apresentação podem ser decisivos na escolha do **consumidor** entre as empresas expositoras".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: consumer

SN: Em português, o consumidor é aquele que compra um produto ou serviço, ou seja, tem também o sentido de cliente. Ver cliente.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.10.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **consumidor final**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Quanto ao comportamento das empresas relacionado às feiras, verificou-se que a maioria delas costuma realizar este tipo de ação promocional através da participação em feiras, tanto feiras de negócios como feiras direcionadas ao **consumidor final**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras Comerciais como Ação Promocional dos Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A realização de feiras de negócios sempre traz dividendos para a sociedade: propicia a movimentação econômica, transferência de tecnologia, conhecimento e ativa a rede de serviços, gerando renda para a comunidade, servindo como elo entre a cadeia produtiva e seus canais de distribuição e/ou **consumidor final**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: end-user

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.12.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **contrato de locação de estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As vias de circulação da feira são de uso comum, não sendo permitida a distribuição de ingressos, panfletos, bem como a colocação de faixas, painéis ou outras peças promocionais, sob pena de advertência e demais ações previstas no **contrato de locação de estande**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2013

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O responsável pela empresa contratante, que abaixo assina, declara haver recebido uma cópia do **contrato de locação de estande** com montagem básica, e que conhece e concorda com todas as suas cláusulas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Contrato de Locação de Estande com Montagem Básica

EQUIVALENTE EM INGLÊS: booth rental agreement

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **contrato de participação**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A direção do evento, a bem geral, poderá redistribuir a localização das áreas, vias de circulação, praça de alimentação e demais setores, respeitando sempre as proporções de dimensões e características originais do estande estabelecidas no **contrato de participação**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Regulamento Geral da Feira 1 a 99 BRASIL – 25ª edição

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Decidida a participação em uma determinada feira ou

exposição, o passo seguinte é providenciar um orçamento. Afinal, não se pode ter surpresas desagradáveis após a assinatura do **contrato de participação** com a empresa organizadora".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: participation contract

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **convite**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os visitantes, por outro lado, não devem ser obrigados a usar crachás, a não ser que os organizadores entendam que seja indispensável. Para simplificar, basta que disponham de **convites** ou ingressos, os quais devem ser recolhidos na entrada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O visitante tem acesso a esses eventos promocionais pela compra de ingresso, apresentação de **convite** fornecido pela própria empresa promotora ou por alguma empresa expositora".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: invitation

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **corredor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: rua de circulação

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Feita a contratação da área, determinada sua localização, o **corredor** e o número do estande, o passo seguinte é preparar uma mala-direta e enviá-la para os atuais e potenciais clientes, informando-lhes sobre a participação da empresa e sua localização na feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O acesso ao **corredor** lateral do Pavilhão Vermelho será fechado às 20h, e os portões C9 e C10 serão fechados às 21h".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor CIOSP 2013

EQUIVALENTE EM INGLÊS: aisle

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **crachá**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A coleta de dados foi efetuada por 2 pesquisadores

devidamente identificados com **crachá**, que abordavam um representante da empresa no respectivo estande, explicavam os objetivos da pesquisa, entregavam um questionário e solicitavam a colaboração para responder às perguntas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras Comerciais como Ação Promocional dos Expositores - UFRS

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O promotores fornecerão aos expositores, **crachás** válidos para os três dias do evento, na proporção de 1 crachá para cada 5m² de área adquirida".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: name badge

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credencial**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O expositor terá uma cota gratuita de 0,4 **credencial** p/m² (Ex.: 20 m² X 0,4 = 8 credenciais). Estas credenciais são pessoais e intransferíveis, válidas somente para funcionários do próprio expositor, quando devidamente preenchidas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Há casos em que o expositor já envia todos os dados do convidado e recebe sua **credencial** em tempo hábil de distribuir a todos eles. Junto com esta credencial, o expositor pode enviar uma carta personalizada explicando a localização do estande e principais novidades e produtos/serviços que serão exibidos. Deste modo, o visitante não precisa enfrentar filas e provavelmente visitará o estande em questão. É o momento também de convidar a imprensa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: credential

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credencial de expositor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para a emissão de 2ª via da **credencial de expositor**, montadora ou empresa contratada, será cobrado o valor da credencial, conforme tabela de preços vigente".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "10.3 – **Credencial de expositor** - Formulário nº10 - Público-alvo: funcionários da empresa expositora que forem participar do evento, dando acesso à área de exposição durante a montagem, realização e desmontagem".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibitor credential

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credencial de imprensa**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Credencial de imprensa** poderá ser fornecida via Internet, no website do evento ou, no próprio local, na sala ou guichê de imprensa. Para tanto, o profissional deverá apresentar documentação específica".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Guia de Boas Práticas de Comunicação em Feiras e Eventos

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "10.4 – **Credencial de imprensa** - Público-alvo: jornalistas e assessoria de imprensa convocados pelas empresas expositoras. Validade: durante a realização do evento de 06 a 08/11/2012. Retirada: a partir de 06/11/2012, dirigir-se diretamente ao Centro de Atendimento ao Expositor – CAEX".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: press credential

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credencial de montador**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Através do preenchimento e envio do Formulário nº 05 (**credencial de montador**), o expositor credenciará a empresa ou pessoa contratada para montagem e/ou decoração do seu estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FIT 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Solicitação de **credencial de montador** (para todas as montadoras): Formulário n.º 08. Observação: é obrigatória a utilização do crachá durante o período de montagem e desmontagem".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor CIOSP 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: assembler credential

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credencial de segurança**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Credencial de segurança** para o estande - Público-alvo: segurança contratado pelo expositor. Como adquiri-las: no Manual Eletrônico. Importante: Por se tratar de evento de negócios, não será permitida a entrada de pessoas trajando

bermudas ou chinelos e também menores de 18 anos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É necessária a apresentação de toda a documentação descrita acima para retirada da **credencial de segurança**. Solicitar a credencial de segurança particular até 28/09/2012 através do preenchimento do formulário nº 13".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: security credential

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credencial de visitante**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Credencial de visitante** - Pré-credenciamento via internet. Acesso através do website do evento. A partir do preenchimento dos dados solicitados, será enviada por e-mail a confirmação de seu cadastro e uma senha, que deverá ser apresentada no balcão de pré-credenciamento da feira para a retirada de sua credencial de acesso".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Credencial de visitante** - Público Alvo: convidados dos expositores, que receberem o convite online e completarem o seu cadastro na internet antes do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: visitor credential

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **credenciamento**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Como convidar: para facilitar o convite aos seus clientes e parceiros, você encontra no manual do expositor, a área de convites eletrônicos, acesse e encaminhe seus convites, assim eles receberão, por e-mail o convite com o link para o **credenciamento** do FISA 2012".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Por **credenciamento** deve-se entender o registro de todas as pessoas presentes a uma feira ou exposição: expositores, visitantes, pessoal de apoio, imprensa, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: registration

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **data de entrega**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "No entanto, em outros países, encontram-se contratos com a indicação de que o preço será o da cotação de mercado em determinada bolsa de mercadorias, por exemplo, na data do embarque do produto ou na **data da entrega** ao comprador em seu destino final".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exportação Passo a Passo - MRE 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Remanejar ou substituir as áreas de exposição até a **data de entrega** do evento, conforme as normas estabelecidas em contrato, para acomodar eventuais espaços não ocupados e promover uma melhor ambientação geral da feira. A promotora respeitará obrigatoriamente a dimensão útil da área locada e informará previamente o expositor".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: delivery date

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.24

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **decoração do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O briefing do design e **decoração do estande** devem ser preparados pela entidade meses antes da execução da feira e montagem do estande, visando atender sua funcionalidade, harmonia e convergência à estratégia de marketing mix do expositor; nesse processo é recomendável a interação entre a empresa e a entidade".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Orientação Feiras no Exterior - Softex 2007

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A **decoração do estande** deverá ser concluída impreterivelmente até às 21hs do dia anterior ao início do evento, ou seja, até o dia 21/10/2012".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Regulamento Geral da Feira 1 a 99 BRASIL 25ª ed.

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand decoration

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.25

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **degustação**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O aspecto físico do produto, a higiene, os acessórios (pratinhos, copos, guardanapos, etc), o local para a **degustação** e o atendente que serve o produto devem formar um conjunto harmônico que atraia o visitante a provar o que se está oferecendo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Como Participar de uma Feira ou Exposição

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Neste contexto, a administração dos suprimentos ao estande é da maior relevância. É preciso garantir as quantidades necessárias de brindes, produtos para **degustação** ou distribuição, folhetos e brindes, cartões de visita, etc, olhando sempre para a demanda que vai sendo verificada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: *tasting*

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.26

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **demonstração**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A equipe operacional poderá suspender ou determinar o período para a **demonstração** de qualquer equipamento, produto, estrutura ou elementos do estande que possam apresentar riscos às pessoas, ou que produzam alto nível de ruído ou vibração que possa perturbar as operações de estandes vizinhos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Por exemplo: numa feira de máquinas, apenas para público profissional, onde o expositor esteja fazendo o lançamento de um novo equipamento, com **demonstração** do seu funcionamento, certamente o melhor local não é aquele imediatamente após a entrada principal da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: *demonstration*

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.21

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **depósito**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Há estandes de meio de quadra (ilha), de esquina e de fundo. Podem ter escritório(s) fechado(s), copa, bar, **depósito** ou nada disso, apenas mesas de reunião e área de exposição. Uma coisa é certa: estandes de esquina devem ser maiores do que os de meio de quadra".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os expositores poderão local **depósito** privativo e exclusivo para guardar materiais e mercadorias".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor CIOSP 2013

EQUIVALENTE EM INGLÊS: *storage*

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.27

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **design do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O novo **design do estande** incorporou traços da cultura brasileira e dá maior visibilidade à marca Brasil como destino turístico, além de permitir uma maior interação entre os co-expositores e os visitantes da feira através de uma melhor projeção e distribuição dos postos de trabalho".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A maior parte da investigação sobre feiras incide em questões táticas, como, por exemplo, a questão do **design do estande**. Contudo, encontramos informações importantes que provam que as feiras são uma boa ferramenta de marketing para as empresas e que se revelam vantajosas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras Temáticas

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand design

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.32

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **desmontagem**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "É de responsabilidade de cada expositor providenciar segurança para seu estande, objetos e equipamentos expostos na montagem, realização e **desmontagem**. Não será permitida a prestação de serviços de pessoas e/ou empresas não habilitadas legalmente para a função".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Além disso, verifique os serviços oferecidos, como limpeza, segurança, estacionamento, controles de entrada e saída, alimentação. Observe as taxas extras cobradas pelos serviços de luz, telefonia, estacionamento, segurança, limpeza, montagem/**desmontagem** etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exportação Passo a Passo - MRE 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: disassembly

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.32.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **desmontagem do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Este termo deve ser firmado pela empresa expositora e pela empresa montadora responsável pela montagem e **desmontagem do estande** da expositora, devendo ser entregue à promotora – APCD (Associação Paulista de Cirurgiões-Dentistas)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Público-alvo: funcionários da montadora contratada pelo expositor para os serviços de montagem e **desmontagem do estande**, tendo o acesso restrito somente para a área de montagem".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand disassembly

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **display**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Displays**: são suportes especiais para expor produtos. São construídos em formas e com materiais variados de acordo com o produto que se deseja destacar. Poderão ou não ser envidraçados, a exemplo das vitrines. O display poderá ter sua eficácia aumentada através de iluminação adequada que realçará o objeto exposto".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Como Participar de uma Feira ou Exposição

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Características: mesa com pés com rodízio, **display** em acrílico, lixeira embutida, gaveta para computador portátil com feche-toque, armário com chave para pertences e porta panfletos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: display

SN: Em português, *display* significa o suporte especial para expor produtos destinados a atrair a atenção do comprador, também chamado de expositor. Ver expositor.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **display de chão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: expositor de chão

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**O display de chão** é ideal para quem deseja expor produtos e promoções com total mobilidade em pontos de venda, criando um apelo de compra maior ao consumidor. Ao mesmo tempo que destacam os produtos, eles também proporcionam maior facilidade no momento da compra, pois aproximam estes produtos do consumidor final".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Petink Soluções Inovadoras para PDV

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Na maioria das vezes as decisões são tomadas nos pontos de venda, por esse motivo a comunicação visual é um fator decisivo para o sucesso das empresas. Os **displays de chão** são ideais para garantir a venda em qualquer tipo de ponto de venda, dando mobilidade e uma solução eficaz nas vendas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Plast-ISO Plásticos de Engenharia & Acrílico

EQUIVALENTE EM INGLÊS: floor display

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **display pantográfico**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Display pantográfico** em alumínio, suporte para fixar as imagens imantado. Acompanha 2 luminárias, a maleta de transporte e 5 chapas de PS (3 frontais e 2 laterais) prontas para aplicar a arte. Medida: 3,44 m x 2,30 m. Peso: 27 kg".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Union Displays

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A SEMCO foi fundada em 1998, com o propósito de atender à crescente demanda de mercado por sistemas expositores práticos, **displays pantográficos** e funcionais e de alta qualidade".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Displays Pantográficos

EQUIVALENTE EM INGLÊS: pop up display

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **distribuidor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Em uma lista contendo vários objetivos, alguns não são atingidos durante uma feira. Os mais típicos são: realizar vendas no local, fazer novos clientes, introduzir novos produtos, encontrar novo representante ou **distribuidor** ou sócio para joint-venture, obter espaço para a firma ou o país e verificar a reação do comprador ao produto".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A Importância da Participação das Empresas em Feiras e Exposições Internacionais - Dicas para Feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O expositor normalmente é um fabricante ou **distribuidor** de produtos e serviços específicos/complementares a estas indústrias. Já o comprador típico é um industrial ou usuário final, ou outro distribuidor".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Orientação Feiras no Exterior - Softex 2007

EQUIVALENTE EM INGLÊS: distributor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **divulgação da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para uma boa panfletagem, é apropriado o uso de jovens promotoras contratadas, adequadamente uniformizadas, para estarem nesses eventos ou em locais públicos de grande fluxo de pessoas, fazendo a **divulgação da feira** mediante a entrega de pequenos folhetos e convites ao potencial público visitante".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os itens seguintes figuram entre as informações mais importantes para ajudar na análise da conveniência de participar de uma feira: 23 - **Divulgação da feira** junto ao seu público-alvo de interesse".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: pre-show advertising

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **durante a feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adv.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A essas assessorias compete, ainda ,a articulação com os veículos de comunicação, a preparação das matérias para divulgação (press releases) ou, até mesmo, a indicação para contratação de outros profissionais, quando for o caso, para uma melhor cobertura antes, **durante** e após **a feira**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Convide seus clientes, potenciais clientes, fornecedores e parceiros para visitarem seu estande **durante a feira** através de: cartas, mala-direta, e-mail marketing, telemarketing ou telefonemas pessoais para VIP".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor da FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: at show

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **elevação frontal**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "É obrigatória a apresentação do projeto para todo o estande com montagem própria. O projeto deverá conter planta baixa, **elevação frontal** e elevação lateral, perspectivas com nome legível e assinatura do profissional habilitado e responsável pelo projeto, assim como o telefone e e-mail para contato".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Apresentar o projeto do estande à direção da feira para verificar a adequação às normas contidas neste manual, em 2 (duas) vias da planta baixa, 2 (duas) vias da **elevação frontal** e 2 (duas) vias da elevação lateral cotadas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: front elevation

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **elevação lateral**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O expositor e a empresa montadora comprometem-se a apresentar o projeto do estande com planta baixa, elevação frontal e **elevação lateral** com as respectivas medidas referentes às alturas e perspectivas 3D para análise".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2013

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É obrigatória a apresentação do projeto para todo o estande com montagem própria. O projeto deverá conter planta baixa, elevação frontal e **elevação lateral**, perspectivas com nome legível e assinatura do profissional habilitado e responsável pelo projeto, assim como o telefone e e-mail para contato".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: lateral elevation

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **entrada do pavilhão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A divulgação que foi feita até o momento para o público externo, visou trazer este público à feira. No evento, deve-se atraí-los ao estande, com banners na **entrada do pavilhão**, panfletagem, etc., para que estes convidados não se dispersem e acabem visitando outros estandes primeiro".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Todos os funcionários da montadora que estiverem presentes no pavilhão durante o período de montagem deverão possuir credencial própria e levar seus documentos pessoais para identificação na **entrada do pavilhão**. Não é permitida a troca ou substituição de credenciais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: pavilion entrance

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.22

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **equipamentos de audiovisual**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Serviços e facilidades: alimentos e bebidas (A&B); guarda-volumes; **equipamentos de audiovisual**; CAEX (Centro de Atendimento ao Expositor); montagem, segurança, limpeza e brigada de incêndio; foyer para coffee break; heliponto; vans exclusivas e gratuitas para hóspedes do Novotel São Paulo e ambulatório".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Folheto Expo Center Norte

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Sonorização e **equipamentos audiovisuais**: O Expositor

poderá manter som ambiente e projeção em seus estandes desde que não prejudique os demais expositores. É expressamente proibido o uso de amplificadores de som para mensagens de venda dos seus produtos expostos ou outras promoções".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Feira do Empreendedor 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: audio visual equipment

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **espaço de exposição**: V. estande

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A parte mais delicada e crítica de qualquer feira ou exposição é vender bem os espaços. Por vender bem se deve entender: selecionar muito bem as empresas-alvo, comunicar-se com elas, visitá-las sempre que possível e tratar de fechar a venda dos **espaços de exposição**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estacionamento**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As pessoas buscam comodidade ao visitar uma feira, e isso passa por contar com áreas de **estacionamento**, ou pelo menos com espaços para estacionar seus veículos. Os organizadores devem ter a preocupação de encontrar áreas que permitam acesso para um bom número de veículos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O Riocentro possui um amplo **estacionamento** para uso comum de expositores. No período de montagem e desmontagem do evento, os expositores poderão estacionar seus veículos para carga e descarga gratuitamente".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: car parking

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: espaço de exposição

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Entre as informações que podem ser mensuradas estão: a quantidade de visitas ao **estande** pelo número de visitantes da feira; a quantidade de visitas ao estande pelo número de clientes potenciais, clientes atuais e curiosos; o número total de vendas diretas realizadas e a quantidade de oportunidades de negócios criadas a partir do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É comum que, em feiras setoriais, os organizadores executem uma farta divulgação entre o público-alvo; contudo, nunca é demais fazer contatos diretos através do relacionamento empresarial ou institucional já existente, o que pode garantir uma maior visitação ao **estande** durante a realização da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand

SN: No Inglês Americano, temos o termo *booth* para estande.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande aberto**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "(...) certamente o melhor local não é aquele imediatamente após a entrada principal da feira. Uma posição mais para o meio é mais conveniente, neste caso. Já, se estiver fazendo alguma promoção e distribuindo brindes, numa feira de bens de consumo, um **estande aberto**, logo na entrada do pavilhão, pode funcionar melhor".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Dependendo do produto é melhor um **estande** totalmente **aberto**, ou dependendo do tipo de produto é melhor totalmente fechado e depende também da própria filosofia da empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: open stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande básico**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: estande pré-moldado

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Estande básico**: são espaços pequenos e padronizados, sua montagem é em sistema modular (octanorm) de alumínio com placas e painéis, piso em forração tipo carpete, sem elevação, paredes com 2,20m de altura e a identificação do cliente em uma pequena testeira, com o nome da empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Entenda os Tipos de Estande – Stand básico

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O **estande básico** será entregue ao expositor para os trabalhos de decoração, no dia 10/03/2012, a partir das 09 horas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Regulamento Geral da Feira 1 a 99 Brasil – 24ª ed.

EQUIVALENTE EM INGLÊS: basic stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande coletivo**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A editora da USP já havia ido algumas vezes à Alemanha junto com a Câmara Brasileira do Livro, mas participava de um **estande coletivo** e a consequente mistura de interesses e uma certa balbúrdia mostraram que esse não era o melhor caminho a seguir".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Edusp: Um Projeto Editorial

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Na opinião de Chamone, o **estande coletivo** é o melhor caminho para quem quer começar a ganhar visibilidade internacional".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 88

EQUIVALENTE EM INGLÊS: collective stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande com mezanino**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: estande com piso superior; estande de dois andares

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para **estandes com mezanino**, além da documentação acima especificada, deverão enviar cópia do projeto do estande contendo: elevação cotada do estande, perspectiva (arquitetônica), planta de eletricidade (técnica) e cálculos de sustentação com todas as especificações técnicas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Montagem de **estande com mezanino** - O expositor poderá utilizar uma área de no máximo 70% da área térrea, para a montagem do mezanino e obedecer a um recuo mínimo de 1 (um) metro de cada lado, após ter contratado a referida área junto à promotora do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: two-storey stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande com piso superior**: V. estande com mezanino

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Sugerimos que por medida de segurança a estrutura de montagem do estande seja reforçada, especialmente na parte superior (elementos acima de 4,50m até o limite máximo de 5,50m ou de 7,00m para **estande com piso superior**), tendo em vista que no pavilhão do Riocentro ocorre com periodicidade ventilação cruzada intensa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande construído**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: estande personalizado

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Estande Construído**: totalmente elaborado sem utilizar o sistema modular. Geralmente possuem paredes em marcenaria, pintadas ou revestidas com materiais semelhantes ao corvin. Podem ter peças construídas em serralheria, madeira ou estruturas de Box truss. Suas portas são do tipo blindex ou convencionais de madeira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Noções Básicas: 02 - Tipos de Estandes

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Esse planejamento deve especificar a verba disponível, que é o que vai orientar nos recursos a serem utilizados no projeto: **estande construído** ou pré-moldado, muita ou pouca comunicação visual e assim por diante".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, n. 74/75

EQUIVALENTE EM INGLÊS: custom booth

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande contíguo**: V. estande vizinho

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As paredes divisórias deverão ser feitas com painéis TS estrutural, com 3,40m, sendo montados em perfis e travessas de alumínio em sistema modular. As paredes são obrigatórias para os fundos e laterais do estande, devendo ter acabamento compatível quando não houver **estande contíguo**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2013

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande de dois andares**: V. estande com mezanino

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para a construção de paredes e/ou componentes inteiriços de 6 m, o recuo de 1 m para todas as ruas e estandes vizinhos deverá ser respeitado, já a partir do contrapiso. Não são permitidos **estandes de dois andares** sem a autorização da direção da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal 2011

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande de esquina**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Tudo dependerá da área escolhida e dos propósitos do expositor na feira. Há estandes de meio de quadra (ilha), de esquina e de fundo. Uma coisa é certa: **estandes de esquina** devem ser maiores do que os de meio de quadra. Além disso, os de esquina são geralmente mais caros e mais difíceis de serem decorados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Somente poderão ser considerados **estandes de esquina**, metragens iguais ou superiores a 30m²".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FIT 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: corner stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande de meio de quadra**: V. estande ilha

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Tudo dependerá da área escolhida e dos propósitos do expositor na feira. Há **estandes de meio de quadra**, de esquina e de fundo. Podem ter escritório(s) fechado(s), copa, bar, depósito ou nada disso, apenas mesas de reunião e área de exposição".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande de meio**: V. estande de uma face

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Há várias opções de **estandes**: ilhas (corredores nas quatro faces), ponta de ilha (corredores em três faces), esquina (duas faces de frente para dois corredores diferentes), **de meio** (somente uma face para o corredor), etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Organização de Eventos - Teoria e Prática

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande de uma face**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: estande de meio

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O tipo mais simples é o **estande de uma face**. São estandes localizados entre dois outros, onde apenas uma face fica disponibilizada para acesso externo (frente da rua)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Organização de Eventos - Teoria e Prática

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Há várias opções: estandes ilhas (corredores nas quatro faces), estandes ponta de ilha (corredores em três faces), estandes de esquina (duas faces de

frente para dois corredores diferentes), **estandes de uma face**, etc (...)"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira e Cia, edição n. 70

EQUIVALENTE EM INGLÊS: row stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande fechado**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A preocupação com o tipo de estande, como será a sua vetorização, onde será a entrada, como elas verão o produto e por onde sairão, se é mais adequado um **estande** aberto ou **fechado**, se haverá um espaço reservado para conversas com clientes especiais e inclusive se haverá venda do produto ou não no decorrer da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "(...) o **estande fechado**, sem visibilidade, pode afastar clientes que são como São Tomé, "só acreditam vendo" os produtos e a movimentação no interior do espaço".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estandes nas Feiras: Abertos ou Fechados?

EQUIVALENTE EM INGLÊS: closed stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande ilha**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: estande de meio de quadra

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Entende-se por ilha os estandes que fazem divisa com as 4 vias de circulação. As paredes dos **estandes ilha** não deverão obedecer à tabela de recuo, somente altura máxima. Os estandes não poderão impedir a visualização interna do estande e das laterais que estejam voltadas para as vias de circulação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Tudo dependerá da área escolhida e dos propósitos do expositor na feira. Há **estandes ilha**, de esquina e de fundo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: island stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande individual**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Na análise à performance das empresas nas feiras, foi

desenvolvido um modelo de cinco dimensões, incorporando influências ambientais, influências da empresa, a seleção da feira a participar, gestão do **estande individual** e vendas obtidas com a feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Contributo das Feiras Internacionais na Performance Exportadora das Empresas: a Percepção dos Empresários

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "No estande da Prefeitura Municipal, as seis empresas do Projeto Incubadora de Empresas de Birigui também tiveram boa visitação e as empresas que participaram em **estandes individuais** igualmente registraram movimento bom, apresentando as coleções para os lojistas e estreitando o relacionamento com os clientes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estandes de Birigui têm boa visitação na Franca

EQUIVALENTE EM INGLÊS: individual stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande misto**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Crie projetos especiais de estandes para atender aos interesses dos clientes. Procure sondar e saber se o cliente tem interesse em um estande padrão, misto ou construído. Crie padrão de referência em relação à altura, testei e outros. O **estande misto** recebe base de materiais padronizados e acabamentos diversos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Como Fazer

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Sentamos com o cliente para brifarmos o que ele quer, para conhecermos qual é o seu objetivo na feira, para podermos, assim, chamar a montadora. Precisamos de uma noção de quanto o cliente está disposto e pode gastar. A partir daí se define se o **estande** será feito a partir de montagem básica, se será construído ou **misto**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: mixed stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.14

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande padrão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Crie projetos especiais de estandes para atender aos interesses dos clientes. Para montagem de um **estande padrão** são utilizados materiais em T e octanorme, o estande misto recebe base de materiais padronizados e acabamentos diversos e os estandes construídos são produzidos cenograficamente".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Como Fazer

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Estande padrão**: totalmente elaborado com sistema modular (octanorm), mas neste caso é possível ter um piso elevado de madeira com revestimentos diversos. Suas alturas podem chegar a mais de 4.40m e são possíveis designers elaborados

utilizando travessas curvas e retas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Noções Básicas: 02 - Tipos de Estandes

EQUIVALENTE EM INGLÊS: standard booth

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande tipo península**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: estande ponta de ilha

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O preço da energia elétrica inclui a entrega de um ponto de conexão, geralmente localizado na parte traseira de cada **estande tipo península**, onde se encontram os painéis divisórios entre os vizinhos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor SBD Rio 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A Stands Projetos e Decorações providenciará junto à empresa responsável a instalação de um ponto de fornecimento de energia elétrica no estande do expositor, geralmente localizado na parte traseira de cada **estande tipo península** e esquina, onde se encontram os painéis divisórios entre os vizinhos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor XXXVII Congresso Brasileiro de Oftalmologia 2013

EQUIVALENTE EM INGLÊS: peninsula booth

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande personalizado**: V. estande construído

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Uma empresa do Paraná tem se destacado nacionalmente nesse ramo oferecendo soluções inteligentes e personalizadas para as companhias que participam de feiras de negócios. Com sede em Curitiba, é especializada em planejar, projetar e montar **estandes personalizados** para empresas de todos os portes e segmentos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Desafio das Feiras de Negócios

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande ponta de ilha**: V. estande tipo península

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os **estandes ponta de ilha** devem obedecer à tabela de recuo e altura máxima. Os estandes não poderão, em hipótese alguma, impedir a visualização interna do estande em sua totalidade de quaisquer das laterais que estejam voltadas para as vias de circulação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 201

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande pré-moldado**: V. estande básico

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Em 1970, a Deutsche Messe AG ressaltou com a construção do novo pavilhão, na entrada norte do parque de exposições, o significado desse ramo industrial para a Feira de Hannover. O imponente edifício de três andares tinha garagem subterrânea com vagas para cerca de dois mil expositores, uma área de exposição bruta de 70.300 m² no térreo e 750 **estandes pré-moldados** no andar superior”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A História da Maior Feira Mundial de Tecnologia da Informação

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande semi-aberto**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A Soft Trade, desenvolvedora de softwares para gestão de pessoas, adotou um modelo de **estande semi-aberto**, para que seus consultores possam apresentar com um pouco mais de privacidade (...)"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: EXPO-ABRH tem lançamentos e brincadeiras para atrair público

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Estande semi-aberto**: a palmeira com seis metros de altura é o destaque da elaboração deste cenário. A idéia é permitir que o estande seja visualizado de qualquer lugar do evento. Os pilares foram feitos com produtos vendidos pela empresa. As cores da logomarca da empresa também foram trabalhadas em detalhes dispostos dentro e fora do cenário. Este é um tipo de ambientação bem elaborada e cara".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: O Estande que é a Cara da sua Empresa

EQUIVALENTE EM INGLÊS: partially open stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande sustentável**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: : estande verde

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "(...) o maior evento brasileiro de valorização da arquitetura promocional terá, no lugar do estande verde, o destaque **estande sustentável** - uma menção honrosa ao estande que mais se adaptou aos preceitos de responsabilidade ambiental".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 100

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O evento, realizado novamente no Centro Britânico Brasileiro, na capital paulista, este ano contou com algumas novidades, sendo uma categoria nova e uma menção honrosa, destinada ao melhor projeto de **estande sustentável**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 105

EQUIVALENTE EM INGLÊS: green booth

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande verde**: V. estande sustentável

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Como a busca pela sustentabilidade é um processo contínuo e evolutivo, o Prêmio Design 2009, também promovido pelo Grupo Feira & Cia, conta com uma nova categoria - **Estande Verde**. O objetivo é demonstrar ao mercado que estandes ecologicamente corretos são viáveis e agregam valor à imagem da organização".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 85

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estande vizinho**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: estande contíguo

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A altura mínima das paredes deverá ser 2,30m a partir do piso do pavilhão. As paredes que ultrapassarem 3,30m deverão obedecer aos recuos estabelecidos na tabela a seguir. Qualquer elemento construtivo acima de 2,30m deverá estar bem acabado para não comprometer a apresentação do **estande vizinho**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Qualquer elemento da construção deverá estar bem acabado para não comprometer a apresentação do **estande vizinho**. Todo componente de montagem executado nos estandes que possa ser visto pelos vizinhos ou pelos passantes somente será permitido se tiver acabamento na mesma qualidade da parte frontal do estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: neighboring stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **estratégia de marketing**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Um dos principais fatores para definição da **estratégia de marketing**, segundo Keegan e Green (1999) é a definição do produto adequado para o mercado no qual se pretende atuar. Para tanto, é necessário adequar os produtos existentes às necessidades locais ou mesmo criar novos produtos visando suprir a demanda específica de cada mercado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Tendo em conta estes erros que é necessário evitar, o programa de participação numa feira deve ser enquadrado na **estratégia de marketing** e comunicação de uma empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras Temáticas

EQUIVALENTE EM INGLÊS: marketing strategy

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **evento paralelo**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "É muito comum, principalmente em feiras profissionais, independentemente do porte, a ocorrência de **eventos paralelos**: seminários, palestras técnicas, oficinas, rodadas de negócios, etc. Nas feiras comunitárias e municipais, os eventos paralelos caracterizam-se pela realização de shows musicais, competições esportivas e outras atrações".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As feiras dos segmentos analisados estão crescendo, sendo observado um crescimento considerável na média de visitantes e expositores desde 2005 e um aumento da frequência de **eventos paralelos**, principalmente de congressos, palestras e rodadas de negócios, que ocorrem em todas edições de mais da metade das feiras pesquisadas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estudo de Mercado Brasileiro de Feiras 2008 - SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: side event

SN: É interessante acrescentar que evento paralelo é o hiperônimo(conceito mais genérico) de congresso e seminário, os quais, por sua vez, são seus hipônimos (conceito mais específico).

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expo**: V. exposição

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os expositores e visitantes da ABF Franchising **Expo** poderão visitar as feiras da Semana Internacional da Alimentação e Hospitalidade (exceto a Fispal Tecnologia), pois não possuem bilheteria".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expo center**: V. centro de exposição

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “O Pavilhão do **Expo Center** NORTE será dividido em áreas de exposição promocional, praça de alimentação, área de conveniência, prestadores de serviços, locais reservados à administração e vias de circulação. O expositor deverá manter o estande em funcionamento durante todo o período da feira com pessoal habilitado para a operação”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **exposição**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS: expo

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “O regulamento serve para orientar e disciplinar o funcionamento da feira ou da **exposição**. Nele constam horários, permissões, proibições e todo o necessário para evitar alegações e desculpas, baseadas em experiências anteriores, por parte dos expositores”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “A palavra “**exposição**” é derivada do latim *expositio*, significando “colocar à mostra” na busca de resultados específicos. Na atualidade, a unificação dos termos expressa a realidade da exposição ou feira: dias de trabalho dedicados exclusivamente para expor a empresa visando negócios”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Orientação Feiras no Exterior

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibition

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expositor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Ao participar como visitante o 'candidato a **expositor**' pode conhecer o perfil do público e das empresas expositoras e visitantes, reunindo informações que permitam uma melhor avaliação dos custos X benefícios de uma participação como expositor".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Internacionais - SEBRAE/MG 2005

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As áreas contratualmente locadas estarão liberadas para início da montagem de acordo com as datas, horários e exigências contidos neste manual. As áreas não ocupadas até 24 horas anteriores ao início do período de realização poderão ser realocadas da direção da feira, não cabendo ao **expositor** quaisquer ressarcimentos ou reclamações".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibitor

SN: O termo expositor também pode ser utilizado para designar o acessório utilizado para demonstrar um produto/serviço. V. *display*.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expositor de chão**: V. display de chão

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “**Expositor de chão** para exposição de ampla linha de produtos EHC. Composição: 1 base de chão, 1 encaixe para base de chão, 1 cesto inferior, 20 ganchos com 20cm de comprimento e 3,5mm de espessura, 5 ganchos com 15cm de comprimento e 3,5mm de espessura e 1 placa superior impressa”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Expositores

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expositor estrangeiro**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Os próximos dados, referem-se à distribuição da área alugada e aos expositores. Quantidade de expositores nacionais e estrangeiros na FIL (2004): **expositores estrangeiros** 40% e expositores nacionais 60%”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Neste artigo, o objetivo foi o de identificar as principais motivações que levam os **expositores** brasileiros e **estrangeiros** em feiras internacionais a participarem destes eventos, comparando também se há diferenças nas motivações de empresas brasileiras e internacionais”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: foreign exhibitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expositor internacional**: V. expositor estrangeiro

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Numa área superior a 12.500 m² para exposição, cerca de 300 **expositores** nacionais e **internacionais** apresentarão seus produtos e serviços para mais de 15.000 visitantes seletivos, de toda a América Latina, com interesse específico para estes setores”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiplar Composites & Feipur 2014

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expositor nacional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “A participação em feiras internacionais é um eficiente método de fornecedores promoverem seus produtos para o mercado externo. Algumas das grandes tendências no mercado internacional de feiras (muitas das quais já estão ocorrendo no Brasil), são as parcerias entre **expositores nacionais** e internacionais”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Mercado Brasileiro de Feiras 2008

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “Os próximos dados, referem-se à distribuição da área alugada e aos expositores. Como podemos verificar, houve mais **expositores nacionais** do que estrangeiros na FIL (Feira Internacional de Lisboa) em 2004”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras Temáticas

EQUIVALENTE EM INGLÊS: domestic exhibitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **expositor principal**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todo e qualquer material disponibilizado ao coexpositor será enviado sempre ao **expositor principal**, conforme o contrato de participação, que tratará diretamente com cada coparticipante. Para que seja permitida a participação do coexpositor, cada marca deverá corresponder ao mínimo de 12 m² da área locada pelo expositor principal".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É importante informar que as credenciais e convites disponibilizados ao coexpositor serão enviados sempre ao **expositor principal**, conforme o contrato de participação, que tratará diretamente com cada coparticipante".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Fispal

EQUIVALENTE EM INGLÊS: main exhibitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **fabricante**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “O expositor normalmente é um **fabricante** ou distribuidor de produtos e serviços específicos/complementares a estas indústrias. Já o comprador típico é um industrial ou usuário final, ou outro distribuidor. O atendimento é restrito a esses compradores e, frequentemente, feito somente por meio de convite”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior - Softex 2007

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “A promoção refere-se a qualquer incentivo usado por um **fabricante** para induzir o comércio (atacadista e varejista) e/ou os consumidores a comprar uma marca ou para incentivar a equipe de vendas a vendê-la de forma agressiva”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Participação em Feiras Comerciais como Ação Promocional dos Expositores – UFRS

EQUIVALENTE EM INGLÊS: manufacturer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As **feiras** são oportunidades de mostrar produtos/serviços, conhecer novas fontes de comercialização e conquista de novos mercados. Contudo, para que a feira seja um sucesso é necessário existir um planejamento antecipado, levando em consideração todas as variáveis possíveis".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Na última década, dobrou o número de **feiras** realizadas na América do Norte. Atualmente, são mais de 10 mil exposições anuais, que reúnem mais de 50 mil empresas expositoras e recebem um público superior a 60 milhões de pessoas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, n. 74/75, p. 58

EQUIVALENTE EM INGLÊS: fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira anual**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira anual** - é uma característica das feiras municipais, microrregionais, estaduais, regionais, nacionais e internacionais. Guarda uma certa relação com a data ou período do ano em que é realizada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Há dois anos, Pernambuco, por exemplo, contava com apenas cinco **feiras anuais** inseridas no calendário da UBRAFE. Hoje, já são 14: um crescimento de mais de 100% nesse campo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 102

EQUIVALENTE EM INGLÊS: annual trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira bienal**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Feiras de negócios on-line podem ser válidas para **feiras bienais**, realizando-as virtualmente nos anos em que não acontecem, embora possa ser uma

difficuldade fazer os visitantes acessarem o site".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 70

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Feira bienal**, ou seja, realizada a cada dois anos, sempre na mesma época do ano".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: biennial trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira comercial**: V. feira de negócio

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Outra vantagem das **feiras comerciais** é que podem se constituir num palco ideal para a pesquisa de aceitação de um novo produto. Assim como podem oferecer uma efetiva oportunidade para o lançamento de novos conceitos e soluções ou para medir a potencialidade de um produto".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exposições, Feiras & Bons Negócios

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira de consumo**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira de consumo**: destina-se a públicos e produtos em geral. A participação da empresa nas feiras de consumo pode implicar em desperdício de tempo e capital, salvo se essa expositora possuir sólido canal de distribuição no mercado local e seus produtos estiverem disponíveis no comércio varejista".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A Importância da Participação das Empresas em Feiras e Exposições Internacionais - Dicas para feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Feira de consumo**: grandes feiras de temática ampla, abertas ao grande público e destinadas à promoção junto aos consumidores e até a venda de varejo dos artigos expostos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: consumer fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira de negócios**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: feira comercial

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A definição muito particular que se adota é a de que a **feira de negócios** caracteriza-se como uma ação de exposição e demonstração de produtos e

serviços, de empresas de um mesmo segmento, com o intuito não apenas de vender e obter retorno financeiro imediato, mas estabelecer parcerias comerciais distintas (...)"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Ao serem questionados sobre que tipo de preparação elas devem fazer antes de um evento comercial como uma **feira de negócios**, os especialistas acreditam que as MPEs devem entender qual é o público que irá à feira, preparar uma estratégia de vendas e marketing, e entender que em feiras se trabalha marcas e conceitos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estudo Mercado Brasileiro de Feiras 2008 - SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: trade fair; trade show

SN: Nos EUA temos o termo *trade show* para feiras de negócios; na Europa e na Ásia, temos o termo *trade fair* para feiras de negócios.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira de varejo**: V. feira multissetorial

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Normalmente são **feiras de varejo**, abertas ao público, que possibilitam a comercialização e divulgação de produtos e serviços de diferentes segmentos de mercado. Na maioria das vezes estas feiras tem escala regional".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Dicas de Como Participar de Feiras - SEBRAE Vitória 2004

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira especializada**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira especializada**: direcionada ao público profissional e organizada em termos de segmentos (agricultura, indústria, serviços e comércio), setores (avicultura, informática, construção civil, etc.), mercados (saúde, educação, etc.) ou relação com o cliente (franchising, sub-contratação, etc.)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Cartilha Comércio Exterior SEBRAE/ES 2006

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Uma **feira especializada** oferece excelentes oportunidades para seleção de agente ou importadores/distribuidores, especialistas em determinados produtos ou setores, rumo ao objetivo de inserção inicial em determinado mercado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A Importância da Participação das Empresas em Feiras e Exposições Internacionais - Dicas para Feiras Abinee

EQUIVALENTE EM INGLÊS: specialized trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira geral**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira geral** - durante muitas décadas foi o modelo mais usado por todos os países. Com o passar dos anos, foi se organizando em setores até que estes justificassem se transformar num evento especializado que pudesse ser realizado à parte, numa outra época do ano".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "FEIARTE - 20ª Feira Internacional de Artesanato de 16 a 25 de maio de 2008 - **Feira Geral** / Internacional / Anual".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estudo do Mercado Brasileiro de Feiras 2008

EQUIVALENTE EM INGLÊS: general trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira horizontal**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Uma **feira horizontal** tem vendedores que apresentam uma variedade grande de produtos e serviços. Os visitantes normalmente vêm de um só segmento de mercado e estão buscando tanto produtos e serviços bem específicos, como bem variados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Mercado Vertical X Mercado Horizontal

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Feira horizontal** - é aquela onde se exibem todas as linhas de produção de diversos setores (...)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Marketing Internacional: um Enfoque Latino-Americano

EQUIVALENTE EM INGLÊS: horizontal trade show

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira internacional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira internacional** - estar denominada de internacional não significa que tenha sua realização no exterior. Há uma quantidade importante de feiras realizadas no Brasil que são efetivamente de caráter internacional porque atraem expositores e visitantes de outros países, ainda que em menor quantidade".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Para atrair a atenção do público entre os mais de 1,8 mil estandes, de 40 países, a entidade lançou no evento o novo modelo de divulgação do Brasil

em **feiras internacionais**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 102

EQUIVALENTE EM INGLÊS: international trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.19

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira livre**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Na cidade de São Paulo, as **feiras livres** existem tradicionalmente desde meados do século XVII, porém foram oficialmente reconhecidas em 1914, pelo então Prefeito Washington Luiz P. de Souza. Atualmente, mesmo com a correria do dia a dia, e com o crescimento dos supermercados, grande parte da população ainda prefere frequentar feiras livres em busca de alimentos mais frescos e preços menores".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Livres

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Geralmente as barracas em feiras livres vendem todos os tipos de produtos e não têm foco em um produto único. Dentre esses produtos estão, alimentos, frutas, verduras, utensílios para o lar, coisas para o dia a dia e muito mais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Barraca na Feira Livre - Seja Autônomo!

EQUIVALENTE EM INGLÊS: market fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira mista**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira mista** - A Feicana, tradicional feira de negócios do setor sucroalcooleiro, será realizada junto com a FeiBio, Feira de Negócios do Setor de Energia, com foco em biodiesel e reunirá empresários, governo e representantes de entidades das áreas sucroalcooleira, administrativa, de meio ambiente e biodiesel".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feira Mista - Gazeta Mercantil

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As feiras são realizadas procurando atingir públicos-alvo específicos. Assim, existem feiras declaradamente voltadas para o público em geral, com um objetivo claramente comercial. As **feiras mistas**, congregando a condição comercial e a condição promocional e de negócios, abrem em tempos separados para cada um dos grupos-alvo em questão".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Elaboração de Programas Detalhados para Exposições e Feiras

EQUIVALENTE EM INGLÊS: mixed show

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira multissetorial**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS: feira de varejo

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Hoje em dia, é raro encontrar **feiras** e exposições **multissetoriais** de caráter nacional ou internacional, salvo quando os demais setores presentes no evento mantêm estreita relação com a temática da feira, ou integram a mesma cadeia produtiva".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Retomando, no entanto, a definição de **feiras multissetoriais** tem-se que são eventos focados em um único grande segmento e em suas cadeias produtivas, abordando, porém, os vários setores que compõem tal segmento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: O Mercado Brasileiro de Feiras 2007

EQUIVALENTE EM INGLÊS: multi-branch trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira nacional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira nacional** - é um evento que se propõe a atrair expositores e visitantes de todo o país. Normalmente, é promovida nas grandes capitais brasileiras ou em cidades hospedeiras com forte vinculação e notoriedade pelo que nela é produzido".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As **feiras nacionais** têm foco em negócios, com ênfase na parte técnica. São os locais de lançamentos de tendências e produtos, além de focar, também, ações de público, tais como atrações e apresentações diversas, de acordo com o tema da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estudo do Mercado Brasileiro de Feiras 2008 - SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: national trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira regional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Feira regional** - como o nome orienta, trata-se de uma feira que envolve estados de uma mesma região. São mais difíceis de serem encontradas porque se situam exatamente entre a feira estadual e a nacional. Esse tipo de evento é, em tese, predominantemente monotemático e especializado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As **feiras regionais** possuem maior foco na estrutura

operacional dos negócios em si, buscando a multi-especialização no setor. Possuem caráter político, institucional e comercial, com foco no público consumidor e nos negócios regionais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Estudo do Mercado Brasileiro de Feiras 2008 - SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: regional trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.14

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira semestral**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os empresários do setor, por ter um giro de negócios mais ágil do que as lojas tradicionais, precisam de uma **feira semestral**, que dê movimento aos seus investimentos em estoque, além da oferta de novidades mais frequente do que um evento anual, como é recorrente em outros segmentos do comércio e da indústria".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feira 1 a 99 Brasil

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A Paralela Gift é uma feira de negócio destinada a lojistas e profissionais da área. Nesta **feira semestral** de produtos contemporâneos, designers lançam suas últimas coleções, sempre com o cuidado na originalidade de suas criações".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Paralela Gift - Feira de negócio

EQUIVALENTE EM INGLÊS: biannual trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira setorial**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As **feiras setoriais** constituem uma ferramenta essencial de acesso para os processos de comercialização industrial (B2B) por promoverem a reunião de empresas expositoras e de compradores industriais, esses últimos que, caso contrário, quase certamente não as procurariam, visto a quantidade de visitas a serem empreendidas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Setoriais em Arranjos Produtivos Locais como Lócus de Inovação e Empreendedorismo

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Assim, chegamos às **feiras setoriais**. Os clientes frequentam esses eventos porque eles querem saber o que há de novo no setor, quais as oportunidades e inovações".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Pequenos Negócios em Comércio e Serviços - SENAC 2005

EQUIVALENTE EM INGLÊS: branch trade fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira técnica**: V. feira setorial

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A feira é uma das grandes vitrines para o mercado, principalmente quando é um mercado específico, como o de telecomunicações, mecânica, para mostrar o que está sendo feito pela empresa. É claro que há uma quebra no público, mas quando se tem uma **feira técnica**, dificilmente o público que a visita não conhece o tema tratado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira tradicional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Havendo quem defenda que o conceito tradicional de feiras, tal como hoje é conhecido tenderá a desaparecer, não é esperado que as feiras virtuais venham a se sobrepôr, na íntegra, à **feira tradicional**, face à vantagem que esta apresenta através da interação pessoal com o produto, os expositores e outros visitantes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Como Participar em Feiras nos Mercados

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Por que desperdiçar tanto tempo e dinheiro numa **feira tradicional** quando se pode alugar a sua própria feira virtual de marca, incluindo espaços de exposição, auditórios, centros de comunicação e pessoal, a partir do conforto do seu próprio escritório?"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras Virtuais de Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: traditional fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.17

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira vertical**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Uma **feira virtual** pode ser sinónimo de um novo canal de vendas de uma empresa e de um novo lugar onde compradores e vendedores se encontram para promover os seus produtos em um estande e realizar transações comerciais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A **feira vertical** tem um foco mais estreito, para apenas um tipo de produto e mercado, e sua vantagem é que os visitantes são de um mercado bem específico e seus objetivos para a exposição podem ser melhor dirigidos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Mercado Vertical X Mercado Horizontal

EQUIVALENTE EM INGLÊS: vertical trade show

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.18

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **feira virtual**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Cada expositor inclui uma breve resenha da empresa, o nome e o e-mail de contato, o país e a categoria à qual pertence. Além disso, o visitante da **feira virtual** tem acesso a um link que o leva diretamente ao stand de produtos. Estas feiras são promovidas on-line nos sites business-to-business mais visitados desses mercados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Feira virtual**: tipo especial de feira que apareceu com o advento da internet. A grande vantagem é a eliminação das restrições dos outros tipos de feiras, como espaços físicos, além do cansaço de longas viagens nacionais e internacionais, porém não garante a abertura transparente dos negócios *face to face*".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Orientações Feira no Exterior

EQUIVALENTE EM INGLÊS: virtual fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **ficha de contato**: V. registro de contato

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Arquivar um exemplar da **ficha de contato** e da planificação quanto à conversão dos contatos em vendas efetivas) e tomar as medidas necessárias para enfrentar com êxito os dias do certame".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **ficha de inscrição**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: formulário de inscrição

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O proponente deve preencher a **ficha de inscrição** disponível no portal Visit Brasil na área de Trade, seção de materiais de apoio/impressos. É necessário realizar um cadastro para ter acesso à área de Trade do Portal. O pedido de inscrição deve ser feito por meio do preenchimento, assinatura e envio da ficha de inscrição que segue em anexo para o endereço inscricao.feiras@embratur.gov.br".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Embratur abre Inscrições para Participação em Feiras

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os dados das **fichas de inscrição** são comparados. Sendo identificados interesses complementares, procura-se um horário vago na agenda das duas empresas e marca-se a reunião, que tem duração limitada pelos organizadores. O tempo

estipulado para cada reunião varia de acordo com o evento”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Internacionais – SEBRAE MG, 2005

EQUIVALENTE EM INGLÊS: application form

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **fluxo de visitantes**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Quando o mix de produtos e serviços apresentados não é diversificado e adequado à proposta da feira, mas, ao contrário, está fora da realidade ou das necessidades dos visitantes, a feira tende a não ser atraente e, portanto, ter seu **fluxo de visitantes** profundamente prejudicado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Quanto ao visitante: estudar o **fluxo de visitantes**; acolhê-lo com gentileza, e mostrar-se solícito às suas perguntas; manter-se em uma postura que não intimide o visitante, de braços cruzados, por exemplo e não formar uma barreira ou grupo de vendedores, impedindo a entrada do visitante em seu estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Dicas Comportamentais para a Equipe do Estande SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: traffic flow

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **folheto**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Folheto** constituído de uma só folha, com uma ou mais dobras. Deve conter informações básicas de produtos da empresa, como a identificação, marca ou logomarca, endereço, telefones, e-mail, enfim, dados para futuros contatos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O ideal é que se tenha dois ou até três níveis de material. Um **folheto** de baixo custo para distribuição geral, um folheto mais elaborado para visitantes qualificados e um número limitado de pastas completas e bem preparadas para clientes ou prospects importantes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: leaflet

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **follow-up**: V. acompanhamento

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: v.

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Ao voltar ao país é fundamental que a empresa mantenha sua imagem gravada na memória do comprador. Isso pode ser feito por meio de **follow-up**: enviar material promocional mais detalhado com objetivo de efetivar negócios, como cotações, amostras de produtos, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior - Softex 2007

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **formulário de inscrição**: V. ficha de inscrição

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Este **formulário de inscrição**, devidamente preenchido e assinado, devolvido dentro do prazo limite de inscrição, constitui tão somente um pedido de participação e não confere qualquer direito de expor na ArtRio. Caso a candidata venha a ser aprovada, a importância paga pela taxa de inscrição será revertida na forma de crédito de despesas de participação (locação de espaço na feira)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Feira ArtRio 2013

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **fornecedor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Estreitamento de relações com os clientes: oportunidade de interação entre **fornecedor** e consumidor, além de geração de empatia. Geralmente estão presentes no evento não somente clientes, como também clientes potenciais. Esta é uma excelente oportunidade de se apresentar e assim atrair novos contatos que podem tornar-se clientes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É preciso que este profissional tenha em mente todos os pontos que devem ser mensurados, entre outros: averiguar como estão sendo desenvolvidas as responsabilidades atribuídas a cada funcionário, contratado e **fornecedor**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

EQUIVALENTE EM INGLÊS: supplier

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **freguês**: V. cliente

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “O feirante, que cumpre todos os seus deveres, vende produtos de qualidade e estabelece uma boa relação com o freguês, tem tudo para ser bem sucedido em sua atividade”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Os Bastidores de uma Feira Livre

SN: Este termo é mais utilizado em feiras de rua, de bairro. Em feiras de negócios, o termo mais utilizado é cliente.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **frete**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Outro fator que deve ser observado nesta cláusula diz respeito à modalidade de entrega do produto que vai indicar, por exemplo, o porto de entrega ou de embarque do produto, o tipo de transporte utilizado, a contratação de **frete** e de seguros e de eventuais serviços aduaneiros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exportação Passo a Passo - MRE 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "No caso de exportação, deve-se considerar os impostos a que a empresa está isenta no Brasil, os custos de seguro, **frete**, despesas com armazenagem e capatazia, dentre outras, quando houver a possibilidade de apresentar seu produto para venda".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Internacionais - SEBRAE/MG 2005

EQUIVALENTE EM INGLÊS: freight

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **gráficos**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Despesas diretas - este tipo de despesas deve contemplar: locação de espaço na feira; construção ou montagem do estande (podendo obedecer ao padrão estabelecido pela organização ou ser construído a partir da idealização do expositor); gastos com displays, **gráficos** e quaisquer outros modelos exigidos na construção do estande, etc”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais – Dicas para Feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “Focalize sua mensagem: selecione apenas duas ou três idéias principais que queira transmitir na exposição e treine a si próprio e a sua equipe "para se concentrarem na mensagem". Planeje seus **gráficos**, propaganda pré-feira, literatura e anúncios da programação da feira em torno de sua mensagem”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Planejamento Eficaz de Feira Comercial

EQUIVALENTE EM INGLÊS: graphics

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **guia da feira**: V. catálogo da feira

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Você pode anunciar o seminário em jornais e revistas, no **guia da feira**, no site da empresa, em anúncios nos corredores, mala direta a visitantes específicos, incluir um folheto no kit da feira ou colocar um painel no seu estande com os horários e assuntos dos seus seminários".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição 72

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **guia do expositor**: V. manual do expositor

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Ulteriormente, e mesmo durante a realização do certame, é importante assinalar o que passou no estande e na feira. Este registo deve incluir o planejamento, os serviços da feira, a exposição (desenho do estande, implantação dos produtos a expor, instruções para a montagem/desmontagem, regulamento da feira e **guia do expositor**), etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **hall de entrada**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Como adquiri-las: através do pré-credenciamento no site ou diretamente no Centro de Atendimento ao Visitante – **hall de entrada** do Pavilhão Verde do Expo Center Norte. Importante: Não será permitida a entrada de pessoas trajando bermudas ou chinelos e também menores de 16 anos, mesmo que acompanhados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Serviços médicos na feira: o posto médico está localizado no final do **hall de entrada**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 102

EQUIVALENTE EM INGLÊS: entrance area

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **iluminação**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todo organizador sabe que, tanto as áreas externas como as internas devem estar dotadas de uma boa **iluminação**. O importante é observar que sejam circuitos independentes dos estandes. Isto porque, no caso de queda de energia nos estandes, a área de exposição ficará iluminada, e vice-versa, o que evita situações de pânico e insegurança".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A exemplo das cores, a **iluminação** é outro fator de fundamental importância para a boa apresentação de um estande. O uso da iluminação adequada: torna o ambiente mais agradável, evidencia melhor as formas e os volumes dos objetos expostos, cria efeitos especiais e evita a distorção das cores dos produtos expostos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Como Participar de uma Feira ou Exposição

EQUIVALENTE EM INGLÊS: illumination

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.21

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **imprensa**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As feiras são eventos ricos em oportunidades de negócios. São ambientes privilegiados para o incremento das relações comerciais, pois reúnem fornecedores de produtos, serviços e tecnologia, compradores, especialistas do setor e até mesmo a **imprensa**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Dicas de Como Participar de Feiras – SEBRAE Vitória, 2004

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Neste formato de exibição as empresas representativas do setor expõem, normalmente, sob possível cobrança de taxa de acesso ou de registro, paga antecipadamente ao evento, que geralmente é aberto apenas ao público especializado e à **imprensa**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Orientação Feiras no Exterior

EQUIVALENTE EM INGLÊS: press

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **ingresso**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "No que se refere as feiras existem três tipologias principais identificadas na literatura: a primeira tipologia classifica as feiras por tipo de público, a qual abrange as feiras de negócios que são frequentadas essencialmente por empresas, e as exposições que são abertas ao público em geral mediante pagamento de **ingresso** (...)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras Comerciais como Ação

Promocional dos Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O visitante tem acesso a esses eventos promocionais pela compra de **ingresso**, apresentação de convite fornecido pela própria empresa promotora, por alguma empresa expositora. Identificamos também a divulgação destas feiras em meios de comunicação de massa, indicando que determinada feira terá acesso gratuito".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: ticket

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.5

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **intérprete**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Informe-se sobre os termos técnicos utilizados para descrever seus produtos/serviços. Às vezes estudamos um idioma, mas não conhecemos os termos necessários durante uma negociação. Verificando-os, você estará se prevenindo e poderá auxiliar o **intérprete** a traduzir os termos típicos de seu ramo de negócios".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Internacionais SEBRAE/MG 2005

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Como já mencionado, todo o material de apoio ou de suporte às vendas e promoção dos produtos e serviços da empresa deve estar traduzido de maneira a facilitar a compreensão do público em geral. Estas traduções devem ser realizadas por especialista (tradutor-**intérprete**) para que não haja riscos de erro ou má interpretação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: interpreter

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.29

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **layout do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Sempre é recomendável, quando possível, contratar um arquiteto especializado para ajudar na concepção do **layout do estande**, com vistas à melhor ocupação dos espaços e à definição dos materiais de montagem e de exposição que serão utilizados, considerando os propósitos do expositor, dos seus produtos e o orçamento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "No final, o bom senso sempre tem privilégio. De acordo com a proposta, haverá influência não só no **layout do estande**, mas também no tamanho e/ou no número de áreas para exposição".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand layout

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **limpeza do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os custos incluem aluguel do espaço, elaboração do design e construção do estande, telecomunicações e networking, viagem, acomodações, literatura promocional e itens para distribuir aos visitantes e, por fim, serviços adicionais (energia elétrica, **limpeza do estande** e movimentação de carga)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Estudo do Mercado Brasileiro de Feiras 2008

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É responsabilidade do expositor efetuar ou contratar uma empresa especializada para realizar a limpeza do estande durante a realização do evento". Os serviços de **limpeza do estande** deverão ser realizados das 8h às 10h".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand cleaning

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **lista de preços**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Inicialmente, vale lembrar que saber exatamente os custos de fabricação é mera orientação para a formação do preço de venda. Ou seja, é indispensável ao expositor contar com um sistema de custos, por mais simples que seja, para poder formar seu preço. Agora, é inadmissível estar presente numa feira sem uma **lista de preços** atualizada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A formação do preço de vendas a ser aplicado no exterior deve contemplar possíveis intermediações, considerando o pagamento de comissões para agentes e distribuidores. Uma vez divulgada a **lista de preços** dos produtos, ela não deverá sofrer alterações, sob pena de cancelamentos de negociações ou de má interpretação por parte dos futuros compradores".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: price list

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **literatura promocional**: V. material promocional

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As feiras envolvem consideráveis investimentos de marketing das empresas expositoras. Os custos incluem aluguel do espaço, elaboração do design e construção do estande, telecomunicações e networking, viagem, acomodações,

literatura promocional e itens para distribuir aos visitantes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Estudo de Mercado Brasileiro de Feiras 2008 - SEBRAE

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **locação**: V. aluguel

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todo material constante da montagem básica será cedido ao Expositor a título de **locação**, devendo o mesmo ser devolvido ao final do Evento nas mesmas condições em que foi recebido. A retirada ou colocação de painéis ou qualquer elemento da montagem somente poderá ser feita por pessoal especializado da montadora oficial contratada pelos promotores. Eventuais danos sofridos pelo material serão passíveis de ressarcimento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **locação de espaço**: V. aluguel de estande

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A seguir uma relação de possíveis despesas diretas: **locação de espaço** na feira; construção ou montagem do estande; gastos com vitrines, material gráfico, displays, banners, posters e quaisquer outros materiais promocionais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exposições, Feiras & Bons Negócios

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **locação de estande**: V. aluguel de estande

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As vias de circulação da feira são de uso comum, não sendo permitida a distribuição de ingressos, panfletos, bem como a colocação de faixas, painéis ou outras peças promocionais, sob pena de advertência e demais ações previstas no Contrato de **Locação de estandes**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.12.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **locação de linha telefônica**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todos os serviços de telecomunicações estão sob a

responsabilidade exclusiva do Center Norte que disponibiliza a **locação de linhas telefônicas** diretas, internet e outros serviços. Para informações sobre preços, custo de instalação, tarifação de ligações e prazo para a contratação do serviço, o expositor deverá entrar em contato com a Telefônica".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ABF 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Serviço de telecomunicação (Anhembi Telecom) – **locação de linha telefônica**, internet, locação de aparelhos telefônicos e outros serviços".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Fispal

EQUIVALENTE EM INGLÊS: rental of telephone line

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.12.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **locação de mobiliário**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Há empresas especializadas na **locação de mobiliário** para feiras (mesas, cadeiras, poltronas, banquetas, armários, etc.). Nas feiras comunitárias e municipais é comum que o expositor traga seu próprio mobiliário, o que não é admissível em muitas das feiras profissionais, ainda que de pequeno porte".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Serviços oferecidos ao expositor: locação de coletores de dados; locação de extintores de incêndio; **locação de mobiliários**; limpeza durante a realização do evento; segurança; paisagismo; catering etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: furniture rental

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.20

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **local da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "É fundamental que o **local da feira** tenha um bom aspecto externo e interno, seja bem conservado e limpo. Ninguém gosta de estar em lugares mal cuidados, com aspecto de desleixo e abandono. Havendo necessidade de se promover melhorias para que o local se torne agradável às pessoas, que assim seja".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Escale profissional responsável pela montagem. Deverá ficar no pavilhão ou **local da feira** durante todo o período do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Como Fazer

EQUIVALENTE EM INGLÊS: venue

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **localização do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Este processo se inicia com o desenvolvimento de um bom briefing, que não pode prescindir de certas informações como: descrição da empresa e produtos e serviços que serão apresentados, objetivos da empresa nesta feira, tamanho e **localização do estande** e necessidades básicas, como espaço adequado para exposição dos produtos (...)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O preço do metro quadrado de estande a ser cobrado pelos organizadores pode variar, em razão da **localização do estande**, das suas dimensões, da montagem padrão ou básica e da área livre (chão)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand location

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **mala direta**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Enviamos **mala direta** e, por telefone, os gerentes ligam para clientes e não clientes, incentivando-os a visitar nosso estande, onde sempre lançamos produtos, mantemos um buffet bastante agradável, e fazemos sorteios. Conectividade é um dos principais elementos do marketing e ajuda as pessoas saberem com clareza quem é a empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 65

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Uma equipe treinada faz novo contato para enviar **mala direta** com material específico ou agendar visita".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição n. 68

EQUIVALENTE EM INGLÊS: direct mail

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **manual do expositor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: guia do expositor

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "No **manual do expositor** consta como o expositor deve proceder nesta etapa. O mais frequente é que sejam enviados dados de funcionários da empresa expositora e de terceirizadas que estarão presentes na feira, como nome, cargo, telefone e e-mail à promotora do evento e que esta devolva os crachás antes da data da feira,

para serem distribuídos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Como convidar: para facilitar o convite aos seus clientes e parceiros, você encontra no **manual do expositor**, a área de convites eletrônicos, acesse e encaminhe seus convites, assim eles receberão, por e-mail o convite com o link para o credenciamento do FISA 2012".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibitor manual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.20

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **mapa da feira**: V. planta da feira

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "É interessante observar se há possibilidades para o expositor patrocinar o evento, ou alguma ação paralela, como merchandising, com a inserção de logomarcas em placas sinalizadoras, **mapa da feira**, entre outras peças de divulgação do evento, o que amplia a visibilidade e participação do expositor na feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **material de exposição**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Material de exposição**: engloba os custos diretamente ligados ao material a ser exposto. Além do custo do material, eventual depreciação ou desgaste, devem ser incluídos os custos de instalação, operação, material para uso em demonstração, consumo de energia".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exposições, Feiras & Bons Negócios

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Esta etapa é essencial à participação com sucesso no evento e exige desde o cálculo de gastos com pessoal até a segurança para expor os produtos dentro de uma relação custo/benefício positiva. A estruturação do orçamento para feiras baseia-se em quatro aspectos: despesas diretas, **material de exposição**, promoção e custos com pessoal".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A Importância da Participação das Empresas em Feiras e Exposições Internacionais - Dicas para Feiras Abinee

EQUIVALENTE EM INGLÊS: exhibit material

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **material promocional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Recepcionistas fluentes na língua do país onde está sendo realizada a feira estarão à frente do estande realizando um pré-atendimento, distribuindo **material promocional**, folheteria do Brasil aos visitantes e levantando dados para que seja feito um balanço da feira após o término".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Em muitos casos, o custo restringe-se às despesas de transporte e alimentação da empresa que participará da reunião, além do **material promocional** (folhetos, brindes, cartões)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Internacionais SEBRAE MG 2005

EQUIVALENTE EM INGLÊS: promotional material

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.37

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **metragem do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A energia elétrica básica é de 0,10 KVA por m² e refere-se ao consumo de energia elétrica nos dias de realização do evento. O valor será calculado considerando a **metragem do seu estande** multiplicado por 0,10 KVA, sendo no mínimo de 2Kvas por estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A energia elétrica básica é de 2,0 KVA para estandes com até 20 m². Para estandes maiores será cobrado 0,10 KVA por m². O valor será calculado considerando a **metragem do estande** multiplicado por 0,10 KVA. O número obtido deste cálculo será multiplicado por R\$ 380,00".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: square metre of stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **mix de marketing**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Ao enfatizar o desempenho financeiro corrente, a empresa pode sacrificar o desempenho de longo prazo, ignorando os efeitos de outras variáveis do **mix de marketing**, as reações dos concorrentes e as limitações leais em relação aos preços".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: KOTLER, Philip – Administração de Marketing

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Percebemos a necessidade de adequação da estratégia do **mix de marketing** para cada mercado no qual a empresa deseja atuar".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória

sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: marketing mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **mobiliário**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Nesse rol podem ser incluídos os fornecedores de **mobiliário**, de plantas ornamentais, de serviços de copa e bar, fotógrafos, etc. Ou seja, todos pagam para poder explorar seus serviços durante uma feira. Toda a atenção deve ser dada ao mobiliário e à iluminação. Cadeiras e poltronas bonitas, mas desconfortáveis, são um verdadeiro desastre".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Caso tenha optado pela montagem básica conforme descrito no item 9.2 deste manual, é possível adquirir **mobiliário** através do formulário nº 19".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: furniture

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **montadora**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Devido aos problemas encontrados durante as montagens e desmontagens, no que diz respeito a horários de entrega de estandes e retirada de material do pavilhão, a UBM Feiras e Eventos recorre à aplicação de multas, visando um maior comprometimento das **montadoras** para com os horários estipulados para entrega dos estandes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A **montadora** a ser contratada pelo expositor para a execução do projeto do estande deverá preencher todos os requisitos exigidos pela promotora e assinar o Termo de Responsabilidade".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: assembler

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **montagem**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As empresas contratadas precisam estar registradas nos

órgãos legais, possuir técnicos especializados, usar equipamentos adequados e garantir o bom funcionamento do evento, seguindo as normas deste manual, caso contrário, a direção da feira se reserva o direito de interromper a **montagem**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ABF 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Não é permitida a utilização das áreas de circulação do pavilhão ou áreas de estandes vizinhos para depósito de materiais, ferramentas e produtos a serem instalados nos estandes. Toda a operação de **montagem** deverá ser realizada exclusivamente dentro dos limites da área locada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: assembly

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **montagem do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Muitas feiras têm montadora oficial, que nem sempre é a melhor ou pratica os melhores preços. A escolha do material estrutural pode elevar ou reduzir os custos com a **montagem do estande**. É recomendável obter informações sobre esses fornecedores, submeter-lhes o projeto do estande e negociar os orçamentos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A **montagem do estande** será liberada mediante a confirmação de pagamento de todos os títulos gerados pelo expositor e montadora".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand assembly

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **mostruário**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "(...) da mesma forma, a existência de um **mostruário**, que apresente parte ou tudo o que o expositor produz ou é capaz de produzir, é uma exigência obrigatória. Numa feira de confecções ou de calçados, por exemplo, nem sempre é possível contar com um catálogo ou com um mostruário onde figure toda a coleção".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O **mostruário** deve ter o produto e a descrição das características anexadas à amostra. O mostruário deve ser criteriosamente montado, a fim de dar o valor integral ao produto que a empresa quer oferecer ao cliente em potencial".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: showcase

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **nome da empresa**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os questionários foram personalizados, contendo a informação relativa à feira em análise, o **nome da empresa** e o nome e cargo do representante da empresa nessa visita. Este procedimento permitiu ao respondente identificar rapidamente a feira internacional que estava sendo analisada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Contributo das Feiras Internacionais na Performance Exportadora das Empresas: a Percepção dos Empresários

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Elaboração de cartão de identificação, tipo crachá, contendo **nome da empresa**, nome completo do empregado, função, data de admissão e número do PIS-PASEP – quando em serviço externo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: company name

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **número do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Feita a contratação da área, determinada sua localização, o corredor e o **número do estande**, o passo seguinte é preparar uma mala-direta e enviá-la para os atuais e potenciais clientes, informando-lhes sobre a participação da empresa e sua localização na feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O **número do estande** ficará a cargo da promotora e estará posicionado em frente ao respectivo estande nas áreas de circulação, em lugar visível a todos os participantes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor CIOSP 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand number

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **organizadora**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Embora só o faça em caso extremo, a **organizadora** poderá reorganizar os estandes, desde que respeitadas as dimensões e características estabelecidas em contrato, com o que concorda o expositor. Em caso de necessidade de alteração da metragem quadrada originalmente alocada, será feito o posterior acerto financeiro".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É claro que quando se tratam de feiras profissionais, seus organizadores podem ser também promotores, que podem vir a contratar empresas montadoras. Hoje, os promotores de feiras profissionais valem-se dos serviços de outras empresas, **organizadoras**, montadoras e terceirizadas, atendo-se à promoção e, às vezes, à comercialização".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE
EQUIVALENTE EM INGLÊS: organizer

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **parede divisória**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Sendo o pavilhão climatizado, somente será permitido o uso de ar condicionado do tipo SPLIT e mediante a aprovação prévia da Inovar, devendo os respectivos aparelhos serem instalados em ambiente reservado, protegido por **parede divisória** dentro da área destinada ao estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É obrigatória a construção de **paredes divisórias** nos limites de sua área (porém, dentro dela) com as áreas vizinhas. A altura mínima deve ser de 2,20 m, a partir do piso do pavilhão, até a altura máxima de 6m, respeitando o recuo da respectiva altura em todo o perímetro do estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: dividing wall

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.14

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **participante**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Visão da Competição: grandes feiras tendem a reunir expositores que representam as mais importantes companhias de cada ramo de atividade, permitindo a qualquer **participante** condições para estudar os produtos e as técnicas mercadológicas das empresas bem sucedidas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais – Dicas para Feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Nos casos em que não forem preenchidos os nomes para credencial até a data de vencimento do evento, a CBC&VB e a EMBRATUR não se comprometem com a emissão das credenciais para o **participante**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: attendee

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **passadeira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Jardins, flores e plantas serão permitidas quando contidos em vasos, cestos ou outros recipientes, de forma que ao serem aguados, não causem qualquer vazamento que possa danificar o material da montagem básica, prejudicar os estandes de expositores vizinhos ou manchar a **passadeira** da área de circulação do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Qualquer avaria ou danos causados nas **passadeiras** serão de inteira responsabilidade do expositor, que deverá ressarcir à direção da feira os valores referentes à troca e reinstalação do rolo de passadeira danificado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: aisle carpeting

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **patrocinador**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "(...) a empresa interessada em participar de uma feira passa a analisar os custos de participação, a maneira de participar (há a opção de participar como **patrocinador**, podendo inserir a logomarca da empresa na comunicação visual do evento, ou como expositor, bastando escolher o tamanho do estande e sua forma de apresentação)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Por exemplo: se a marca do **patrocinador** vai estar gravada nos banners (estandartes), mostrar as dimensões do mesmo, o local onde será aplicada a marca do patrocinador, as cores, a quantidade de banners, os locais de exibição e o destino dos mesmos após encerrada a feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: sponsor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **patrocínio**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Patrocínio** é coisa séria e deve interessar tanto a quem patrocina quanto a quem é patrocinado. Isto é básico. E aqui cabe a pergunta: quem se interessaria em patrocinar uma feira? A resposta pode ser encontrada quando se analisa o público visitante que se deseja na feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Para eventuais formas de distribuição promocional fora da área dos stands/demonstração, o expositor deverá verificar com a promotora do evento eventuais opções de merchandising e **patrocínio**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: sponsorship

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **pavilhão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Uma coisa é certa: a segurança do **pavilhão** e das áreas externas é de responsabilidade dos organizadores, e o pessoal designado deve estar claramente identificado. O uso de equipamento de rádio dependerá do tamanho da feira, da sua localização, dos materiais expostos e da disponibilidade de recursos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Todo funcionário e/ou contratado das empresas expositoras e/ou de montagem e/ou de terceiros somente terá acesso ao **pavilhão** portando credencial de identificação, trajando calça, uniforme ou camiseta, tênis ou sapatos fechados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: pavilion

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **pedido de compra**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Buscar o encerramento positivo do processo de venda, uma vez que uma conversa bem conduzida, termina, em geral, com a solicitação de **pedido de compra** ou a assinatura de contrato".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Dicas Comportamentais para a Equipe do Estande SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "(...) é o período compreendido entre a data de recebimento, pelo departamento de compras, do **pedido de compra** (via papel ou sistema), até a data do fechamento do pedido".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Cartilha Comércio Exterior SEBRAE/ES 2006

EQUIVALENTE EM INGLÊS: order

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **pesquisa de mercado**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para tanto, a **pesquisa de mercado** é uma ferramenta indispensável. Através desse instrumento, é possível determinar não só os futuros consumidores, mas os potenciais concorrentes, isto é, países cujas empresas já exportam produtos similares".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Cartilha Comércio Exterior SEBRAE/ES 2006

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Aproveitar a participação em feiras para efetuar **pesquisa de mercado** pode ser uma boa ideia, na medida em que as feiras atraem a audiência pretendida. Contudo, pode ser extremamente dispendioso para determinadas empresas a realização de uma pesquisa de mercado que exija o contato com um público muito específico".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras Temáticas

EQUIVALENTE EM INGLÊS: market research

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **peçoal do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O horário de chegada do **peçoal do estande** deverá anteceder 30 minutos à abertura do evento todos os dias. O estande deve estar aberto e pronto para receber os visitantes desde o primeiro instante de funcionamento da feira. Fica terminantemente proibido o fechamento do estande antes do horário de encerramento do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O **peçoal do estande** deve ter sempre à mão uma boa quantidade de cartões (com dados atuais e corretos), pois a primeira coisa que um atendente de estande deve oferecer, logo após a saudação de praxe ao visitante é o cartão da empresa, convidando-o a se acomodar. Em seguida, deve pedir o cartão do visitante".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand staff

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **piso do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Piso do estande** – a área de cada estande será demarcada e identificada no piso do pavilhão. É de responsabilidade do expositor/montador solicitar auxílio à equipe operacional para solucionar quaisquer dúvidas referentes à área locada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Dica: marque com um "x" discreto no **piso do estande** o

local aproximado em que os recepcionistas devem se posicionar".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand floor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **piso do pavilhão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "É obrigatória a construção de paredes divisórias nos limites de sua área (porém, dentro dela) com as áreas vizinhas. A altura mínima deve ser de 2,30 m, a partir do **piso do pavilhão**, até a altura máxima de 6,00 m, respeitando o recuo da respectiva altura em todo o perímetro do estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A altura máxima para os estandes localizados sob o mezanino é de 3,60 m a partir do **piso do pavilhão**. O expositor está autorizado a construir até a altura máxima permitida no restante da área".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: pavilion floor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.17

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **piso elevado**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todo e qualquer **piso elevado** acima de 0,50m de altura a partir do piso do pavilhão estará obrigado a apresentar projeto e cálculo estrutural, assinados por um responsável técnico, engenheiro ou arquiteto e A.R.T (Anotação de Responsabilidade Técnica) do referido projeto quitada".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2013

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Caso utilize **piso elevado**, é obrigatória a construção de rampa de acesso para deficientes físicos, independentemente de sua metragem".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: raised floor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **planejamento da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para finalizar as análises quantitativas, confronta-se o orçamento previsto (aquele que estimamos na fase de **planejamento da feira**) com o

orçamento realizado. Deve-se anotar as possíveis diferenças para que se distribua melhor a verba em eventos futuros, de acordo com as atividades que geraram maior retorno à empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É necessário, também, haver um planejamento anterior à feira tanto por parte da empresa quanto pela entidade conveniada com a agência. Veja no Anexo I o modelo de cronograma de **planejamento de feira**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Orientação Feiras no Exterior

EQUIVALENTE EM INGLÊS: trade fair planning

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.11

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **plano de marketing**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Antes de iniciar qualquer tipo de planejamento estratégico e projetos das atividades que serão realizadas no seu estande, é muito importante definir objetivos claros e quantificáveis. Um bom **plano de marketing** ajuda a entender o que sua empresa pretende alcançar ao participar da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FISA 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Empresas potenciais patrocinadoras costumam ter **planos de marketing** preparados com muita antecedência (um, dois ou mais anos)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: marketing plan

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.33

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **planta baixa**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para aprovação, será necessária apresentação do projeto com **planta baixa**, elevações frontais e laterais, devidamente cotadas, que permitam a Inovar verificar se todas as alturas do projeto estão de acordo com as exigências deste manual".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A área de cada estande será demarcada no piso pelo promotor, obedecendo ao layout da **planta baixa**. Em hipótese alguma, o mesmo poderá ser demarcado com tinta, pintado, furado ou escovado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: blueprint

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.21

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **planta da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: mapa da feira

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A escolha pelo lugar leva em conta o tamanho da área necessária e a localização de acordo com as estratégias articuladas para alcançar os objetivos. A maioria dos organizadores define com antecedência uma **planta da feira** e apresenta os espaços para exposição".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os itens seguintes figuram entre as informações mais importantes para ajudar na análise da conveniência de participar de uma feira: tipo de feira; tamanho da feira; regulamento da feira; acesso à feira; aspecto geral da feira (pavilhões, portões de entrada, recepção, etc.); **planta da feira** com identificação das áreas dedicadas a produtos ou serviços, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: show floor plan

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **planta do pavilhão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Este processo não pode prescindir de certas informações como: descrição da empresa, produtos e serviços que serão apresentados, objetivos da empresa na feira, tamanho e localização do estande (é interessante enviar uma **planta do pavilhão** porque muitas vezes há colunas em frente ao estande), espaço adequado para exposição dos produtos, reunião, depósito, copa, e o que a empresa venha a necessitar".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Por isso, é importante obter da empresa promotora a **planta do pavilhão**, verificar a posição das entradas e saídas, a localização dos concorrentes, a posição dos banheiros e da praça de alimentação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: fairground layout

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.18

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **ponto de água**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para os estandes que necessitam de um **ponto de água**, a

promotora proverá esta instalação até o estande, cabendo ao expositor a conexão ao ponto desejado. A instalação é feita em tubo PVC ¾ ou 20 mm de diâmetro para água, e 50 mm para deságue. Recomenda-se que o estande tenha piso elevado para acomodação da tubulação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Instale **ponto de água** para que os expositores possam higienizar os vasilhames e produzir os lanches e refeições".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Como Fazer

EQUIVALENTE EM INGLÊS: water supply

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **portão de entrada**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Aspecto geral da feira (pavilhões, **portões de entrada**, recepção, etc.)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exposições, Feiras & Bons Negócios

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Apenas durante o período de montagem, os produtos e equipamentos deverão entrar no pavilhão de exposições pelos **portões de entrada**, e deverão vir acompanhados dos respectivos documentos fiscais, assim como a respectiva relação de materiais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Look Hair – Profissional Norte 2013

EQUIVALENTE EM INGLÊS: entrance door

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **pós-feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adv.

OUTDES PORTUGUÊS: após a feira

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Foram identificadas também as maiores dificuldades que as MPEs enfrentam ao participar em feiras, como acompanhamento **pós-feira**, preparação da equipe para fechar negócios, estabelecimento de networking, dentre outros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Estudo do Mercado Brasileiro de Feiras 2008

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É fundamental que se tenha o controle, o mais completo possível, dos clientes atendidos para contatos **pós-feira**, identificando-os de acordo com categorias (clientes novos, atuais, ex-clientes, prospects, parceiros e até curiosos)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feira de Negócios - O papel das Relações Públicas

EQUIVALENTE EM INGLÊS: post-show

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **posto médico**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "São deveres da organizadora: manter em funcionamento serviços básicos de recepção, atendimento, credenciamento, **posto médico**, segurança, limpeza e sanitários, em conformidade com as normas adiante mencionadas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Regulamento Geral da Feira 1 a 99 BRASIL - 25ª ed.

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Durante o período de montagem, evento e desmontagem estará funcionando, um **posto médico** para atendimento de primeiros socorros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: medical station

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.17

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **praça de alimentação**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A direção do evento, a bem geral, poderá redistribuir a localização das áreas, vias de circulação, **praça de alimentação** e demais setores, respeitando sempre as proporções de dimensões e características originais do estande estabelecidas no contrato de participação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Regulamento Geral da Feira 1 a 99 BRASIL - 25ª ed.

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Por isso, é importante obter da empresa promotora a planta do pavilhão, verificar a posição das entradas e saídas, a localização dos concorrentes, a posição dos banheiros e da **praça de alimentação**. Ficar de frente para banheiros e locais de alimentação não é muito recomendável".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: food court

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **pré-feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adv.

OUTDES PORTUGUÊS: antes da feira

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A consolidação dos resultados da feira é importante para avaliação da participação no evento. Para isso é preciso: elaborar parecer no tocante ao acesso a informações no **pré-feira**, inclusive no que se refere ao cronograma para o evento; elaborar avaliação do evento e repassar o interesse ou não de participar de novas edições da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Orientação Feiras no Exterior

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Atividades **pré-feira**: pesquisa de mercado; elaboração de

um plano de marketing; preparo de listagem de prospects a serem contatos; preparação do material promocional; envio de informações com informação da localização do estande aos clientes e prospects; envio de convite (telemarketing, mala direta, fax, internet) e seleção do pessoal e treinamento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: pre-fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **press release**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O envio de **press release** para os veículos de comunicação quase sempre ocorre mais próximo da data de início do evento, durante todo o tempo de sua realização e no dia do seu encerramento. Deve-se quebrar esse paradigma. Afinal, os veículos de divulgação começam a faturar meses antes da data do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Promova a imagem de sua empresa e de seu destino: aproveite todos os recursos de divulgação oferecidos na feira - boletins, catálogos, **press release**, reuniões pré-agendadas, seminários, dentre outros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: press release

SN: Este é um caso de estrangeirismo. Utilizamos o termo em inglês na língua portuguesa.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **press kit**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m..

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A divulgação do **press kit** deve ser realizada com antecedência de aproximadamente três semanas ao evento, atingindo veículos de comunicação de todo o Brasil e, se necessário, versões adaptadas para agências de notícias/imprensa de outros países".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Guia de Boas Práticas de Comunicação em Feiras e Eventos

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Prepare um **press kit** com informações da sua empresa e lançamentos com foco nas novidades e inovações dos produtos. O mesmo ficará na sala de imprensa da feira para promoção e divulgação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: press kit

SN: Este é um caso de estrangeirismo. Utilizamos o termo em inglês na língua portuguesa.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **prestador de serviços**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Quando um expositor não conhecer a promotora de uma feira para a qual foi convidado ou quiser checar a credibilidade de algum outro **prestador de serviços** desta área, pode e deve recorrer a estas entidades. Seguem dados sobre cada uma das entidades, sua relação com o setor de eventos, objetivos e outras informações (...)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Após a retirada total e limpeza da área, o expositor/montador e/ou **prestadores de serviços** que apresentaram cheque-caução deverão, obrigatoriamente, solicitar a vistoria de sua área no departamento de operações para obterem a liberação de seus cheques".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: contractor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **produtos e serviços**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O principal órgão fomentado pelo governo brasileiro que investe na promoção comercial é a APEX-Brasil que apóia técnica e financeiramente feiras e missões internacionais, eventos periódicos, setoriais ou multissetoriais, objetivando levar empresas brasileiras para expor e comercializar **produtos e serviços** em espaço apropriado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O desafio consiste em inovar, em atrair expositores que apresentem **produtos e serviços** de real interesse do público visitante, se é que se deseja realizar um evento de sucesso".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: products and services

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.28

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **projeto do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Sempre que possível a empresa deve recorrer aos serviços de especialistas na montagem do seu estande. O arquiteto tem uma boa visão de espaços, uso de cores, decoração, etc, podendo ser muito útil no **projeto do estande**. Um estande projetado

adequadamente poderá custar mais na hora de sua montagem, mas terá maior eficácia (...)"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Como Participar de Feiras e Exposições

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O expositor e/ou montador deverá enviar a cópia do **projeto do estande**, contendo: planta baixa, elevação cotada do estande, perspectiva (Arquitetônica), planta de eletricidade (Técnica) e cálculos de sustentação com todas as especificações técnicas, as quais deverão estar devidamente assinadas por profissional registrado no CREA – SP".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand project

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.9

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **promoção de vendas**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A **promoção de vendas** consiste em um conjunto diversificado de ferramentas de incentivo, a maioria de curto prazo, projetadas para estimular a compra mais rápida ou em maior quantidade de produtos ou serviços específicos, pelo consumidor ou pelo comércio".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: KOTLER, Philip – Administração de Marketing – 10ª ed.

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "No atual cenário mercadológico, a promoção de vendas tem ocupado, cada vez mais, um lugar de destaque frente às ações de comunicação e marketing. Muitas organizações estão migrando sua verba de propaganda, mídia de massa, para ações de **promoção de vendas**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Participação em Feiras Comerciais como Ação Promocional dos Expositores

EQUIVALENTE EM INGLÊS: sales promotion

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **promotora**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A **promotora** autorizará a participação do coexpositor desde que suas atividades estejam em conformidade com o segmento a que se destina a feira e com o projeto apresentado pelo expositor da divisão de sua respectiva área. A presença do coexpositor estará sujeita à aprovação da promotora e será concedida em caráter excepcional".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O serviço de segurança estará disponível pela **promotora** durante o período integral de montagem, realização e desmontagem, atuando nas áreas comuns do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: promoter

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **prospects**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Além disso, os atendentes devem fazer um registro de todos contatos que realizaram na feira. É fundamental que se tenha o controle, o mais completo possível, dos clientes atendidos para contatos pós-feira, identificando-os de acordo com categorias (clientes novos, atuais, ex-clientes, **prospects**, parceiros e até curiosos)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Manter contato direto e pessoal com clientes e **prospects**, o que é difícil de acontecer no cotidiano. Feiras são um momento propício para aplicação de pesquisas rápidas de necessidade e anseio dos consumidores".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: prospects

SN: Este é um caso de estrangeirismo. Utilizamos o termo em inglês na língua portuguesa.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **público**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As feiras multissetoriais mais relevantes são, geralmente, nacionais. Mesmo quando são abertas ao **público** para visitação, as compras são realizadas por profissionais do setor".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Mercado Brasileiro de Feiras 2007 - SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Grandes feiras temáticas de interesse geral exibem grande variedade de produtos de uma determinada indústria. Normalmente são abertas ao **público** e a visitas de homens de negócio".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exposições, Feiras & Bons Negócios

EQUIVALENTE EM INGLÊS: public

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **público especializado**: V. visitante profissional

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Voltadas ao **público especializado**: neste tipo de evento o

público visitante é menor em quantidade, mas muito mais exigente com os atendentes do estande. A empresa deverá apresentar aos visitantes as características e propriedades que diferenciem os seus produtos ou serviços dos demais fornecidos pelo mercado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Como Participar de uma Feira ou Exposição

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.17

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **público geral**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Durante o período de funcionamento das feiras, o expositor deverá manter em sua mesa pelo menos um funcionário capacitado para prestar informações sobre o produto. Mesmo em dias de **público geral**, os estandes deverão ter responsáveis por informações e atendimento durante todo o horário estabelecido pela organizadora do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Quantas pessoas visitaram a feira no ano passado? Separar o **público geral** dos comerciantes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Dicas de Como Participar de Feiras SEBRAE Vitória 2004

EQUIVALENTE EM INGLÊS: general public

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.18

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **público-alvo**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Daí a pertinência em concentrar os esforços no layout do estande, apostar em profissionalismo e em conformidade com os padrões de qualidade internacionalmente exigíveis, não esquecendo de corresponder às expectativas do **público-alvo** e articular-se de forma coerente com os objetivos relativos a todos os componentes do marketing mix".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Contributo das Feiras Internacionais na Performance Exportadora das Empresas: a Percepção dos Empresários

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "(...) se a participação da empresa na feira atingiu os objetivos definidos anteriormente, se há espaço neste mercado para a exposição de seus produtos ou serviços, se estão adequados ao **público-alvo** da empresa e se a participação no ano seguinte se concretizará".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

EQUIVALENTE EM INGLÊS: targeted audience

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.19

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **rampa de acesso**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Caso utilize piso elevado, é obrigatória a construção de **rampa de acesso** para deficientes físicos. A rampa deverá ter, no máximo, 10% de inclinação e possuir a largura mínima de 1,00 m. Todo estande que tiver piso elevado deve apresentar uma A.R.T. (Anotação de Responsabilidade Técnica)”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “Todo e qualquer estande, deverá ter **rampa de acesso** para deficientes físicos, com a largura mínima de 1m, viabilizando a passagem de cadeira de rodas”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ExpoFood 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: access ramp

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.18

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **recepção**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Além disso, todos os co-expositores são incluídos em um banner indicativo com o mapa do estande que estará próximo à **recepção** e constarão do catálogo de co-expositores do Brasil, a ser distribuído no estande e para a imprensa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Participação em Feiras Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os convites serão individuais e poderão ser trocados na **recepção** por uma credencial, pessoal e intransferível, válida para todo o período de realização do evento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FIT 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: reception

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **recepcionista**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A postura dos **recepcionistas** deve ser a de mostrar disponibilidade, sem, contudo, “saltar” sobre o visitante. Não é por isto que o recepcionista deve se imaginar invisível, ou tratar o visitante como se este o fosse. A melhor política é receber o visitante com os olhos e, estabelecido o contato visual, um rápido cumprimento é adequado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Exposições, Feiras & Bons Negócios

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os serviços de **recepcionista** para atendimento em seu estande, assim como tradutoras bilíngues e trilingues podem ser contratadas pela empresa oficial do evento ou pela empresa de sua preferência".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: hostess

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **registro de contato**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: ficha de contato

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Gestão de estoque de material, sistemas e produtos é a área administrativa da maior relevância. O cálculo médio de quantidade de produtos perecíveis para degustação, distribuição de folhetos e brindes, **registro de contatos** e a manutenção de sistemas de informação, ilustram algumas tarefas de suporte".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais – Dicas para Feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Estabelecer um sistema simples e de alta eficiência para o **registro de contatos** e informações sobre compradores potenciais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Dicas de Como Participar de Feiras - SEBRAE VITÓRIA 2004

EQUIVALENTE EM INGLÊS: leads

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.19

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **representante de vendas**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Porém, em algumas ocasiões, o grande número de visitantes inviabiliza que este quadro seja preenchido. Ao menos deve-se classificar os visitantes que tenham demonstrado interesse pelo produto, tenham feito uma reunião com os **representantes de vendas** e ignorar os que somente por curiosidade visitaram o estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O primeiro passo é determinar o que geraria mais vendas, a força de vendas da empresa ou um **representante de vendas**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: KOTLER, Philip – Administração de Marketing

EQUIVALENTE EM INGLÊS: sales representative

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **rua de circulação**: V. corredor

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As testeiras de identificação dos estandes podem avançar em até 0,25m sobre as **ruas de circulação**, desde que estejam instaladas acima de 3,00m e tenham, no máximo, 1,00m de altura por 2,00m de comprimento, obedecendo ainda aos recuos obrigatórios em relação ao limite da área com os vizinhos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor Fispal 2011

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **rua principal**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Sinalize as áreas de circulação (ruas) com praticáveis ou torres de identificação. Ao planejar defina as **ruas principais** ou nobres e defina também as secundárias. O valor a ser cobrado pela locação dos espaços dependem de tal estratégia".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Como Fazer

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Todo e qualquer componente de montagem executado nos estandes que possa ser visto pelos vizinhos ou pelos passantes das **ruas principais** e/ou transversais somente será permitido se tiver acabamento na mesma qualidade da parte frontal do estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FEIPLAR 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: main aisle

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **rua secundária**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS: rua transversal

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Fechar espaço significa definir o tamanho que o estande deverá ter e sua localização na planta geral da feira. Dentro dos pavilhões de exposição existem **ruas** ditas principais e **secundárias**. As principais são mais largas e, portanto, mais disputadas".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Organização de Eventos – Teoria e Prática

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Sinalize as áreas de circulação (ruas) com praticáveis ou torres de identificação. Ao planejar defina as **ruas principais** ou nobres e defina também as **secundárias**. O valor a ser cobrado pela locação dos espaços dependem de tal estratégia".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Como Fazer

EQUIVALENTE EM INGLÊS: cross aisle

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **rua transversal**: V. rua secundária

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todo elemento decorativo ou testeira deverá ter acabamento de ambos os lados, seja na divisão com estandes contíguos, seja na divisão com **ruas transversais**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor FIT 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.319

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **sala de imprensa**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Nada sofisticada, uma **sala de imprensa** deve conter algumas facilidades, como computador, impressora, telefone, fax e internet, sempre que possível, e, principalmente, com um local para as entrevistas com visitante ilustres, autoridades e expositores de destaque".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Prepare um press kit com informações da sua empresa e lançamentos com foco nas novidades e inovações dos produtos. O mesmo ficará na **sala de imprensa** da feira para promoção e divulgação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: press office

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.20

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **sala de reuniões**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Em função destes objetivos, define-se a estratégia de participação, qual será o estilo do estande, se terá serviços como coquetel e recepcionistas, sala vip, etc. Se eu quero vender, preciso de uma **sala de reuniões**, se quero somente me relacionar com clientes que já tenho, é um momento de conversar, não preciso desta sala fechada de negócios".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "No pavilhão, os mezaninos podem ser projetados tanto para proporcionar um ambiente discreto, abrigando **salas de reuniões** e áreas VIPs, como um espaço aberto, que expõe quem está presente no estande".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Revista Feira & Cia, edição 65

EQUIVALENTE EM INGLÊS: discussion area

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.20

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **sanitário**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Feira é um evento que recebe uma concentração muito grande de pessoas. Daí ser importante contar com uma quantidade adequada de unidades sanitárias, proporcional ao número esperado de pessoas. Não basta ter **sanitários**, mas tê-los sempre limpos e na quantidade que suporte o fluxo de visitantes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Serviços oferecidos ao expositor (sem custo): iluminação geral do pavilhão; limpeza geral dos **sanitários** e das áreas de circulação/comuns e sanitários públicos para expositores e visitantes (público em geral)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual Geral do Expositor BTS 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: toilet

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **segurança**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "A organizadora recomenda ainda que os expositores mantenham **segurança** em seus estandes enquanto seus materiais não forem retirados em sua totalidade, pois a mesma não se responsabilizará por quaisquer problemas advindos da inexistência de segurança".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Regulamento Geral da Feira 1 a 99 Brasil – 24ª ed.

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A credencial do **segurança** somente será entregue mediante a apresentação no CAM – Centro de Atendimento à Montadora de documentos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor ABF 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: security guard

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.10

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **segurança do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Caso seja verificada a prestação de serviço clandestina de segurança, implicará no encerramento imediato das atividades, apreensão das armas e munições porventura utilizadas. Em caso de dúvidas com relação à **segurança do estande**, dirija-se ao departamento de operações durante o evento para mais esclarecimentos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor CIOSP 2013

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Cada empresa expositora é responsável pela **segurança do**

seu **estande**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FISA 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand security

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.34

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **seguro**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Fica recomendado a cada expositor, segundo seu próprio julgamento, que o mesmo contrate um **seguro** para cobertura dos seus estandes, produtos, bens e pessoal em serviço, bem como contra acidentes de qualquer natureza, inclusive de casos fortuitos ou acontecimentos inesperados que prejudiquem a atuação da empresa durante a feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Os estandes, bens, produtos e pessoal a serviço dos expositores não estão cobertos por **seguro**, cuja responsabilidade é exclusiva dos expositores".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FIT 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: insurance

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.11.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **seminário**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os resultados indicam que as principais motivações para a participação em feiras internacionais estão relacionadas à melhoria da imagem da empresa, estabelecimento de parcerias e venda de produtos. As motivações consideradas menos importantes envolvem a participação em eventos paralelos, tais como **seminários** e palestras, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "É muito comum, principalmente em feiras profissionais, independentemente do porte, a ocorrência de eventos paralelos: **seminários**, palestras técnicas, oficinas, rodadas de negócios, etc".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: seminar

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.35

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **serviço de bufê**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: “Pelo contrário, o programa nos dá todo o suporte, incluindo a montagem do estande, a comunicação visual, o **serviço de bufê** e até intérpretes, se precisarmos”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Revista Feira & Cia, edição n. 88

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: “Uma empresa de tecnologia pode, por exemplo, equipar a sala com computadores de última geração e impressionar os jornalistas; uma rede de cafés pode coordenar o **serviço de bufê** e chamar a atenção para serviços e produtos diferenciados e uma empresa de móveis pode ceder mesas e cadeiras modernas e com design arrojado”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Guia de Boas Práticas de Comunicação em Feiras e Eventos

EQUIVALENTE EM INGLÊS: catering

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.23

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **serviços de telecomunicação**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todos os **serviços de telecomunicação** estão sob a responsabilidade exclusiva do Center Norte que disponibiliza a locação de linhas telefônicas diretas, internet e outros serviços. Para informações sobre preços, custo de instalação, tarifação de ligações e prazo para a contratação do serviço, o expositor deverá entrar em contato com a Telefônica".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ABF 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Serviços oferecidos ao expositor (custos por conta do usuário): montagem; segurança interna do estande; serviço de guincho e empilhadeira para carga e descarga para os expositores de máquinas e equipamentos; **serviços de telecomunicação** – locação de linha telefônica, internet; locação de aparelhos telefônicos e outros serviços”.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do expositor Fispal 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: telecommunication service

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.21

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **sinalização**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Quanto à **sinalização** interna, deve-se lembrar que os visitantes, presume-se, não conhecem o pavilhão onde está sendo realizada a feira. Por isso, uma boa sinalização orientativa é importante e facilita a visita, principalmente quando a feira envolve diferentes setores".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Todo estande que possuir painéis de vidro na área externa, deverá utilizar **sinalização** de alerta nos mesmos ou colocar algum tipo de display promocional atrás, a fim de facilitar a visualização do público, evitando possíveis acidentes".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor FIT 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: signage

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.7

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **staff**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Ainda que a maioria do **staff** trabalhe muito mais nos dias da feira do que se estivesse no escritório, ser escolhido para participar numa feira representa um grande privilégio. No caso dos engenheiros de produção, eles aproveitam a oportunidade para contatar os clientes, avaliando a sua reação ao produto/serviço oferecido".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A contratação de recepcionistas deve ser encarada como recurso suplementar, pelo inevitável desconhecimento da empresa e/ou instituição. O melhor atendimento é feito sempre pelo **staff** da própria empresa e/ou instituição. Se for inevitável a contratação de terceiros, é recomendável o treinamento antecipado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Participação em Feiras Internacionais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: staff

SN: Este é um caso de estrangeirismo. Utilizamos o termo em inglês na língua portuguesa.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.14

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **tamanho do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todos os estandes deverão conter extintores de incêndio, desde o início da montagem até o final da desmontagem, com carga compatível com o **tamanho do estande**, os materiais utilizados e os produtos a serem expostos. Os extintores a serem utilizados são os de pó químico e de CO₂".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O número de pessoas no estande varia em função dos propósitos na participação, do **tamanho do estande** e do volume de atendimentos esperados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: stand size

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.22

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **tema da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "As feiras nacionais têm foco em negócios com ênfase na parte técnica. São os locais de lançamentos de tendências e produtos, além de focar, também, ações de público, tais como atrações e apresentações diversas, de acordo com o **tema da feira**".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Mercado Brasileiro de feiras 2007

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Para colher os frutos da participação nas feiras, o exportador deve se unir a um importador ou agente, agregando seu conhecimento do produto com o conhecimento dele do mercado importador. É importante ainda definir a sua participação na feira e questionar-se: a oferta é compatível com o **tema da feira**?"

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exportação Passo a Passo DPR/ MRE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: trade fair theme

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.6

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **testeira de identificação do estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS: testeira

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os expositores que optaram pela montagem básica, deverão informar à montadora oficial o nome característico que deseja colocar na testeira de identificação do estande. Caso não seja informado, a **testeira de identificação do estande** trará a razão social simplificada da empresa, constante do contrato de participação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual do Expositor ExpoFood 2012

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "As **testeiras de identificação dos estandes** podem avançar em até 0,25m sobre as ruas de circulação, desde que estejam instaladas acima de 3,00 m e tenham, no máximo, 1,00m de altura por 2,00m de comprimento, obedecendo ainda aos recuos obrigatórios em relação ao limite da área com os vizinhos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Fispal

EQUIVALENTE EM INGLÊS: header

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **tipo de estande**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Há preocupação com o **tipo de estande**, como será a sua vetorização, onde será a entrada, como elas verão o produto e por onde sairão, se é mais adequado um estande mais aberto ou mais fechado, se haverá um espaço reservado para conversas com clientes especiais e inclusive se haverá venda do produto ou não no decorrer da feira".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "**Tipos de estande**: tudo dependerá da área escolhida e dos propósitos do expositor na feira. Há estandes de meio de quadra (ilha), de esquina e de fundo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: type of stand

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.20

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **tomadores de decisão**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Todos os números aumentam: a quantidade de feiras, de público visitante, que também se torna cada vez mais qualificado, com presença frequente de formadores de opinião e **tomadores de decisão**, bem como a área disponível para feiras no país".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Sucesso absoluto na Brazil Automation 2012: cerca de 12.400 pessoas estiveram na feira, que aconteceu entre os dias 6 e 8 de novembro em São Paulo. O bom momento da economia atraiu ao Expo Center Norte executivos de indústrias, **tomadores de decisão** e profissionais envolvidos em projetos de grande porte e na modernização de plantas industriais, em busca de soluções tecnológicas e inovações na área de automação industrial".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Mais de 12 mil pessoas visitaram a Brazil Automation 2012

EQUIVALENTE EM INGLÊS: decision maker

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.16

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **totem**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Dentro dos pavilhões também estava muito bem sinalizado, utilizando **totens** de apoio separado por endereços. A estrutura física do evento foi bem completa, dividida em pavilhões que eram formados por alas que estavam divididas em ruas, as quais tinham endereços bem definidos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Relatório de Inteligência em Feiras - SEBRAE 2011

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Serviços oferecidos ao expositor: iluminação geral do pavilhão; limpeza geral dos sanitários e das áreas de circulação/comuns; sanitários públicos para expositores e visitantes (público em geral); posto de pronto-atendimento médico; áreas de descanso; **totens** com informações e localizadores (mapa/planta da feira)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do expositor Fispal 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: totem

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.13

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **transporte**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para atender às empresas expositoras ou mesmo as promotoras das feiras, existe um mercado que está em ascensão, especializado em feiras e eventos em geral. Essas empresas viabilizam a participação dos expositores, realizando desde serviços de promoção, até recepção, limpeza, segurança, alimentação, **transporte**, hospedagem, entre outros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: A participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "No corpo da nota fiscal deverá constar que a mercadoria destina-se à exposição, ou se retornam da exposição (nota fiscal de entrada), citando o dispositivo legal, o artigo e o inciso que dão cobertura legal ao **transporte** e à exposição da mercadoria".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: transportation

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.12

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **treinamento da equipe**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Ao comparar as médias das motivações, verifica-se que os expositores brasileiros consideram mais importante do que os estrangeiros o **treinamento da equipe** de vendas, a obtenção de vantagem competitiva em relação aos concorrentes que não estão expondo, e a aquisição de informações técnicas da concorrência".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "A participação em feiras é uma excelente oportunidade para a realização de negócios. Preparar-se adequadamente para expor produtos ou serviços pode ser o primeiro passo para alcançar bons resultados. A dedicação ao estande, além de tornar mais agradável a recepção aos clientes, contribui para consolidar a marca no mercado. A seguir, estão algumas dicas para montar um estande ideal: como expor para valorizar o produto, cuidados para evitar a poluição visual, a importância do **treinamento da equipe** de atendimento e materiais de apoio necessários".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Dicas para Exposição

EQUIVALENTE EM INGLÊS: staff training

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.36

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **treliça**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "**Treliça** - são estruturas tubulares, quase sempre em alumínio, que servem para "fechar" a parte superior dos estandes. Podem ser vazadas ou totalmente fechadas com outros materiais. Nelas são fixadas as luminárias e outros elementos de acabamento e decoração".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Somente após análise, será permitida ao expositor/montador a colocação de estruturas suspensas fixadas no teto do pavilhão quando ela for indispensável para a sustentação do estande. A **treliça** do teto do pavilhão de exposições do Anhembi suporta até 30 kg por nó".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual do Expositor Fispal 2011

EQUIVALENTE EM INGLÊS: truss system

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.14

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **venda direta**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Geralmente as feiras onde se permite a **venda direta** são varejistas. No entanto, este não é o tipo mais usual, principalmente quando os ramos contemplados produzem bens de capital. As vendas diretas são mais comuns quando o ramo da feira está vinculado à produção de bens de consumo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Eventos Internacionais - SEBRAE/MG, 2005

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Regionais: são feiras de médio porte, com foco no consumidor local e no público de negócios. Nessas feiras, os organizadores convidam diversos compradores em potencial (lojistas, empresários, representantes) para visitar o evento, mas ele é aberto ao público em geral. São um misto de negócios com **venda direta** ao consumidor final".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feiras são vitrine dos pequenos negócios
EQUIVALENTE EM INGLÊS: direct sale

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.8

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **vendedor**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "O registro do visitante deve ser feito bem no início da conversa, para evitar correria no final. O **vendedor** deve chamar a atenção para seu bloco de registros e (discretamente) perguntar: Você se incomoda se eu fizer algumas anotações? Quero me lembrar do que você está me dizendo".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Dicas Comportamentais para a Equipe do Estande SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Quanto ao estande – o local deve estar organizado de forma

adequada à visita e troca de ideias mais profundas, não podendo nunca ficar ao abandono. Não deve ser território do **vendedor**, nem do comprador, mas sim um território neutro".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais – Dicas para feiras Abinee

EQUIVALENTE EM INGLÊS: salesperson

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **via de circulação**: V. rua principal

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Toda a operação deverá ser realizada exclusivamente dentro dos limites do estande do expositor. Caso haja necessidade de deixar qualquer material, temporariamente, nas **vias de circulação**, a empresa montadora terá de deixar uma área livre de 1 m de largura para passagem rápida de brigadas de incêndio e bombeiros".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual Geral do Expositor BTS 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **visitante**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Da interação entre ambos surgem oportunidades: para o **visitante** - de aprender algo de novo ou estabelecer novos contatos; para o expositor - de gerar venda, obter contatos, introduzir e promover novos produtos/serviços, fidelizar clientes, contatar a concorrência, reforçar a imagem institucional ou aumentar a notoriedade da empresa".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: O Contributo das Feiras Internacionais na Performance Exportadora das Empresas: a Percepção dos Empresários

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Ao contrário do expositor, que tem como principal objetivo a venda, seja no curto ou médio prazos, o **visitante** busca acima de tudo o conhecimento e a informação".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Eventos Internacionais SEBRAE/MG 2005

EQUIVALENTE EM INGLÊS: visitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.1

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **visitante da feira**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: loc. adj.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Entre as informações que podem ser mensuradas e cruzadas, em uma primeira análise, estão: a quantidade de visitas ao estande pelo número de **visitantes da feira** e a quantidade de visitas ao estande pelo número de clientes potenciais, clientes

atuais e curiosos".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Esses dados são fundamentais para se conhecer o perfil do **visitante da feira**, fato que poderá contribuir para orientar os organizadores quanto a futuros planos de mídia e ao planejamento".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

EQUIVALENTE EM INGLÊS: trade fair visitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **visitante estrangeiro**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Segundo Chapman (1987), as feiras podem assumir diferentes tipologias, dependendo da sua finalidade e da sua amplitude geográfica. Feiras internacionais: têm pelo menos 10% de **visitantes estrangeiros**; feiras nacionais: 40% dos visitantes viajam mais de 300 km para participar na feira (...)".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Feiras Temáticas

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Para as feiras internacionais, a ABEU (Associação Brasileira das Editoras Universitárias) tem preparado uma ficha como esta, a fim de facilitar o contato do **visitante estrangeiro** com as publicações brasileiras".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Feira do livro de Frankfurt 2013 - Orientações Gerais

EQUIVALENTE EM INGLÊS: foreign visitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.2

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **visitante internacional**: V. visitante estrangeiro

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Os EUA, a nação que mais consome vinho no mundo, tanto em volume como em valor, foi o segundo maior **visitante internacional** da Vinexpo com 1.433 profissionais. Visitantes canadenses cresceram com 731 profissionais, um aumento de 11,9% em relação a 2011".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Vinexpo, a maior feira internacional de vinhos, mostra resultados

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.3

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **visitante nacional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Encontrar com os principais tomadores de decisão do mercado; 77% dos visitantes têm poder de decisão final na compra de produtos nas empresas em que atuam; apresentar seus lançamentos e novidades; 84% visitam o evento para conhecer as tendências do mercado, ver novos produtos ou serviços divulgados nesta oportunidade imperdível de contato direto com a marca; negociar com **visitantes nacionais** e internacionais e fazer ótimos negócios com muitos compradores com forte conhecimento no mercado".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Seja um Expositor – Feiplastic 2015

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "O recinto Exponor é o maior parque de exposições português com 60.000 metros quadrados de área coberta de exposição. Acolhe anualmente cerca de 50 feiras especializadas, recebendo milhares de expositores e **visitantes nacionais** e estrangeiros.

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Exponor – O Recinto

EQUIVALENTE EM INGLÊS: national visitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.4

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **visitante profissional**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.m.

OUTDES PORTUGUÊS: público especializado

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Quando entregamos nossos dados à empresa organizadora, nossa empresa figurará no catálogo oficial e no sistema de informações da feira. Assim, se alguém busca determinado produto que fazemos, é mais fácil sermos encontrados. O **visitante profissional** não vai à feira para passear, mas para encontrar o que está buscando".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Manual de Feiras e Exposições SEBRAE

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Grandes feiras comerciais especializadas: destinadas basicamente a **visitantes profissionais**. O acesso do público em geral é restrito a algumas feiras e a horários determinados. Permitem melhor aproveitamento comercial por atraírem contingente expressivo de visitantes profissionais".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais – Dicas para Feiras Abinee

EQUIVALENTE EM INGLÊS: trade visitor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.15

ENTRADA EM PORTUGUÊS: **vitrine**

CAT. GRAM. PORTUGUÊS: s.f.

OUTDES PORTUGUÊS:

CONTEXTO PORTUGUÊS 1: "Para boa apresentação de produtos e folhetos na **vitrine** comercial das feiras, é necessário trabalhar aspectos ligados à movimentação no próprio estande. Embora a maior ou menor circulação de visitantes dependa do próprio porte e representatividade da feira, é fundamental evitar a reserva de espaços físicos superdimensionados ou sub-avaliados".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 1: Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais – Dicas para Feiras Abinee

CONTEXTO PORTUGUÊS 2: "Na **vitrine** deve-se restringir a exposição à alguns produtos, para garantir a concentração do visitante. Deve-se ter uma decoração adequada ao produto exposto".

FONTE CONTEXTO PORTUGUÊS 2: Como Participar de uma Feira ou Exposição

EQUIVALENTE EM INGLÊS: glass case

4.3.2 Glossário Bilingue: Inglês-Português

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.18

ENTRADA EM INGLÊS: **access ramp**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "If the stand design requires a raised floor section, an **access ramp** must be incorporated into the flooring. An alternative is to have multiple floor areas of the stand to make a credible attempt to deliver the services to an area of the stand, which does not require a platform".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "When the floor is elevated, construction of an **access ramp** for the disabled is mandatory, whatever the size of the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: rampa de acesso

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3

ENTRADA EM INGLÊS: **after the show**: V. post-show

CAT. GRAM. INGLÊS: adv.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "We have compiled information from our e-newsletters and seminars into this comprehensive guide just for you. You'll find helpful tips on budgeting and planning, creating a winning display and things to do before, during and **after the show**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.6

ENTRADA EM INGLÊS: **agent**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "If, for example, you intend to make use of an import agency to enter the market, then one of your trade fair objective may be to identify suitable **agents**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "An **agent** helps you sell your product at a commission, but you as the seller make the delivery to the customer and the commission to the agent is payable once you have been paid".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Making the Most of Your Exhibition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: agente

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **aisle**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: corridor; gangway; walkway

CONTEXTO INGLÊS 1: "The standard row booth is designed to stand back-to-back with an opposite row or a wall and will have adjacent booths on both sides. Only one side (occasionally two) faces an **aisle**. The dimension of the open booth front is used to distinguish a narrow, deep booth from a wide stand which is less deep".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "Don't chat with other booth staff, even during the quiet periods. Visitors will not wish to interrupt. Stay on the alert, close to the **aisle**, showing a willingness to help".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Marketing Manual

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: corredor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.13

ENTRADA EM INGLÊS: **aisle carpeting**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Aisle carpeting** will be put down in the last day of assembling. The exhibitor will be entirely responsible for any damage caused to the aisle carpeting and must reimburse the event management for any cost related to removal or reinstallation of any carpeting roll that is damaged".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Aisle carpeting** will be put down from 11 pm of June 7, and from this time any assembly or exhibition equipment must be brought in such a way as not to damage the aisle carpeting already installed".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: passadeira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.1

ENTRADA EM INGLÊS: **annual trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "They also leveraged on economic expansion and contributed to it. The 1960s witnessed a trade fair boom as many trade associations were formed or expanded their role. It became standard for each industry to have associations and **annual trade fairs**, which helped showcase and execute strategies".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Fispal Latino, United States - **annual trade fair** specializing in Latin American ethnic products for the US market, held in Miami".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Successfully Participate in International Trade Show

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira anual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **application form**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The registration and customers' service unit of the trade fair management and operations team should then take over the relationship with the prospective participants and send the **application form** for registration and all relevant documentation".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "The nature of the participation and the identity of each exhibitor at the stand should be very clear from the **application form** sent to the exhibition organizer".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Euro Fair Statistics 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: ficha de inscrição

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **assembler**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "All illumination of the stand must be self-sufficient: no exhibitor or assembler should rely solely on the general illumination of the pavilion. The exhibitor and **assembler** must arrange for this illumination not to be prejudicial to neighboring stands".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "In case it is necessary to place, temporarily, any material in the aisles, the **assembler** should keep at least the space of 1 meter for the circulation of the cars or emergency teams, fire brigades, and firemen".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: montadora

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.3

ENTRADA EM INGLÊS: **assembler credential**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Assembler credentials**: the assembler, after being selected by an exhibitor, will have access to the services page on the website for purchase of the credentials and filling in the data of each employee that will provide the assembling service".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Fill assembler's credential form. **Assembler credential** withdrawal at CAEX (CAEX means exhibitors support center)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Futurecom Exhibitor Manual 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credencial de montador

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30

ENTRADA EM INGLÊS: **assembly**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: set up; build-up; installation

CONTEXTO INGLÊS 1: "Security at the trade fair stand must be properly organized even during **assembly** and disassembly. Valuable exhibits should not therefore be left unattended. This applies to the daily running of the stand. In particular in the case of trade fairs with large amounts of visitors, adequate security arrangements should be made for valuable exhibits".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Whenever possible, when choosing to purchase or rent a display, explore your options for displays that do not require tools for assembly. Display manufacturers have become masters of creating even large-scale displays that do not require tools for **assembly**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: montagem

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2

ENTRADA EM INGLÊS: **at show**

CAT. GRAM. INGLÊS: adv.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "You have to decide on how many rules you need and how detailed the rules have to be, usually based on your audience. A good way to start is to make a list of all activities that are part of exhibiting, pre-show, **at show** and post show".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Best Practices to Boost Your Trade Show Results

CONTEXTO INGLÊS 2: "One month in advance: preview your display; learn how to assemble, disassemble, ship, etc.; train booth staff on booth assembly/dismantle/shipping; launch pre-show marketing activities (direct mail, e-mail, personal sales calls); set on-site appointments with clients; plan in-booth activities (giveaways, drawings, order forms, sign-up sheets, etc.); gather products to be shown/sold **at show**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: durante a feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.14

ENTRADA EM INGLÊS: **attendee**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The purpose of commercial exhibits is to further the education of **attendees** through product and service displays and demonstrations. Direct selling is not allowed; however, order taking is permitted within the booth if business is conducted in a manner consistent with the professional nature of the exhibits".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Exhibitor Rules and Regulations

CONTEXTO INGLÊS 2: "Your goals should be realistic and quantifiable. If your goal is lead generation, for example, evaluate your expected **attendee** list and develop a daily lead goal".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: participante

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.21

ENTRADA EM INGLÊS: **audio visual equipment**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Signs and truss are limited only by ceiling height and fire regulations but must not exceed any portion of the booth perimeter. Truss may be used to hang or secure **audio visual equipment**, speakers, lights, monitors, and/or projectors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Exhibitor2013 - Application and Contract for Exhibit Space

CONTEXTO INGLÊS 2: "Services available to exhibitors. They include: stand rental; hire of furniture, kitchen appliances, floor coverings, lighting, **audio visual equipment**; stand cleaning and security; transport and exhibition insurance; installation (electricity, water, compressed air) etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: equipamento de audiovisual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **banner**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "An exhibition style supports the decision making process in the run-up to the exhibition. The management has to choose which communication instruments (i.e. press conference, brochure, direct mailing, special event, **banners**, advertisement) to use. The exhibition style delivers the criteria for the final decision".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "Place your messaging on inexpensive **banners**, not on your large display. You may exhibit at a variety of shows with different target audiences where you need different messages to reach different prospects with different needs. This enables you to easily adjust messaging without the expensive cost of replacing your main display".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: TradeShow Teacher's Tips and Tricks "From the Trade Show Trenches"

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: banner

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.11

ENTRADA EM INGLÊS: **basic stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: system stand

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **basic stand** dimensions are typically 3 x 3 m. Their partitions must be movable so as to accommodate requests for a larger surface from individual exhibitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "This year, individuals and businesses interested in exhibiting their goods and services during the Switzerland International Trade Fair (SITF) should be prepared to part with a minimum of 4500 euros for a **basic stand** for the whole duration of the trade fair".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: SITF exhibitors to part with minimum of 4500 euros

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande básico

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1

ENTRADA EM INGLÊS: **before the show**: V. pre-fair

CAT. GRAM. INGLÊS: adv.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Before the show**: a major trade show requires considerable advance preparation and, if you aren't ready, can present a logistical nightmare. You must develop a solid plan and monitor your progress vigilantly. Evaluate and select trade shows carefully".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Planning for a Trade Show

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.2

ENTRADA EM INGLÊS: **biannual trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "An additional impact survey can later on be conducted, after three or six months in the case of an annual or **biannual trade fair** respectively, to assess the business follow-up and the intention of participating in the subsequent trade fair. This survey can be joined to the promotion and pre-registration campaign of such a fair".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Canton Fair is the largest **biannual trade fairs** held in Guangzhou. We are the most effective way to develop the business relationships you need to succeed in China. It's no wonder that the Canton Fair 2013 has already become a must see for all those looking for business success in China".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Canton Fair is the largest biannual China trade fairs held in Guangzhou

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira semestral

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **biennial trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The 5th **biennial trade fair** of the Gambia Chamber of Commerce and Industry (GCCCI), which runs for about two weeks at the Independent Stadium in Bakau, commenced on 8 December and officially opened by the Vice President of the country, Dr Aja Isatou Njie-Saidy. The trade fair is held to bring wide range of economic operators into close contacts to build effective partnerships that will positively impact on development of the private sector towards sustainable growth and development".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Gambia's Biennial Trade Fair Commences

CONTEXTO INGLÊS 2: "Following the success of Cinte Techtextil China in 2012, the organisers of Asia's leading **biennial trade fair** for technical textiles and nonwovens are confident of similar success again next year. The dates for 2014 have just been confirmed, with the event scheduled to take place from 24 – 26 September at the Shanghai New International Expo Centre".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Asia's leading biennial trade fair for technical textiles and nonwovens announces dates for 2014

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira bienal

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.2

ENTRADA EM INGLÊS: **block booth**: V. island stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **block booth** is the most expensive type of booth. It requires more elaborate design, which is reflected in the higher costs for booth assembly and fitting".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.33

ENTRADA EM INGLÊS: **blueprint**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is mandatory to present all the project of the stand that will have its own assembler. The project should include the **blueprint**, front elevation, lateral elevation and full perspectives with full name, signature and telephone of the responsible for the project".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Thanks to a successful trade fair stand **blueprint**, professional implementation, flexibility and the responsible activities of our staff and partners, you can be assured of a successful trade fair presentation".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Your Success at a Trade Fair

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: planta baixa

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3

ENTRADA EM INGLÊS: **booth**: V. stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Several experts are necessary to complete an attractive and informative **booth**: e.g. experienced architects, stage designers, graphic artists, craftsmen, and booth builders. A booth concept is a three dimensional way of promoting a firm. Colours, light, design and audio-visual techniques are used to present products and services".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SN: booth is the American term for stand.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.15

ENTRADA EM INGLÊS: **booth floor**: V. stand floor

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "One layer of floor padding is great, but don't go overboard. Having two or more layers will give your **booth floor** the feel of a sandy beach and your booth staffer's feet and legs will feel as tired as they would after a day walking in sandals at the beach".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: TradeShow Teacher's Tips and Tricks "From the Trade Show Trenches

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10.2

ENTRADA EM INGLÊS: **booth rental agreement**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Booth rental agreement**: I, the undersigned, hereby request and agree to rent a commercial exhibit space in the Sumter County Exhibition Center under the following terms and conditions (...)"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Sumter County Fair 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "This **booth rental agreement** allows a landlord to outline conditions for a tenant to rent a booth or space for commercial use".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Booth Rental Agreement

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: contrato de locação de estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.32

ENTRADA EM INGLÊS: **booth worker**: V. stand staff

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "This might sound silly, but after a long day of walking miles and miles on the unforgiving floors of huge exhibit halls, visitors will appreciate booths that have plush, padded carpet. And, so will your **booth workers**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: DOs and DON'Ts for Effective Trade Show Booths

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **branch trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Branch trade fairs** concentrate on the manufacturers or customers of one sector of industry or of a very limited number of sectors, or even on specific services".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Editor of the monthly magazine "Communal Review" is present and takes patronages over the most important branch events. The monthly is distributed by the structure of the distribution of the Publisher (Polish Post Office) and through distributors, based on reliable and constantly updated databases. Moreover, the magazine is present on **branch trade fairs**, exhibitions, conferences and seminars".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Branch Trade Fairs and Conferences as well as Media Patronages

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira setorial

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31

ENTRADA EM INGLÊS: **breakdown**: V. disassembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Following the closure of an event, **breakdown** will commence only when the venue has confirmed that the hall is clear of all visitors. The opening of vehicle/cargo doors for contractor access must be authorized by the venue. The breakdown should be scheduled, managed and monitored".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide July 2012 - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.7

ENTRADA EM INGLÊS: **brochure**: V. leaflet

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "You need to prepare yourself on how you will deal with customers and handle queries. What will you use as an attraction to get customers to come into your stand? If they have questions what will you do? What will you do if you have several customers wanting your attention at the same time? Will you hand a **brochure** and/or sample to every visitor"?

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30

ENTRADA EM INGLÊS: **build-up**: V. assembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "During **build-up**, open period and breakdown of the exhibition or event, admittance may be refused to anyone who cannot produce an official identification pass".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide July 2012 - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.12

ENTRADA EM INGLÊS: **built-up booth**: V. custom booth

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "This standard set, to be decided by the organizer, will constitute

the so-called shell scheme or **built-up booth** which is included in the basic rental fee for the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **business card**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "There is nothing less attractive than a stand with the staff sitting in the corner looking bored and disinterested. You now need to begin "pulling" customers in. Customer interaction is critical. Smile as visitors walk past. Show interest; hand out brochures. Invite them to take a **business card**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Take and hand out **business cards** (not everyone has time to talk but they can always call or look at your website later)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Making the Most of your Exhibition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: cartão de visita

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.16

ENTRADA EM INGLÊS: **business-to-business (B2B) show**: V. trade show

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Trade shows or **B2B shows** do have certain distinguishing characteristics that set them apart from consumer or combined shows. The exhibitor is typically a manufacturer or distributor of products or services specific or complementary to those industries authorized at the show. The typical buyer is an industrial end user, or distributor, within the industry segment hosting the exposition".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.9

ENTRADA EM INGLÊS: **buyer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Often, you will find yourself talking to an enthusiastic listener who could never be a **buyer**. Ask about buying interest within two to three minutes. Complete your qualification process quickly while remaining polite and friendly".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Marketing Manual

CONTEXTO INGLÊS 2: "INCOTERMS are a set of agreed rules which set out the delivery

terms for internationally traded goods. They allow the **buyer** and seller to agreed responsibility for carriage, customs clearance and division of the costs and risks".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Making the Most of your Exhibition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: comprador

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.10

ENTRADA EM INGLÊS: **car parking**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Check the locations of facilities for disabled people, including **car parking**, access to the hall, toilets, telephones, etc and publish this information in your event literature".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "The Business Design Centre has an on-site car park with 285 spaces, charged at £6 for the first 2 hours and £3 per hour thereafter. There is also additional **car parking** in the nearby shopping centre's multi-storey car park".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: IP Protect Expo Exhibitors Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estacionamento

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **carpet**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Only aisles are carpeted. Exhibitors are required to carpet their exhibit space. Booths lacking **carpet** or floor covering by 3 p.m. on January 7 will have carpet installed at the exhibitor's expense".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The 2013 International CES Exhibitor Manual

CONTEXTO INGLÊS 2: "Additionally, installations of carpet runners, show carpet or other temporary floor coverings over permanent **carpet** must be approved in advance".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Event Guide for the Miami Beach Convention Center 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: carpete

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.35

ENTRADA EM INGLÊS: **catering**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "They will have to produce risk assessment and method statements for the safe erection and dismantling of their stands. They will also have to produce a fire risk

assessment for the stand once it is in use. If they have any other activities on the stand, such as **catering**, this will also have to be covered by risk assessment".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "Exhibitors who have ordered **catering** for their booths MUST be required to order booth cleaning services as well".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Event Guide for the Miami Beach Convention Center 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: serviço de bufê

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **client**: V. customer

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Selecting and booking a good location is the key to the success of your participation. The earlier you book your stand, the better chance you have to get a good spot. Be firm in your negotiations with the organisers and demand to get a good position. They may want to hold you at bay because they hope to get a better **client** to take the best spot".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

SN: *Client*: the person, company, or organization who uses the professional services of another; *Customer*: the buyer of a product or service (*Business Glossary online*).

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.16

ENTRADA EM INGLÊS: **closed stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The floor plan and shape of your stand will be prepared once we have received your information. Please also indicate on the form if you will be having an open or **closed stand** and require an internet connection".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: NZSIF Exhibitor Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "Personal motivations for the stand: Do you like your stands to have lots of graphical information, or simple corporate messages? Or a mixture of both? Are there any images that you would particularly like to see on the stand? Do you prefer open stands, or do you like **closed stands**?"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibition Stand Howto

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande fechado

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **co-exhibitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A represented company is one who is not present with their own staff, and whose products or services are present on a main exhibitor's or **co-exhibitor's** stand. These represented companies are excluded from the calculation of the total number of exhibitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "Note that the tags and invitations made available to the **co-exhibitor** will be sent to the principal exhibitor, in accordance with the participation contract".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: coexpositor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **collective stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: joint stand; shared stand

CONTEXTO INGLÊS 1: "Co-exhibitors at an exhibitor's stand or participants at a **collective stand** are also considered as exhibitors for statistical purposes if they exhibit their own goods employing their own personnel on the exhibitor's stand or at a common stand organised by a collective stand organiser".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "The advantage of the project is the fact that in this case the contact area between companies participating with a **collective stand** and eventual client companies is wider. When a client arrives to the stand attracted by a certain company, the client could also become interested in the supply of the other firms".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tampere Trade fairs Ltd.

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande coletivo

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.6

ENTRADA EM INGLÊS: **column**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Avoid positioning your booth adjacent to key competitors or major companies who tend to boast larger, more vibrant displays. Keep in mind that a booth location on the outside edge means you are less likely to have a neighbour hosting a floor show next to your booth, sidetracking visitors. And avoid the following position pitfalls if at all possible: dead-end aisles, spaces obstructed by **columns**, and overhanging ceiling pipes".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Booths Are Like Real Estate: Location

CONTEXTO INGLÊS 2: "Exhibitors and contractors should be advised of the stand number

and the location of the stand on the floor, as well as the location of any service ducts or **columns** which may be on their stand space".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide 2011- Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: coluna

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.2

ENTRADA EM INGLÊS: **common area**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Cleaning during assembling is related to the general cleaning of the pavilion (circulation areas, toilets and **common areas**) during the time of assembling. This service is done by the official cleaning company, it is mandatory and charged from the exhibitor by square meter".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "As part of the event we will ensure that all **common areas** are cleaned throughout the day including toilets, conference rooms, exhibition areas and walkways".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: IP Protect Expo Exhibitors Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: área comum

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.7

ENTRADA EM INGLÊS: **company name**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The order of entries in the catalogue is normally based on three criteria: alphabetical order according to **company name** (possibly with a summary of the range of products supplied), according to index of goods, or to the nomenclature, and according to halls with a corresponding plan of the halls".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Please note: this order form has to be returned by 29 February 2012. Otherwise the **company name** given on the booking form will be used, on a standard name board".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: IP Protect Expo Exhibitor Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: nome da empresa

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.8

ENTRADA EM INGLÊS: **competitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Use high quality graphic elements. Nothing can be more disheartening to a trade show exhibitor than spending loads of time and money on a display, only to show up at the event and see a **competitor** using the same imaging in their booth!"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "Motivation for participation in a trade fair anyhow is not only linked to the supplier-client relation, but it has many aspects of a more horizontal nature: gathering information and knowing what **competitors** do".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: concorrente

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.11.2

ENTRADA EM INGLÊS: **conference**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "New trade shows, **conferences**, and events are being added annually. Take some time to do some research to determine if there are other shows out there that hit your target. And when you find them, don't be afraid to call some of the exhibitors from the previous year and ask them about the results of their involvement".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "US exhibitions and expositions are normally hosted together with **conferences**, seminars or conventions, the latter being the main event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: congresso

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.10

ENTRADA EM INGLÊS: **consumer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Different media require different kinds of reports. Whereas the trade press is more interested in technical solutions, the daily press is more interested in the economic aspects of the product or its benefits for the customer or **consumer**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Organizing a trade fair is a marketing venture; therefore the starting point is the **consumer**. When the purpose is to promote the local industry and attract investments as a means for sector development, two types of consumer groups of the event must be considered: the local industry and the foreign potential business partners".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: consumidor

SN: Consumer: the ultimate user of a product or service. V. customer.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.5

ENTRADA EM INGLÊS: **consumer fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **consumer fair** (CF) is the leading and most popular consumer and trade event in Brunei Darussalam. It was first introduced in 2008 and it continues to progress successfully as it showcases an increasingly wide range of products and services. Consumer fair was initially an annual event, but due to its high success and popular demand, it was made to a bi-annual event with one at the beginning of the year and one at the middle of the year. "

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: About Brunei Consumer Fair

CONTEXTO INGLÊS 2: "The type of products likely to be on display at the trade fair (for example, it is not good displaying industrial products if it is a **consumer fair**)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Fair and Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira de consumo

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **contractor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Any damage to the venue, over and above normal wear and tear to the building will be charged accordingly. This includes the removal of carpet tape not removed by the **contractor** after the event and any damage to the floor caused by the use of tapes not approved by the venue".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide 2011 - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

CONTEXTO INGLÊS 2: "Don't overlook necessary tools such as: hammers, pliers, screw drivers, tape, velcro tabs, hooks, extension cords with adapter plugs, touch up paints and brushes in the exhibit shipment. Be sure to follow-up with the appropriate **contractor** for post-show shipment of your display".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Marketing Manual

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: prestador de serviços

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **convention centre**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Interactive schedules of sessions and searchable listings of exhibitors allow attendees to plan their visits. Social media integration increases audience engagement. Venue maps allow people to navigate the event, while curated lists of local attractions help them make the most of their time when they leave the **convention centre**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Executive Magazine - July edition

CONTEXTO INGLÊS 2: "The biggest of the best **convention centres** in North America provide more than one million square feet of prime exhibit space".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Executive Magazine - August edition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: centro de convenções

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.5

ENTRADA EM INGLÊS: **corner stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A **corner stand** has more sides accessible to the public, but the same overall area, and is therefore more effective than a stand situated in a row. Since a corner stand can be seen from two aisles, higher numbers of visitors can be expected".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs - Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Differentiated fees can also be applied in consideration of the location of the stand in favourable positions in the fairground layout, or for **corner stands** with two sides open to the public".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande de esquina

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **corridor**: V. aisle

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "All required exits, including entrance/exit and lobby areas of each hall, the center exit pod and all **corridors** shall be unlocked and kept free of exhibits, booths, tables, registration desks and all other obstructions during show hours".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Miami Beach Convention Center Event Guide 2010

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4

ENTRADA EM INGLÊS: **credential**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibitor will have a free quota of 0,4 **credentials** per square metre (Ex.: 20 sqm X 0,4 = 8 credentials). These credentials are personal and not transferable, only valid for the exhibitor's employees and always with the correct information given".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Attendance is restricted to these buyers and is often by invitation only. Business **credentials** or pre-registration are usually required to qualify the buyer as a legitimate member of the trade or industry. An access or registration fee may also have to be paid prior to admission to the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credencial

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.15.2

ENTRADA EM INGLÊS: **cross aisle**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: cross-gangway

CONTEXTO INGLÊS 1: "Crate storage areas must be separated by aisles not less than 10 feet in width. Aisles shall terminate at a **cross aisle**, foyer or door giving access to an exit. Crate storage shall not be arranged so as to create a dead-end aisle. Under no circumstance can crate storage obstruct an exit or be located where it might directly expose a required exit(s) to fire".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Miami Beach Convention Center Event Guide 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "If you look closely at the floor plan of a trade show, you'll see that the vast majority of these spaces face **cross aisles**. Most cross aisles are not a great choice for traffic. Attendees typically use cross aisles to get from one main aisle to another, which means they are looking towards their destination and may completely miss your display".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Watch out for End Cap Booth Spaces at your next Trade Show

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: rua secundária

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.15.2

ENTRADA EM INGLÊS: **cross-gangway**: V. cross aisle

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Where seating for more than 250 is provided, the rows of seating at the front, back, on **cross-gangways** and near exits must be floor barred, unless all the seats are secured together, in which case, only the end seats of rows need to be floor barred".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5.1

ENTRADA EM INGLÊS: **current customer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Lots of comfy furniture encourages people to drop in and stay on your stand. Do you really want that? **Current customers** might expect to monopolise your time. Unless they're your main reason for attending, try to set aside specific times for customers, ideally in a hospitality area on or off the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "With the objective of keeping **current customers** and making them loyal for the next trade fair, it is essential to carry on communicating with exhibitors and visitors, even when the event is over".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: cliente atual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.12

ENTRADA EM INGLÊS: **custom booth**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: built-up booth

CONTEXTO INGLÊS 1: "There is a huge variety of configurations for booths. You can have a large **custom booth** that will require multiple booth spaces and a crew of workers to assemble, or you can opt for a smaller size that can be easily shipped and assembled and disassembled by your booth staffers".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Introduction to How Trade Shows Work

CONTEXTO INGLÊS 2: "We specialize in **custom booth** rentals that are unique and designed to fit your needs. Our experienced design consultants will help you create the perfect exhibit rentals based on your trade show and event marketing objectives".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: New York Trade Shows Booth Rentals

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande construído

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **customer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: client

CONTEXTO INGLÊS 1: "In deciding on a particular trade fair, you need to clarify which one of these types of trade fairs is the most suitable for your company and product. If you have a consumer-orientated product and you want to get **customer** feedback on your product(s), then perhaps a general trade fair that is open to the public would be the best for you".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Ask your most important **customer** what shows they attend".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Complete Idiot's Guide to Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: cliente

SN: *Customer*: the buyer of a product or service; *Client*: the person, company, or organization who uses the professional services of another.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.20

ENTRADA EM INGLÊS: **decision maker**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Research shows that 95 percent of all **decision makers** meet with their current suppliers at exhibitions. That's why customer appreciation should be an important part of your exhibition marketing strategy. And if you need more motivation, remember that your competition is targeting your customers as prospects to grow their companies".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Exhibit - UFI

CONTEXTO INGLÊS 2: "Research also reveals that 77 percent of these **decision makers** found at least one new supplier at the last exhibition they attended".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Exhibit Marketing

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: tomadores de decisão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.4

ENTRADA EM INGLÊS: **delivery date**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Confirm your **delivery date** and time with your carrier, and have all pertinent shipping information in the hands of your representative at show site".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitor Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "Make absolutely sure that you can quote **delivery dates** and prices in the local currency or euros (or on whatever terms are normal in the particular market), and for other markets whose buyers may attend the fair".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Making the Most of Your Exhibition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: data de entrega

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.2

ENTRADA EM INGLÊS: **delivery terms**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Ensure staff can answer any technical questions and, if appropriate, demonstrate your products. Also, check if they know about the full range of your business' products, if they are aware of how to help in meeting the objectives you have set for

the exhibition, and if they can negotiate credit and **delivery terms** for orders and arrange follow-up as necessary".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Making the Most of Your Exhibition

CONTEXTO INGLÊS 2: "In case of delivery of large-dimension equipment and single heavy items to the exhibition venue it is obligatory to coordinate the **terms of the delivery** with the official exhibition forwarder."

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: General Terms of Participation in International Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: condições de entrega

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.25

ENTRADA EM INGLÊS: **demonstration**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The operational team may suspend or determine specific time for the **demonstration** of any equipment, product, structure or elements of the stand that can present any danger to people or even those that have a high vibration or noise level that will annoy the neighboring stands".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Demonstration areas should be organized within the exhibit space so as not to interfere with the flow of aisle traffic. **Demonstrations** should contribute to the attendees in a professional way. Demonstration tables must be placed a minimum of 2' from the aisle line. All activities must be supervised by exhibit personnel".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibitor Rules and Regulations

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: demonstracão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **direct mail**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Next, "selling the company" phase was underway long before the show opened. Exhibitions are part of your company's marketing mix, so the pre-show advertising, **direct mail**, press releases, and other promotions create a company awareness level that translates into visitor confidence and recognition in the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Consider sending several post-show follow-up items, such as **direct mail** or e-mail, or consider advertisement in an industry publication, particularly one produced by the show".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Complete Idiot's Guide to Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: mala direta

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.14

ENTRADA EM INGLÊS: **direct sale**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The process of industrialization, which began in the 18th century, required new sales and distribution channels, thus affecting the trade fair business. During the 18th and 19th centuries, fairs indeed evolved from sites for **direct sales** to sites displaying a broad range of available goods: only samples of much more diverse product ranges were exhibited".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Goals might include: sales; generate sales leads; make **direct sales**; build your contact database; customer relationships; build relationships with current customers (...)"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: venda direta

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31

ENTRADA EM INGLÊS: **disassembly**

CAT. GRAM. INGLÊS: n

OUTDES INGLÊS: dismantling; breakdown

CONTEXTO INGLÊS 1: "Architecture, position, design and technical facilities of the stand as well as the exhibits themselves determine the procedure and the costs of assembly and **disassembly**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "The substantial advantages of a system assembly are: easy to transport and store; low staff requirements during assembly and **disassembly**; sensibly priced, pre-fabricated, precisely fitting components; flexibility and adaptability".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: desmontagem

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.19

ENTRADA EM INGLÊS: **discussion area**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "At product orientated events, technical or qualitative properties of the range of exhibits are explained and demonstrated to interested parties. The ratio of presentation area to **discussion area** should be approximately 60:40 for this kind of event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Even a small booth needs some type of dedicated area for lead

capturing, away from the main demonstration or **discussion areas**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Complete Idiot's Guide to Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: sala de reuniões

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31

ENTRADA EM INGLÊS: **dismantling**: V. disassembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: breakdown

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibitor and/or assembler must supply employees and contracted personnel with individual protection equipment (IPE) that is appropriate to the risks of the environment during the period of assembly and **dismantling** of stands".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: desmontagem

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **display**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: exhibit

CONTEXTO INGLÊS 1: "A good **display** takes foot traffic from any direction, invites it in, and moves it along in a comfortable way".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "When setting up the exhibit, arrange your **display** for optimum visibility to major traffic flow".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Marketing Manual

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: display

SN: In English display is also a verb. It means to exhibit, to showcase.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.11

ENTRADA EM INGLÊS: **distributor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Distributors** buy your products and sell in their own capacity at a margin but as good distributors have a number of product lines, you need to convince the distributor that your product will be the one that will provide maximum return".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Making the Most of Your Exhibition

CONTEXTO INGLÊS 2: "Larger exhibitors may be happy if they get good press, while a smaller new exhibitor may just need to find a **distributor** or new customers".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Executive Magazine - August edition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: distribuidor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.9

ENTRADA EM INGLÊS: **dividing wall**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Stand erection and dismantling including all ancillary costs comprising: carpet covering complete stand area (grey) and **dividing walls** to the neighbouring stands, 250 cm high, system design (white)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International Trade Fair Plastics and Rubber Exhibitor Manual 2014

CONTEXTO INGLÊS 2: "The following is a guide to the elements of a space only stand plan which should be checked in addition to ensuring that they comply with the organiser's own regulations: Dimensions – Does it fit the space and is the orientation correct? Height – Does it conform to the venue's maximum construction height? Stability – Is the stand self-supporting? **Dividing walls** (if applicable) – Are they shown? Are they self-supporting"?

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: parede divisória

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **domestic exhibitor**: V. national exhibitor

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The rented stand space is broken down according to hall space and outdoor exhibition space, as well as according to space rented by **domestic** or foreign **exhibitors**. Stands, display panels and demonstrations, which deal with the theme of an event or specific aspects of it, independent of exhibitors, are treated as special shows".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **double-deck stand**: V. two-storey stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Double-deck stands** – Planning and Construction: this guidance identifies the main elements of safe construction of a double-deck stand. It supports the requirements for complex structures set out in the stand plans section".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2

ENTRADA EM INGLÊS: **during the show**: V. at-show

CAT. GRAM. INGLÊS: adv.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "During the entire assembling period, and **during the show** and disassembling, the exhibitor will have available at the pavilion a service team".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.1

ENTRADA EM INGLÊS: **end booth**: V. peninsula booth

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**End booth**: this booth at the end of a row is surrounded on three sides by aisles. It is qualitatively superior to the types mentioned before, as it appears more inviting and more representative if exploited properly".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.21

ENTRADA EM INGLÊS: **end-consumer**: V. end user

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Trade fairs of consumer goods display products and services dedicated to the public and **end-consumers**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.21

ENTRADA EM INGLÊS: **end user**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Consumer shows are events that are open to the general public. Exhibitors are typically retail outlets, manufacturers or service organizations looking to bring their goods and services directly to the **end user**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "Replace the pictures of the products with brief, concise benefit statements about the products in large text. Not features, but the benefits the **end user** experiences from using the product".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The A, B, C's of Exhibiting Effectively

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: consumidor final

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.12

ENTRADA EM INGLÊS: **entrance area**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibition halls have to provide all necessary supply sources for electricity, water, gas, and communication connections, as well as clear and unambiguous signage system. Infrastructures like restaurants, parking areas (separated between exhibitors and visitors), toilets, and **entrance areas** are integral parts of an exhibition ground".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fair & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The catalogue is included in the admission price for visitors. It can be picked up in the **entrance areas** on presentation of the admission ticket".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Trade Show for Kids' First Years

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: hall de entrada

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.17

ENTRADA EM INGLÊS: **entrance door**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Every **entrance** and exit **door** shall be available for use while an exhibition is open to visitors and shall not be secured closed by means of any fastening other than panic bolts. Any removable fastenings shall be removed before visitors are admitted".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide 2011 - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

CONTEXTO INGLÊS 2: "All loading and unloading of exhibit freight must be through designated loading docks and freight doors only. The main lobby glass **entrance doors** are not available for this purpose".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Miami Beach Convention Center Event Guide 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: portão de entrada

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibit**: V. display

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The booth appearance at a trade fair is a marketing challenge. The booth should be more attractive than those of competitors. Visitors should remember the booth, **exhibits** and the company's brand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibit material**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Material handling is the unloading of your **exhibit materials**, delivery to your booth, handling of empty containers to and from storage, and removal of your materials from your booth for reloading onto your outbound carrier. This is not to be confused with the cost to transport your exhibit material to and from the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitor Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "The exhibitor further agrees that the managing director, at its sole discretion, shall have the right and authority to clear from the premises any **exhibit material** or other property of the exhibitor for which sufficient shipping arrangements have not been made (...)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibitor2013 - Application and Contract for Exhibit Space

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: material de exposição

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibition**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: exposition

CONTEXTO INGLÊS 1: "Research proves that each mailing increases the response rate in your stand: one mailing gets 25 percent visitor response, two mailings generate 50 percent and three mailings create a 75 percent increase. Furthermore, the buyers' perception of your company's presence at an **exhibition** increases positively with each mailing you send".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Vehicles shall not enter any building in which an **exhibition** is taking place during the time that it is open to visitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide Common Regulative Guidance for Events in UK Venues 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: exposição

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.1

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibition area**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The Organizers may change or replace the **exhibition areas** up to the date of delivery of the event, in accordance with the rules established by contract, to accommodate any unoccupied spaces and provide a better overall environment for the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "As part of the event we will ensure that all common areas are cleaned throughout the day including toilets, conference rooms, **exhibition areas** and walkways".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: IP Protect Expo Exhibitor Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: área de exposição

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibition centre**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: expo center

CONTEXTO INGLÊS 1: "The trade fair organizers in Germany are happy to be able to support you to ensure that your trade fair participation will be successful. Before legal disputes arise at the **exhibition centre**, you should therefore inform the organizer. Only then is it possible for him to help to settle a dispute as a mediator".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "A way to efficiently communicate with the press is to organize press conferences, which can be held directly on the stand, or in a room of the **exhibition centre**, or, if needed, outside the fairground".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: centro de exposições

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "“Registration” means the completion of the process for both **exhibitors** and visitors. It is of special relevance in the case of exhibitors because of the monetary implications and for the visible extent of the trade fair”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Each **exhibitor** is responsible for obtaining all necessary licenses and permits to use live music, photographs or other copyrighted material in exhibitor’s booth or display”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Application and Contract for Exhibit Space

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: expositor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.1

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibitor credential**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “**Exhibitor credential** - each exhibitor will need a credential for access to the show. Exhibitor credentials will not be issued until payment for exhibit space is made in full. The maximum number of credentials issued is determined by the amount of square feet for which your company has contracted and paid in full. You will find your square footage on your contract for exhibit space”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Exhibitor Credentials Information 2014

CONTEXTO INGLÊS 2: “**Exhibitor Credential** - complete the order form for your additional gate ticket requirements for the upcoming Kansas State Fair. Tickets are limited to persons needed to operate your exhibit or concessions during the State Fair. These are not to be used for admission by any other person(s) for any other purpose(s)”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibitor Credential Order Form

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credencial de expositor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.1

ENTRADA EM INGLÊS: **exhibitor manual**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "An exhibitor appointed contractor is a company other than the "general or official" service provider on the show, or third party service provider designated by the show organizer in the **exhibitor manual** as the provider of a specific service and requires access to your booth during installation and dismantling".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitor Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "Ask the show organiser to tell you which media are doing show previews (many summarise this in the **exhibitor manual**). Get the editors' names and addresses. Make note of the deadlines and start spreading the news".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Howtoexhibit - Maximising the power of exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: manual do expositor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **expo center**: V. exhibition centre

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “The area of each stand will be set out and identified on the floor of the pavilion of **Expo Center** Norte. It is the responsibility of the exhibitor and/or assembler to request help from the operational team to resolve any doubts about the area leased”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **exposition**. V. exhibition

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibitor is typically a manufacturer or distributor of products or services specific or complementary to those industries authorized at the show. The typical buyer is an industrial end user, or distributor, within the industry segment hosting the **exposition**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2

ENTRADA EM INGLÊS: **facility**: V. venue

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Typically, if a **facility** has an agreement with the labor union, then anything that requires tools to put together or can't be carried without the help of a hand truck or dolly must be put together by union labor. Third, if you get a portable booth, make sure the cases that your booth ships in are very durable, as well as replaceable".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Introduction to How Trade Shows Work

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1

ENTRADA EM INGLÊS: **fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "After having registered to a **fair**, the exhibitor should ask the organizer for information materials about the event, like the hall plans and the exhibitors' manual. The next step is the development of a precise timetable regarding the preparative actions".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The word "**fair**" in fact comes from the Latin "feria", which means "holy day". The differentiating factor between market and fair can be related to duration: markets were regular and frequent happenings, fairs were commercial events organized on special occasions".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **fair ground**: V. pavilion

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is anyhow necessary to work also on numbers (of exhibitors and visitors) because this will determine the expected return on investments, the size of the **fair ground**, the extent of services, the accommodation facilities (hotels) required, the ability to attract visitors, and so forth".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.15

ENTRADA EM INGLÊS: **fairground layout**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Differentiated fees can also be applied in consideration of the location of the stand in favorable positions in the **fairground layout**, or for corner stands with two sides open to the public. Anyhow, the more variables are introduced, the more the management and administration becomes complex".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "While we are in the process of updating the fair's map, please refer to last year's version as a general guide to the **layout of the fairgrounds**. The 2013 fair map should be posted before the end of August. Thank you for your cooperation".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Georgia National Fair 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: planta do pavilhão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.6

ENTRADA EM INGLÊS: **fascia**: V. header

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Alleys must be numbered and each stand coded with position coordinates to facilitate tracing of exhibitors by visitors. A **fascia** on each stand must bear the name of the exhibitor".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **floor display**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "These trade show displays are meant to be used on the floor or on the ground. **Floor displays** come in all shapes and sizes. Some can be set up in a matter of minutes and other may take a while. They are used in many different environments: trade

shows, events, shopping malls, and other business environments of all shapes and sizes”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Focus

CONTEXTO INGLÊS 2: “Pop-up displays are created from fabric, vinyl, or plastic and contain a graphic image or multiple images. They are available in tabletop or **floor display** versions. Advantages of pop-up trade show displays include convenience, simplicity of set-up and tear-down, and ease of transportation”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: What are the Different Types of Trade Show Displays?

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: display de chão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.1

ENTRADA EM INGLÊS: **follow-up**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “**Follow-up** all your contacts. Refer back to your prioritisation system. Hot leads need immediate follow-up to avoid losing that large sale. Your warm leads need prompt contact too; they will have been researching alternative suppliers so make sure they know you’d value their business”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

CONTEXTO INGLÊS 2: “Once that is done, your next order of business should be to sort your trade show leads, and **follow-up** with your “hot” or “A” leads right away. Your hot leads should be followed up within one or two days of show close”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: acompanhamento

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.19

ENTRADA EM INGLÊS: **food concession**: V. food court

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “In 2012, the Oregon Convention Center (OCC) became the first to offer a mobile app that provides visitors turn-by-turn directions from one point of interest to another — inside the facility. At the OCC, you can use the meridian app to navigate to an individual trade show booth, a specific **food** and drink **concession**, ATMs, restrooms, etc”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Executive Magazine - July 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.19

ENTRADA EM INGLÊS: **food court**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: food concession

CONTEXTO INGLÊS 1: “Knowing your show and your booth location is important when

laying out the strategy for booth design. Is your location an island – meaning show attendees will be viewing it from all sides – or does it back up against pipe and drape? Is your booth near an entrance, near a **food court**, or sandwiched in between a row of competitors?"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "The innovative web app also includes everything from floor maps and **food court** locations to real-time flight statuses and area transportation options, and can even be translated into 34 languages".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Executive Magazine – July 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: praça de alimentação

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.2

ENTRADA EM INGLÊS: **foreign exhibitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The foreign participation amounted to 50 percent. Of these **foreign exhibitors** from 190 countries, more than 30% are based outside Europe. This multinational atmosphere attracts even more international interest, thus enhancing this atmosphere even further. Specialists from all over the world are guest at German trade fairs".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "The total rented space includes both hall space and open-air exhibition space rented by domestic and **foreign exhibitors**. The rented space is subdivided into national and foreign area in accordance with an exhibitor classification".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Euro Fair Statistics 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: expositor estrangeiro

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **foreign trade fair**: V. international trade fair

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Participating in a **foreign trade fair** is a somewhat expensive undertaking which is not easily affordable by most small and medium-size enterprises in developing countries, which risk to be maintained at the periphery or outside the international business circles".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.1

ENTRADA EM INGLÊS: **foreign visitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Visitors exclude the staff of exhibitors, services providers and organizers. The visitor whose address is located in another European or Third country is considered as **foreign visitor**. An additional visit, to be verified as made on a different day from the first visit is considered as a repeat visit".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "To get more informative figures it is possible to divide the visitors into different groups: professional, new, **foreign visitors**; management, customers with completed contracts".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: visitante estrangeiro

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.5

ENTRADA EM INGLÊS: **free-gifts**: V. giveaways

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The simple furniture and equipment in the other rooms essentially consists of kitchen facilities, office facilities, and storage facilities for brochures, **free gifts** etc. There are many space-saving devices for kitchen facilities designed with the limited space at a trade fair in mind".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **freight**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "CVO stands for Certificate of Value and Origin. As well as details of the goods the CVO provides, in special clauses extra details about labour and packing costs, royalties or commissions (if applicable), **freight** charges and any overseas insurance costs are detailed".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Making the Most of your Exhibition

CONTEXTO INGLÊS 2: "Is considered as "software" all what is related to the trade fair itself and the related services provided to exhibitors and visitors (stand construction services, technical services, **freight** forwarding, catering, security, insurance, cleaning, hostess services, medical assistance, etc)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: frete

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.4

ENTRADA EM INGLÊS: **front elevation**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is mandatory to present all the project of the stand that will have its own assembler. The project should include the blueprint, **front elevation**, lateral elevation and full perspectives with full name, signature and telephone of the responsible for the project".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "To present the plan for the stand to the event management for checking of its compliance with the rules in this manual – in the form of two copies each of: the plan, **front elevation** and any side elevations".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: elevação frontal

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **furniture**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The likely expenses you will incur are the following: renting a stand; electricity and water charges, including any required fittings; designing the stand (if you plan to have a professionally designed stand); building the stand; renting or buying display racks and other stand **furniture**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Standing on chairs, tables, or other rental furniture is prohibited. The **furniture** is not engineered to support a person's standing weight".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibitor Rules and Regulations

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: mobiliário

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10.4

ENTRADA EM INGLÊS: **furniture rental**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Services offered to the exhibitor: rental of data collectors; rental of fire extinguishers; **furniture rental**; cleaning during the exhibition; security; landscaping; assembling; catering; forklift services to load and unload the exhibitor's machines and equipments, etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Show Services: install/dismantle; electrical; **furniture rental**; audiovisual; photography; telephone/fax etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: locação de mobiliário

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **gangway**: V. aisle

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The first important stand features are its size and its location on the exhibition floor. The characteristics of the exhibition hall, such as the height of the ceiling, the entrances and **gangways**, the neighbouring stands, and the emergency exits must also be taken into consideration when designing the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.17

ENTRADA EM INGLÊS: **general public**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Exhibitions are market events of a specific duration, held at intervals, at which a large number of companies present a representative product range of one or more industry sectors and sell it or provide information about it for the purposes of sales promotion. Exhibitions predominantly attract the **general public**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The **general public** is not commonly admitted, but in some cases the organizers of the trade fairs allows for an "open doors" session, generally towards the end of the exhibition, and it may give permission to sell products on display".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: público geral

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.7

ENTRADA EM INGLÊS: **general trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: multi-sector fair

CONTEXTO INGLÊS 1: "In deciding on a particular trade fair, you need to clarify which one of these types of trade fairs is the most suitable for your company and product. If you have a consumer-orientated product and you want to get customer feedback on your product(s), then perhaps a **general trade fair** that is open to the public would be the best for you".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "A **general trade fair** displays a mix of all areas of life".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira geral

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.5

ENTRADA EM INGLÊS: **giveaways**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: souvenir, free gift

CONTEXTO INGLÊS 1: "The last line item of your budget requires putting together the numbers for your established goals. The number of qualified leads collected, image impressions, visitors in the booth, pre, during and post show web hits, booth traffic (can be measured by **giveaways** handed out), etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Budgeting

CONTEXTO INGLÊS 2: "Trade shows tend to sneak up on us all, and we end up rushing to get things like **giveaways**, booth graphics and show materials".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: brinde

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.15

ENTRADA EM INGLÊS: **glass case**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Objects in exhibition **glass cases** should be lit by small non-dazzling lights. Warm-white neon lighting creates an atmosphere conducive to communication, because the faces of the people appear to be fresher and not so cold and pale, as is so often the case under fluorescent tube lighting".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "These **glass cases** are made to take to trade shows and come in a convenient container for ease of transport. The most popular use for these stands are exhibition booths, however some retail stores also use these showcases. Many customers love the great features that are equipped on these knock-down showcases".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Displays2go

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: vitrine

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.8

ENTRADA EM INGLÊS: **graphics**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The specialist visitor profile tests are based on questionnaires completed during the event, which are carried out either as personal interviews or on computer terminals with questions and graphics in several languages. Presenting information

in a visual form by using colour and **graphics** is a part of stand design".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "In the stand, use bold **graphics**, demonstrations, and other effective methods to get the visitor's attention".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Exhibit Marketing

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: gráficos

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **green booth**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: sustainable stand

CONTEXTO INGLÊS 1: "If you think your company will make use of an environmentally friendly image in the near future, it is cheaper to buy a **green booth** now than to buy a traditional one now and then a green booth two years down the road".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Complete Idiot's Guide to Trade Shows

CONTEXTO INGLÊS 2: "Are **green booths** as durable as regular booths? In our 5 years of experience we have proven that green booths are as durable, and in some cases more durable than regular booths. The key is packing them right, because most of the damage is caused during shipping".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Green Trade Show Displays FAQ

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande sustentável

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.6

ENTRADA EM INGLÊS: **header**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: fascia

CONTEXTO INGLÊS 1: "Identification on the **header** (only for basic assembling): In order to prepare the identification sign to be placed on the header of the stand, the companies should fill out the available form on the website until the limit date informed in the "Complementary Content" of the event (exclusive access to the exhibitor)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "So that the elevated stand identification (the **header**) can be prepared, companies must fill in the form available on the site using the username and password provided by the organizers".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: testeira de identificação do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.8

ENTRADA EM INGLÊS: **horizontal trade show**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "There are two types of trade shows: horizontal and vertical. At one end of the spectrum are broad, well-established, annual affairs (**horizontal trade shows**). The Hamburg fair, for instance, exhibits almost everything in both consumer and industrial goods".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International Marketing: Strategy and Theory

CONTEXTO INGLÊS 2: "Another thing to consider is whether your product or service should be presented at horizontal or vertical-based shows, or both. **Horizontal shows** are shows with vendors who are selling a broader variety of products or services, and the attendees usually come from a single market segment and are looking for a broader variety of products".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Introduction to How Trade Shows Work

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira horizontal

SN: Horizontal show is also used to replace horizontal trade show.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **hostess**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Is considered as "software" all what is related to the trade fair/exhibition itself and the related services provided to exhibitors and visitors (stand construction services, technical services, freight forwarding, catering, security, insurance, cleaning, **hostess** services, medical assistance, etc.)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "International trade fairs provide **hostesses** who speak different foreign languages".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Les Mots-clés du Commerce International

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: recepcionista

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.8

ENTRADA EM INGLÊS: **illumination**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "All **illumination** of the stand must be self-sufficient: no exhibitor or assembler should rely solely on the general illumination of the pavilion. The exhibitor and assembler must arrange for this illumination not to be prejudicial to neighboring stands (for example the effects of powerful spotlights, etc.), nor visitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "The **illumination** provided by emergency lighting should be

sufficient to enable anyone to see their way at all times. The minimum levels must be no less than 1.0 lux. Emergency lighting must be provided in enclosed area and escape routes or where hall lighting has been reduced or modified for the show".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide 2011 - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: iluminação

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.8

ENTRADA EM INGLÊS: **individual stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Exhibitor figures are compiled from the number of companies who have rented an **individual stand** and who use their own personnel to promote goods or services. Represented firms are companies whose goods or services are offered by another exhibitor".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "Conventional or **individual stand** assembly is especially attractive for companies involved with construction or interior work. They have extensive knowledge of materials and fabrication, and have the necessary production facilities and qualified staff at their fingertips. Conventional assembly enables particular, highly individual designs to be realized".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande individual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.14

ENTRADA EM INGLÊS: **industry fair**: V. specialized trade fair

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A specialized trade fair normally occurs at regular intervals in the same place, even if in certain cases the event moves from one location to another, organized under the same sponsorship. It is sometime also called **industry fairs** to distinguish it from the Consumers Fairs. While admission to the former is restricted to professionals of the sector, the latter is open to the public".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **in-line booth**: V. row stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Linear booths, also called **in-line booths** are generally arranged in a straight line and have neighboring exhibitors on their immediate right and left, leaving only one side exposed to the aisle".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Application and Contract for Exhibit Space

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30

ENTRADA EM INGLÊS: **installation**: V. assembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "If you already own an exhibit, or plan to purchase one, you will need to arrange for **installation** and dismantling of your booth. As the official service provider on this show, GES provides you with the best labor and on-site personnel from move-in to move-out".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitor Manual 2013

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.34

ENTRADA EM INGLÊS: **insurance**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibition **insurance** policy covers all risks to the exhibits, the stand and the stand equipment from the time it leaves the exhibitors premises, including assembly, the duration of exhibition, disassembly right through to the return of the goods to the exhibitors warehouse".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Although **insurance** is optional, we remind the exhibitors of the importance to contract insurance to cover fire, theft, electrical damage and personal damage".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: seguro

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **international trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: foreign trade fair

CONTEXTO INGLÊS 1: "To be recognized as an **international trade fair**, the number of direct foreign exhibitors must be at least 10% of the total number of exhibitors or the number of foreign visits or visitors must represent at least 5% of the total number of visits or visitors, respectively".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Other arrangements that you should not leave until the last minute

are your travel arrangements - your flights and accommodation also need to be booked timeously. In the case of large, **international trade fairs**, it is not uncommon for flights and accommodation to become fully booked quite quickly".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira internacional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.5

ENTRADA EM INGLÊS: **interpreter**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "What kind of exhibiting personnel is needed? The following must be considered: management; commercial staff; stand supervisor (fair coordinator); spokesperson; external staff assisting the exhibiting staff (**interpreter**, translator, hostesses)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "This work is an analysis of a corpus of authentic interpreter-mediated interactions taking place at an international trade fair. These encounters involve at least four people: two Italian exhibitors, one **interpreter**, and at least one foreign visitor".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of the Interpreter in International Trade Fairs

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: intérprete

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.5

ENTRADA EM INGLÊS: **invitation**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Pre-show mailings no longer seem to be as effective as in the past. However, you should always send an email **invitation** to customers and prospects. Offer a reason for them to come to the booth, such as a show discount".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Marketing Best Practices

CONTEXTO INGLÊS 2: "Multi-stage **invitations**, sent out bit by bit over a length of time, can also be used. Each part of the invitation contains an enclosure or a gift designed to attract the potential visitor's attention".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: convite

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.2

ENTRADA EM INGLÊS: **island stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: block booth

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **island stand**, the most expensive type of stand, is accessible

for visitors from all sides and attracts a great deal of attention due to the fact that it is completely isolated from all other stands”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: “The walls of **island stands** can be built with a maximum of 50% of total linear size of each side of the stand. Above this size, only glass walls are allowed or similar transparent material, with the mandatory security signs”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande ilha

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **joint stand**: V. collective stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: shared stand

CONTEXTO INGLÊS 1: "For newcomers or small organizations, joint participation with another company is a cost effective way to participate in a fair. Especially at foreign fairs, **joint stands** of two or more companies or joint participation in governmental stands are worthwhile possibilities to enter new foreign markets".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.5

ENTRADA EM INGLÊS: **lateral elevation**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is mandatory to present all the project of the stand that will have its own assembler. The project should include the blueprint, front elevation, **lateral elevation** and full perspectives with full name, signature and telephone of the responsible for the project".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "The Exhibitor that wishes to execute the assembly and/or decoration with another assembler, shall notify STANDS, submitting the project made up of floor plan, frontal and **lateral elevations** with measurements for approval along with the assembler's information".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Expogef Rio Exhibitor Manual 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: elevação lateral

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.10

ENTRADA EM INGLÊS: **leads**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Another reason for this classification process is simply this: when the exhibition is over and everyone is exhausted, the only sales leads that need immediate attention are the "A" and "B" **leads**. The others can be followed up in the weeks ahead, when the team is more rested.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Put all **leads** and useful contact details into your "Keep in Touch" system".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: registro de contato

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.7

ENTRADA EM INGLÊS: **leaflet**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: brochure

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Leaflets** must be distributed within the hall and not in any public circulation areas or outside the venue, or under car windscreen wipers, unless authorised in writing by the venue".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues - July 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "The exhibitor may not have any personnel outside the limits of the stand, operating in sales or distribution of **leaflets**, gifts, etc. Distribution of gifts, samples, leaflets and catalogues is permitted only in the interior of the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: folheto

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10

ENTRADA EM INGLÊS: **lease**: V. rental

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The following decisions must be made: whether to rent, **lease** or buy the stand; how the stand should be arranged; whether the stand should be self-assembled or its assembly contracted out, etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **linear booth**: V. row stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: perimeter booth

CONTEXTO INGLÊS 1: "A perimeter booth is a **linear booth** that backs to an outside wall

of the exhibit facility rather than to another exhibit".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Application and Contract for Exhibit Space

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **literature**: V. promotional material

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A more cost-effective way to handle **literature** requests is to get the visitor's name, address and e-mail address, and send them the information via the Internet or post after the show. Keep in mind that a visitor who takes time to make a literature request is likely to be serious about your company, so follow-up is very important".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.7

ENTRADA EM INGLÊS: **loading area**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The build-up is a critical phase of an event for which organisers are ultimately responsible for all activity taking place within the halls and external **loading areas**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide 2011 - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Loading area** and set up: all deliveries or unloading must come in through the designated loading entrance and must check in with the appropriate resort staff upon arrival. Exhibitors are responsible to provide all necessary manpower and carts when unloading and loading equipment".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Educational Forum and Trade Show 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: área de carga

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.15.1

ENTRADA EM INGLÊS: **main aisle**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Factors which must be considered when selecting space on a floor plan: size, in-line, corners, **main aisles**, islands, peninsula, double end caps, first impact/last impact, etc. Corners and double end caps give you the ability to work two or three aisles of traffic as opposed to an in-line location".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Marketing Manual - How to Make the Most of and Get the Most of Tradeshow Exhibiting

CONTEXTO INGLÊS 2: "High-traffic areas have always been sought after by exhibitors: **main aisles**, entrances (without being too close to the entrance), ends of rows, and corner spaces to attract traffic from intersecting aisles are all highly-desirable locations. Also seek out locations that are two or three booths up the main entrance aisle. Did you know that the right side of the aisle, when entering from the main doorway, is more advantageous than the left aisle"?

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Booths Are Like Real Estate: Location

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: rua principal

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.1

ENTRADA EM INGLÊS: **main exhibitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **main exhibitor** is the entity contracting directly with the organizer and presents its products/services with its own personnel. A represented company is one that displays its goods and services on a main exhibitor's booth without personnel present".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "According to the participation contract, all the material available for the co-exhibitor will be first sent to the **main exhibitor** that can then decide to send it to the co-participant".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: expositor principal

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.12

ENTRADA EM INGLÊS: **manufacturer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Trade shows or b2b shows do have certain distinguishing characteristics that set them apart from consumer or combined shows. The exhibitor is typically a **manufacturer** or distributor of products or services specific or complementary to those industries authorized at the show".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "All truss must be from a recognized **manufacturer**. Manufacturer load specifications for your truss must be at show site prior to rigging".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: International CES Exhibitor Manual 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: fabricante

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.19

ENTRADA EM INGLÊS: **market fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "At the lower end, a **market fair**, where producers display and sell their products to visiting consumers, is a business promotion event that can have important return in the case of micro and small enterprises especially in developing countries. Often local in scope and based on agricultural products and their derivatives market fairs, can also have a national size and attract consumers from communities across the borders".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Riverwalk **market fair** is a saturday open-air market located on Bridge Square in historic downtown Northfield. This one-of-a-kind European-style market is open Saturdays from June through October. Each Saturday features a different combination of organic and sustainably grown produce from local farmers, artisan foods, seasonal flowers and a juried selection of the region's top art and fine crafts including ceramics, glasswork, textiles, garden sculpture and hand-crafted jewelry".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Riverwalk Market Fair – The Art of a Summer Saturday

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira livre

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.8

ENTRADA EM INGLÊS: **market research**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Market researches** are also necessary to better know the needs and wishes of the possible exhibitors and visitors and to be informed about the latest developments of the fair business in order to integrate these developments into the fair concept".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The employees working on the stand can also do some **market research** as well as looking after the stand. Information about the products, stand design and activities of competitors are useful starting points".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: pesquisa de mercado

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.7

ENTRADA EM INGLÊS: **marketing mix**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "For companies participating in a trade fair for the first time, renting a stand is the most obvious solution. If the company has enough experienced personnel available, and intends to use trade fairs as part of its **marketing mix** on a consistent basis, it is worth considering other options such as purchase or lease".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Of course, exhibitions are only part of the entire **marketing mix**. But, as more and more marketers are learning each year (and as an ever-increasing body of research supports), they are the most effective part".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibitions Work - The Case for a Powerful, Cost-Effective Marketing Medium

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: mix de marketing

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.10

ENTRADA EM INGLÊS: **marketing plan**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A realistic assessment of its capacity to be a consistent partner of the external business community and of its strengths and weaknesses along the value chain would help to identify elements such as specialization, coverage, geographic scope and targeted participation that enter in the **marketing plan** of the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Develop a **marketing plan** and budget for pre-show marketing activities, on-site marketing (at the show), and post-show follow-up activities".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: plano de marketing

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.6

ENTRADA EM INGLÊS: **marketing strategy**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Research shows that 95 percent of all decision makers meet with their current suppliers at exhibitions. That's why customer appreciation should be an important part of your exhibition **marketing strategy**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "From **marketing strategy** to creative and logistics management, clients benefit from our comprehensive in-house solutions that engage attendees, save valuable time and drive superior results".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Executive Magazine - July edition 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estratégia de marketing

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.18

ENTRADA EM INGLÊS: **medical station**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Medical station** - The medical services will be available during the same periods of assembling, exhibition and disassembling mentioned in this manual".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Medical station** - The medical assistance service will be in operation at times compatible with the periods of assembly, exhibition and dismantling specified in this manual".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: posto médico

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **mezzanine**: V. two-storey stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Mezzanine** is not permitted without the authorization from the show's directors. It is necessary to first contact the commercial department that will inform the cost for contracting the complementary area".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande com mezanino

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.10

ENTRADA EM INGLÊS: **mixed show**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Mixed shows** are a combination of trade and public shows. Exhibition organisers tend to open their trade shows to trade and to public visitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "During trade shows, which are b2b events, companies in a specific industry can showcase and demonstrate their new products and services. However, **mixed shows** are also becoming popular, as well as special types of trade fairs".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Influence of Trade Fairs on a Host City Brand

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira mista

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.13

ENTRADA EM INGLÊS: **mixed stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “**Mixed stand** construction - Using combination systems, architectural systems are put together with customized elements. You can select an architectural system that matches your expectations, together with our team. To achieve this we create a customisation that corresponds with your brand. We take care of the construction and dismantling”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Architectural Systems intelligently combined with Custom-building

CONTEXTO INGLÊS 2: “Our personalized stand design solutions are best for more individual projects with architectural requirements. Our **mixed stand** structure solutions, realized with prebuilt structure and enriched with custom built elements are the solution for particularly cost-effective individuality”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Personalized Stand Design - Mixed Solutions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande misto

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.11

ENTRADA EM INGLÊS: **multi-branch trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “**Multi-branch trade fairs** display the basic and well-defined range of goods and services of several areas of industry or trade. Branch trade fairs concentrate on the manufacturers or customers of one sector of industry or of a very limited number of sectors, or even on specific services”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: “A **multi-branch trade fair** displays offers of more than one business sector”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira multissetorial

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **multi-level booth**: V. two-storey stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “All **multi-level booths** must be stamped by a certified structural engineer and must have two means of egress from upper levels. All fully enclosed booths with enclosed rooms must have at least two exits leading directly to the aisle. These booths must possess a smoke detector and fire extinguisher for each enclosed area”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Application and Contract for Exhibit Space

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.7

ENTRADA EM INGLÊS: **multi-sector fair**: V. general trade fair

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The natural evolution was the birth of “shops” which, during the Renaissance, made the fortune of some cities because of their capacity to attract travellers. **Multi-sector fairs** started to languish and only continued at the periphery of the most advanced part of Europe, far from the main trade centres”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **name badge**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "During show hours exhibitor appointed contractors only with exhibit badges will be permitted on the exhibit floor. No installation and dismantling crew members will be permitted on the exhibit floor during show hours without the proper convention **name badge** supplied by the exhibiting company".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitor Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "An uniform for the stand personnel makes it easier for visitors to find assistance. It is often enough to have certain clothing accessories (tie, scarves) to make the stand personnel more easily recognizable. It goes without saying that **name badges** that are big enough to be read easily should be worn".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: crachá

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **national exhibitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: domestic exhibitor

CONTEXTO INGLÊS 1: "SuisseEMEX is Switzerland's leading B2B trade show for marketing, communication, event and promotion. The sixth edition is held from August 20th to August 22th 2013 in the Exhibition Center Zurich. In 2012 over 360 **national** and international **exhibitors** attracted around 13.000 industry experts and decision makers".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: SuisseEMEX B2B Trade Show

CONTEXTO INGLÊS 2: "Trends of Beauty Vienna has established itself as a fixed date in the Austrian trade fair calendar and impressed more than 4,000 professional visitors last year. In 2013, a vast range of **national** and international **exhibitors** showing innovative products and Austrian premieres awaits the visitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trends of Beauty Vienna Cosmetics Trade Fair

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: expositor nacional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.12

ENTRADA EM INGLÊS: **national trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**National trade fairs** register visitors who come from a catchment area that extends well beyond the respective region".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Types of exhibitors - competition-oriented representatives: prefer a position within a heterogeneous group of exhibitors and most often participate in **national** and regional **trade fairs**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira nacional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.2

ENTRADA EM INGLÊS: **national visitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: domestic visitor

CONTEXTO INGLÊS 1: "If a trade fair is not able to attract the audience expected by the exhibitors, the event will not achieve its objectives. **National visitors** are important and, in the case of a trade fair of finished products, the hosting country should have a strong consumption level for motivating the participation of foreign exhibitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "What are the figures related to the last event: number of **national** and foreign **visitors**; types of visitors (professional or public visitors); number of exhibitors (national and foreign); net exhibition area rented to exhibitors (national and foreign)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: visitante nacional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.7

ENTRADA EM INGLÊS: **neighboring stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The operational team may suspend or determine specific time for the demonstration of any equipment, product, structure or elements of the stand that can present any danger to people or even those that have a high vibration or noise level that will annoy the **neighboring stands**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Any wall comprising a single component that rises to a height of

6m or more from the pavilion floor must be set back at least 1m both from all aisles and also from all **neighboring stands**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande vizinho

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5.2

ENTRADA EM INGLÊS: **new customer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It's a general rule that at most exhibitions, 86 percent of the visitors have "buying power"; - that means they either make their company's purchases or directly influence the purchasing decisions. Therefore, it's smart marketing to treat everyone coming into your stand as a potential **new customer**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Many even track the value of each exhibition over three, six and twelve months (after all, a single **new customer** can represent huge lifetime value to your company)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibitions Work - The Case for a Powerful, Cost-Effective Marketing Medium

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: cliente novo

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.14

ENTRADA EM INGLÊS: **open stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Personal motivations for the stand: Do you like your stands to have lots of graphical information, or simple corporate messages? Are there any images that you would particularly like to see on the stand? Do you prefer **open stands**, or do you like closed stands"?

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Exhibition Stand Howto

CONTEXTO INGLÊS 2: "Generally trade shows in USA are very strict in reference to admission. Only registered trade visitors are permitted access to many specialised trade shows in USA. The average duration of trade shows in USA is often shorter than for example in Germany. In contrast to European countries stand building and design tend to be less relevant. However, an essential feature of all trade shows in USA is an **open stand** design".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Shows in USA

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande aberto

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.6

ENTRADA EM INGLÊS: **order**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Your sales team is generally the first line of follow-up post-show. They may partner with marketing communications to send materials, but the initial contact should be personal, and with the intent of an appointment, a presentation or placing an **order**. This may be the first time this hot lead hears from you, but it should by no means be the last".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "Hot leads: with a large **order** and ready to buy".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: pedido de compra

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2

ENTRADA EM INGLÊS: **organizer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The objective of a fair **organizer** is to make profit from the organization of a successful trade fair. "Successful" means a continuously growing number of exhibitors and visitors over the years, and the creation and maintenance of an excellent image of the fair".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The trade fair **organizers** in Germany are happy to be able to support you to ensure that your trade fair participation will be successful. Before legal disputes arise at the exhibition centre, you should therefore inform the organizer".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: organizadora

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **participation contract**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "According to the **participation contract**, all the material available for the co-exhibitor will be first sent to the main exhibitor that can then decide to send it to the co-participant".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Note that the tags and invitations made available to the co-exhibitor will be sent to the principal exhibitor, in accordance with the **participation contract**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: contrato de participação

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.15

ENTRADA EM INGLÊS: **partially open stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Partially open stand**: external screens are included to prevent visitors from seeing directly into the booth".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "What do you need the exhibition stand to achieve? Do you require meeting rooms – if so, should these be completely private stand (fully enclosed) for formal meetings, **partially open stand** (private yet open to create less pressured environment), or completely open stand?"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Exhibition Stand, How to Make it Work for You

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande semi-aberto

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **pavilion**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: fair ground

CONTEXTO INGLÊS 1: "All merchandise will be free to enter the **pavilion**. It is the exclusive responsibility of the exhibitor to comply with all legal requirements, without exception, relating to the procedures for sending of merchandise, products, equipment and/or utensils".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "The use of any explosives, non-liquefied gas, or toxic or flammable materials, fuel, GLP gas or helium is prohibited inside the **pavilion**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: pavilhão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.9

ENTRADA EM INGLÊS: **pavilion entrance**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The sponsor should include its logo on the trade fair entrance ticket. The production and the design of entrance tickets on only one side are included in the sponsorship cost. Sponsors can place two corporate banners in the **pavilion entrance** which they must produce themselves".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Sponsors

CONTEXTO INGLÊS 2: "All employees of the assembling company present in the pavilion during the time of assembling should have their own credentials and take their personal

documents for initial identification at **the entrance of the pavilion**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: entrada do pavilhão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.14

ENTRADA EM INGLÊS: **pavilion floor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is mandatory to build sharing walls from the limit of your stand area (but within it) to the neighboring stand. The minimum height must be 2.20m, from the **pavilion floor**, and the maximum allowed is 6.00m, respecting the height setback of the entire stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Any wall comprising a single component that rises to a height of 6m or more from the **pavilion floor** must be set back at least 1m both from all aisles and also from all neighboring stands".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: piso do pavilhão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.1

ENTRADA EM INGLÊS: **peninsula booth**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: end booth; split-island booth

CONTEXTO INGLÊS 1: "A **peninsula booth** has aisles on three sides, and its forth side borders either the show hall wall or another booth".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Complete Idiot's Guide to Trade Shows

CONTEXTO INGLÊS 2: "All electrical outlets will be installed on the floor at the draped back wall of inline and **peninsula booths**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: International CES Exhibitor Manual 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande tipo península

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.7

ENTRADA EM INGLÊS: **personnel**: V. staff

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "For companies participating in a trade fair for the first time, renting a stand is the most obvious solution. If the company has enough experienced **personnel** available, and intends to use trade fairs as part of its marketing mix on a consistent basis, it is worth considering other options such as purchase or lease".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.2.1

ENTRADA EM INGLÊS: **pop up display**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: “**Pop up displays** are the displays which are most popular in trade show booths and these displays are convenient to set up and easy to transport. They can be set up without any labor set up and uses a flexible graphic panel and also contains graphic images and multiple images”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: All about different types of trade show displays

CONTEXTO INGLÊS 2: “Fabric/Tension displays are a little like a **pop up display** on steroids. Most have a seamless graphic back wall that support a variety of shapes otherwise not possible. Some brands even use fabric squares, diamonds, etc. to create the display; giving you a unique look”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Top Types of Displays

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: display pantográfico

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.6

ENTRADA EM INGLÊS: **poster**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "In some trade fair centres it is possible to put up **posters** on the fence or at certain locations within the centre. External advertising in the form of posters, poster stands or neon signs serves as a powerful reminder, either immediately outside the trade fair or inside".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Electronic **posters** are keyword searchable at workstations. The presentations are scheduled throughout day using large screen monitors. Following the meeting, posters are archived on-line indefinitely so there is no waste".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Executive Magazine - July edition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: cartaz

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3

ENTRADA EM INGLÊS: **post-show**

CAT. GRAM. INGLÊS: adv.

OUTDES INGLÊS: after the show

CONTEXTO INGLÊS 1: "It can be in several languages, according to the visitor profile, yet focused on techniques to increase profitability. A newsletter permits you to position your

company as an expert in your industry sector. It is more effective when sent before the event and **post-show**, as a final promotion".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Meet with booth staff to review goals, develop script for greeting and speaking to clients, review product or service details (be sure booth staff is up to speed and ready for tough questions!). Create trade show experience evaluation forms to be conducted with booth staff **post-show**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: pós-feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.5.3

ENTRADA EM INGLÊS: **potential customer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Your goals should be realistic and quantifiable. Remember, however, that lead generation is generally more about quality than quantity. You can scan name badges all day long, but if your "lead" is not a **potential customer**, you are most likely wasting your time and money".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "The driving motivations for participation in a trade fair for an exhibitor is the opportunity to identify new **potential customers** or strengthen relations with the existing ones".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: cliente potencial

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1

ENTRADA EM INGLÊS: **pre-fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: adv.

OUTDES INGLÊS: before the show

CONTEXTO INGLÊS 1: "A striking difference between the two groups is that independent exhibitors appear more proactive. That is, a significantly larger proportion engages in both, **pre-fair** and on-stand promotion. An exception is the larger proportion of the government group telephoning or faxing prospective visitors before the trade fair".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Management and Performance of International Trade Fair Exhibitors: Government Stands *versus* Independent Stands

CONTEXTO INGLÊS 2: "Methods to evaluate the economic success are based on: amount of sales; amount of visitors; costs per square metre (= total costs / size of stand); costs per visitor (= total costs / number of stand visitors); cost per qualified contact (= total costs / number of qualified contacts); response to invitations (= number of **pre-fair** invitations / number of visitor with invitation) etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: pré-feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.2

ENTRADA EM INGLÊS: **pre-show advertising**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Exhibitions are part of your company's marketing mix, so all the branding on your website, the **pre-show advertising**, direct mail, press releases, and other promotions create a company awareness level that translates into visitor confidence and recognition in the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "A commissioned study by Deloitte & Touche found exhibitors who conducted a **pre-show advertising** or email campaign raised their "attraction efficiency" 46 percent. This stands for the quality of the audience they were able to attract to their booths. Conversion of booth visitors to qualified leads rose 50 percent when a pre-show promotion was used".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Maximize Your Trade Show Investment With E-Mail

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: divulgação da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.9

ENTRADA EM INGLÊS: **press**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "As result of the activities of the promotion campaign, the interested parties can contact the organizer for more information and with request for application forms (typically at the early stage of the promotion campaign and in response to advertisements, articles in the specialized **press**, participation in international exhibition for initial promotion, grapevine communication and promotion conducted through embassies)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Participants in a press conference will expect new or interesting information. If the aim is merely to strengthen contacts with the press, then an informal discussion or a press reception is more suitable. **Press** appointments should be arranged through the organizers, who will timetable these appointments to avoid any clashes. Rooms can be rented in the exhibition centre and the trade fair catering service will take care of refreshments".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: imprensa

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.2

ENTRADA EM INGLÊS: **press credential**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Be aware that while you can get **press credentials** for some shows fairly easily, others require that you be on the masthead of a well-known publication".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Guerilla Guide to High-Tech Trade Shows

CONTEXTO INGLÊS 2: "Almost all shows require journalists and now bloggers to apply to receive **press credentials**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The social Trade Show: Leveraging Social Media and Virtual Events to Connect With Your Customers

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credencial de imprensa

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.9.2

ENTRADA EM INGLÊS: **press kit**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Depending on the company's significance different public relations instruments can be used: press conference, **press kits**, press interviews. These tools help to announce the company's participation, to promote new products and to improve the firm's image".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Press kits**, set out ready at the stand, contain detailed information and background material, including a list of references and can be translated into different languages. Black and white 13 x 18 cm photos labelled on the back with a short description can also be included".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: press kit

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.9.3

ENTRADA EM INGLÊS: **press office**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A press officer or a designated member of staff from the stand should be available to talk to journalists and should also be responsible for replenishing the stock of press kits and filling the press tray in the trade fairs own **press office**. All requests for further information made at the trade fair should be dealt with as quickly as possible".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs

CONTEXTO INGLÊS 2: "Keep a good supply of bright, well-presented literature in the show

press office (too many exhibitors let this resource go untapped!). Work with the show organiser to steer the right journalists your way. And make sure your story is ready when they arrive".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: sala de imprensa

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.9.1

ENTRADA EM INGLÊS: **press release**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Notify your existing clients that you have an industry expert speaking at the show; issue a **press release** to industry publications announcing your expert being chosen to speak at the show; and notify registered show attendees about your participation in the show – both the booth and the speaker".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "Send **press releases** and/or media kits to all media (TV, Radio & Print). Be sure they are newsworthy, yet have a unique human-interest angle".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Marketing Manual

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: press release

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.12

ENTRADA EM INGLÊS: **price list**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Appropriate information materials should be available for these four visitors' groups. Examples of information materials are: general brochures, technical leaflets, product information, catalogues, corporate newsletters, lists of references, **price lists**, and press releases"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Colourful, high-impact graphics stop buyers while separate stand areas allow Sharwood's to offer free samples, conduct demonstrations, give out recipe leaflets or **price lists** and close the sales in a quiet meeting area".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: lista de preços

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.8

ENTRADA EM INGLÊS: **products and services**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A whole range of marketing aims can be realized at a trade fair. In just a few days the chances of market success of different **products and services** can be put to the test. Market procedures as well as changes in direction and speed of future developments will become apparent".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2:"Trade fairs of consumer goods display **products and services** dedicated to the public and end-consumers".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: produtos e serviços

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.10

ENTRADA EM INGLÊS: **product catalog**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Also, the new **product catalog** is late for production".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Stop Wasting your Time at Trade Shows and Start Making Money

CONTEXTO INGLÊS 2: "The **product catalog** would take about two weeks to print, as would the brochure".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Cases in Advertising and Marketing Management: Real situations for tomorrow's managers

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: catálogo de produto

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **promoter**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **promoter** is not responsible for receiving merchandise and does not have any type of storage area or deposit in the pavilion to hold the exhibitor's products or equipment. It is the exhibitor's responsibility to provide the location for storage of its materials and belongings".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "A trade fair requires a substantive investment if an international impact has to be achieved, which may not be granted by a single **promoter** and a careful risk management needs to be adopted".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: promotora

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2

ENTRADA EM INGLÊS: **promotional material**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "You will need to make the necessary arrangements for this. Bear in mind that you do not want to run out of **promotional material** on the stand, so you need to produce enough materials to last the time of the fair (and longer, if you will be doing some sales promotion after the fair)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Distribution of samples and printed material of any kind, and any **promotional material** is restricted to the confines of the exhibit booth".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Booth Construction Regulations

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: material promocional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.16

ENTRADA EM INGLÊS: **prospects**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Personally contact all **prospects** within a few days after the show, even if only to let them know that the information they requested is being sent. Don't forget that prospects are speaking to other franchisors. Many times exhibitors delay following-up on leads they worked hard to collect at a show and prospects that were once hot turn cold".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Marketing Manual

CONTEXTO INGLÊS 2: "It's also the only medium to harness all five senses, letting you demonstrate products, answer questions, overcome objections and - most importantly - build relationships with your customers and **prospects**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: prospects

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4

ENTRADA EM INGLÊS: **public**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Differentiated fees can also be applied in consideration of the location of the stand in favorable positions in the fairground layout, or for corner stands with two sides open to the **public**. Anyhow, the more variables are introduced, the more the management and administration becomes complex".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "The use of compressors, sprayers, auto trucks and similar plant powered by internal combustion engines is prohibited during periods when the **public** is in the hall, except with the express permission of the venue and subject to stringent safeguards".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide 2011- Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: público

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.5

ENTRADA EM INGLÊS: **public show**: V. consumer fair

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A **public show** is an event that serves specific industries or interests, held for a particular duration of time (1 to 10 days). They include several shows: e.g. home shows, car shows, sportsman shows, computer and technology shows, and many others".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.16

ENTRADA EM INGLÊS: **raised floor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Raised floor**: any stand with a floor that is raised by a distance of between 0.50m and up to 1.00m from the pavilion floor, must mandatorily present an A.R.T. (Technical Responsibility Note), signed by a professional, with its charge paid, and a structural calculation of the plan referred to, in two copies".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "If the stand design requires a **raised floor** section, a ramp must be incorporated into the flooring or a portable ramp can be deployed when required".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: piso elevado

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.20

ENTRADA EM INGLÊS: **reception**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Whenever you are onsite at the business design centre you can be safe in the knowledge that one of our team will be on hand in case you need anything throughout the process of setting up, running or breaking down your event. A member of staff will be at the **reception** desk at all times to answer your queries".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: IP Protect Expo Exhibitor Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Services offered to the exhibitor (with no cost): general illumination of the pavilion; general cleaning of the restrooms and common circulation areas; public toilets for the exhibitors and visitors; security service in the common areas and entrances of the pavilion; medical station; **reception**, registration and credentials".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: recepção

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.13

ENTRADA EM INGLÊS: **regional trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A small regional fair in some instances can better suit a development objective than a large international fair. A **regional trade fair** would enable the organizers to test the attractiveness and efficiency of their products with a limited risk factor and evolve in time into a fully international event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Regional trade fairs** and exhibitions attract visitors mainly from that area. Up to 2009 this category included special events too and was called regional/special".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira regional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.5

ENTRADA EM INGLÊS: **registration**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The contract conditions such as admission, stand rental, conditions of payment, contract cancellation, **registration** of sub-exhibitors and companies additionally represented are laid down in the conditions of participation".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Early **registration** offered discounted rates up until August 10. A number of exhibitors included links to the registration web page on their own webs sites".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Show Executive Magazine - July edition

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credenciamento

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10

ENTRADA EM INGLÊS: **rental**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "While renting a trade show display certainly has some creative and economical advantages, renting is not the right solution for every exhibitor. There are certain preventative measurements one must take in order to ensure a good quality **rental**, because if you can tell it's a rental, it's not a good rental"!

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "Also investigate general pricing, typical **rental** procedures and the attributes of a quality rental. You never know when you may need one! Instead of learning the hard way through an emergency situation, learn this information now to be prepared if a rental need pops up later. This knowledge will also lower the chances of being overcharged or taken advantage of in an emergency rental situation".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Top Ten List of Rental Display Advantages
EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: aluguel

SN: (US) *Rent*/ (UK) *Hire*: to pay to use something for a short period; *Lease*: to make a legal agreement by which money is paid in order to use land, a building, a vehicle, or a piece of equipment for an agreed period of time; *Let* (UK): the act of allowing someone to use your house, land, etc. in exchange for regular payments (Cambridge Dictionaries Online).

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10.3

ENTRADA EM INGLÊS: **rental of telephone line**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "All of the telecommunication services are under the exclusive responsibility of the official company of each pavilion or convention center, which offer **rental of telephone lines**, internet and other services".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Rental of telephone lines**, private lines, handsets, internet connections, etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: locação de linha telefônica

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **row stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: linear booth; in-line booth

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Row stand** - this type of stand is usually positioned in a row of other stands, and is only accessible from one aisle (it is sometimes accessible from two parallel aisles, but this is rare). The dimensions of the open stand front are used to distinguish a narrow, deep stand from a wide stand which is less deep".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs

CONTEXTO INGLÊS 2: "The **row stand** rate applies to all stand types occupying 150 square metre or more. Each square metre or part thereof will be charged in full".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: InnoTrans Exhibitor Manual 2014

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande de uma face

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.9

ENTRADA EM INGLÊS: **sales promotion**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Exhibitions are market events of a specific duration, held at intervals, at which a large number of companies present a representative product range of one or more industry sectors and sell it or provide information about it for the purposes of **sales promotion**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "The company introducing a new product can also take advantage of the trade fair for general **sales promotion** and advertising".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: promoção de vendas

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.19

ENTRADA EM INGLÊS: **sales representative**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Exhibitions are an outstanding opportunity for obtaining qualified sales leads. In one recent study, 76 percent of executive decision makers asked for price quotations at the last exhibition the attended. Equally important, 51 percent requested a **sales representative** to visit their company".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Once a customer service and **sales representative** have reviewed your order you will be sent a letter of confirmation".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: International CES Exhibitor Manual 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: representante de vendas

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.8

ENTRADA EM INGLÊS: **salesperson**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Forty-Two percent felt that the **salesperson** didn't understand their needs. Suggestion: be sure the staff listens carefully to what the prospects are saying and

responds appropriately. During the exhibition selling process, careful listening often puts the prospect in the role of helping to make the sale".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Appointment - Once they've agreed to meet, pass them to someone who can set up the appointment (so as not to waste the **salesperson's** time). If you can't get the meeting, get their details for follow-up".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: vendedor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.4

ENTRADA EM INGLÊS: **sample**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Giving out **samples**, for instance, will require storage and display facilities whereas qualifying prospects may require allocating space for more in depth conversations".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

CONTEXTO INGLÊS 2: "This only applies where **samples** are free of charge; otherwise the operation will be treated as retailing activity and will be subject to the conditions outlined above".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues - 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: amostra

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.4

ENTRADA EM INGLÊS: **security credential**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Security credential** - Credentials for the security guards who are employees of the exhibitor, and also those who are with the contracted company, will both be charged for, at the price shown in the price list available in the site, during the period of filling out the form, as listed in the "complementary content" of the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Security credential** - After being selected by an exhibitor, the contracted company will have access to the services page on the site in order to purchase the credentials and fill in the data of each employee who will provide the security service".

FONTE CONTEXTO INGLÊS: ABF Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credencial de segurança

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.4

ENTRADA EM INGLÊS: **security guard**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Only CES exhibitors are permitted to remove equipment/product from the show floor during move-in, show days and move-out. Exhibitors wishing to remove equipment or product must present their exhibitor badge and both a photo ID (driver's license or passport) and business card to the **security guard** upon exiting the show floor".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitors Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "If the exhibitor has not selected the company that will provide the service and the employee has not requested the credential through the site, the **security guard** will not be allowed to enter the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: segurança

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.17

ENTRADA EM INGLÊS: **segment-based fair**: V. vertical trade show

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The size and the level of development of the supply chain's components may determine the choice of the product/industry segments on which to limit or concentrate the scope of the trade fair. The alternative is therefore between a horizontal or **segment-based fair**."

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30

ENTRADA EM INGLÊS: **setting up**: V. assembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Whenever you're onsite at the business design centre you can be safe in the knowledge that one of our team will be on hand in case you need anything throughout the process of **setting up**, running or breaking down your event. A member of staff will be at the reception desk at all times to answer your queries".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: IP Protect Expo Exhibitors Manual 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.11.1

ENTRADA EM INGLÊS: **seminar**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "During the expo, you will speak with prospects who not only meet your criteria but are also the kind of individuals you would like to have in your system. At that point, you should try to schedule a meeting prior to leaving the local area. Either a face-to-face meeting or a **seminar** should be held".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tradeshow Marketing Manual

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Seminars**: consider where the seminar rooms are located. If visitors will be coming into the hall from the same entrance following each seminar, where can you best place yourself to be easily visible and accessible"?

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: seminário

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **service provider**: V. contractor

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The fairground authority must make such items available (which may also include TV and DVD, sets, multimedia, etc.), or, if this is not possible, they can be outsourced to a **service provider**. They should be included in a priced catalogue and application forms as a reference at the time of the registration of the exhibitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **shared stand**: V. collective stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "When there is sufficient enough interest from members of Carbon Composites e. V. (CCeV) in a specific trade fair, CCeV offers its members the possibility to present their projects at a shared trade fair stand. Members can book an area of various sizes or additional space at the **shared stand** for the purpose of presenting their projects".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Participation in a Trade Fair

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.9

ENTRADA EM INGLÊS: **sharing wall**: V. dividing wall

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is mandatory to build **sharing walls** from the limit of your stand area (but within it) to the neighboring stand. The minimum height must be 2.20m, from the pavilion floor, and the maximum allowed is 6.00m, respecting the height setback of the entire

stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.11

ENTRADA EM INGLÊS: **shell scheme stand**: V. standard booth

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "You will receive specified lighting and electrics with each **shell scheme stand** package. If you wish to order additional lighting/electrics for a shell scheme stand, fill in this form and return it, along with payment details and the stand layout form to show where you would like the items to be located on the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: IP Protect Expo Exhibitor Manual 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.15

ENTRADA EM INGLÊS: **showcase**: V. glass case

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Unless the exhibits are of a non-combustible nature, **showcases** shall be illuminated from the outside only. A valid PAT test is required and the label clearly visible".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide July 2012 - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues

SN: Showcase is also a verb. It means to exhibit; to show something publicly.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.16

ENTRADA EM INGLÊS: **show floor plan**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "When laying out your booth design, carefully examine your spot on the **show floor plan**. Depending on your location (on an aisle, near an entrance, near food, etc.) you can determine the ideal "flow" – that is how you would like show attendees to move through your booth".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Tips for Trade Show Success

CONTEXTO INGLÊS 2: "At NPE, you'll cost-effectively generate leads, accelerate sales, close deals, and strengthen your brand—for a potential return on your investment that will extend far beyond the show. View the NPE 2015 **show floor plan** to see what space is available".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Great Exposure. Great Selling Opportunities. Great Results.

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: planta da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.11

ENTRADA EM INGLÊS: **side event**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "As mentioned in the previous chapter, a number of **side events** are generally foreseen within a trade fair: e.g. buyer-seller meetings, conferences, technical seminars, fashion shows, cultural and touristic shows. These may or may not take place within the fairground depending on the infrastructures and facilities available".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Fairs are not just for meeting people, but also for getting to know new ideas. These shows often also hold conferences, round tables and other **side events** where one can learn about products, companies, trends and markets".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: 7 Reasons to Attend Trade Fairs

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: evento paralelo

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.23

ENTRADA EM INGLÊS: **signage**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Tradeshow **signage**: resist the temptation to fill your booth with words. A booth is more like a billboard than a datasheet. Attendees won't stand in your booth to read its signage, and in any case it is the job of booth staff to communicate key messages and product features. The booth should be an environment for selling".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Marketing Best Practices

CONTEXTO INGLÊS 2: "Use **signage** to attract. Not only can good signage capture the attention of passersby, but it can be used to help direct booth visitors to particular areas of interest as well. Banner stands and tabletop signage can mark areas of interest and can visually support your overall theme or message".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: sinalização

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.14

ENTRADA EM INGLÊS: **single-sector fair**: V. specialized trade fair

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "They can be multi-sector (general fairs) or, as it is becoming

predominant, **single-sector fair**. In this case they are often referred to as specialized trade fairs. This guide deals with these events that will be simply called “trade fairs”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.5

ENTRADA EM INGLÊS: **souvenirs**: V. giveaways

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Catalogs, **souvenirs**, literature, printed matter or any other items to be distributed at the show are subject to approval by the managing directors. Any material not approved by the managing directors shall not be distributed”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Application and Contract for Exhibit Space

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.14

ENTRADA EM INGLÊS: **specialized trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: industry fair

CONTEXTO INGLÊS 1: "A **specialized trade fair** normally occurs at regular intervals in the same place, even if in certain cases the event moves from one location to another, organized under the same sponsorship. It is sometime also called industry fairs to distinguish it from the consumers' fairs”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "A **specialized trade fair** denotes a thematically concentrated fair for trade and business visitors”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fair & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira especializada

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.1

ENTRADA EM INGLÊS: **split-island booth**: V. peninsula booth

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Height limits at CES are strictly enforced. These height limits apply to both booth structure and hanging signs. Hanging signs are permitted above island and **split-island booths** only”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International CES Exhibitor Manual 2013

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.15

ENTRADA EM INGLÊS: **sponsor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Sponsorships are particularly effective in demonstrating your support for an exhibition. Be sure that the sponsorship package offers opportunities for increased exposure for your company. And make sure your target audience knows that you are a **sponsor** in the exhibition, as it underscores your commitment to their industry".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "However, facilities and dates may be held as "firm" upon receipt of a letter of confirmation signed by both the event **sponsor** and the general manager, pending the preparation, negotiation, and execution of a lease agreement".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Miami Beach Convention Center Event Guide 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: patrocinador

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.7

ENTRADA EM INGLÊS: **sponsorship**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Exhibitors can explore **sponsorship** opportunities through interactive venue in three easy steps: select venue, explore the facility by reviewing a 3D venue map divided into sections and view all details (location, photos, specifications, availability and price) of venue's available sponsorship opportunities through the venue explorer".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Executive Magazine - July edition 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Don't forget **sponsorship** opportunities. Sponsorship can be an extremely cost-effective way to jump out of the pack at your next exhibition".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: patrocínio

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.11

ENTRADA EM INGLÊS: **square metre of stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The exhibitor will have a free supply of tags at the rate of 0.4 tags for each **square metre of stand** area leased (e.g.: 20m² X 0.4 = 8 tags). These tags are personal and non-transferable, valid only for employees of the exhibitor, and only when properly filled in".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "According to this, at international trade fairs in Germany the average value per **square metre of stand** space ranges between € 750 and € 950. These figures, however, only provide a rough guide; the actual costs can vary considerably".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors
EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: metragem do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.7

ENTRADA EM INGLÊS: **staff**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: personnel

CONTEXTO INGLÊS 1: "Now we can staff up. We've determined that on average each visitor will require 10 minutes of your **staff's** time. Each staff person can see talk to 6 people per hour. This means we need 10 staff members in the booth at any given time. It is a general rule that each staffer needs 50 square feet of unoccupied space to work in".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Show Budgeting

CONTEXTO INGLÊS 2: "Another **staff** responsibility is to see what the competition is doing at the exhibition. Observe their stand activity and, if possible, visit with the competitors to learn what they are introducing, demonstrating, selling, etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Exhibit Marketing

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: staff

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.11

ENTRADA EM INGLÊS: **staff training**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Research shows that companies with formal **staff training** increase their ability to convert their stand visitors into qualified leads. Exhibitions are an outstanding opportunity for obtaining qualified sales leads. In one recent study, 76 percent of executive decision makers asked for price quotations at the last exhibition they attended".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Staff training** and activity: the human resource perspective plays an integral part in trade fair exhibiting since the interaction with visitors is critically important. The behaviour and expertise of stand staff has a direct influence on the outcome of this contact".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Management and Performance of International Trade Fair Exhibitors: Government Stands *versus* Independent Stands

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: treinamento da equipe

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3

ENTRADA EM INGLÊS: **stall**: V. stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Thinking an exhibition to be like a market is really useful when exhibiting. Market trades use every trick in the book to attract potential buyers to their **stalls**. Visitors to your show will not be coming to window shop they can do that by ordering a catalogue. They will be coming to learn about the products and services that are available to them. They will want to see, feel, taste, hear and experience what you have on offer. Your challenge is to appeal to as many of the five senses as possible; to create an experience".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: How to Exhibit

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3

ENTRADA EM INGLÊS: **stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: booth

CONTEXTO INGLÊS 1: "Letting your customers know you will be there is a vital element to your success and is often overlooked. Examine all your communications with potential and existing clients. There may be more opportunities than you think to alert people to the fact you will have a **stand** at the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: How to exhibit

CONTEXTO INGLÊS 2: "A corner stand has more sides accessible to the public, but the same overall area, and is therefore more effective than a **stand** situated in a row".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande

SN: stand is the European term for booth.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand assembly**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: stand construction; stand erection; stand installation; stand building

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Stand assembly** and disassembly: architecture, position, design and technical facilities of the stand as well as the exhibits themselves determine the procedure and the costs of assembly and disassembly. An employee of the exhibitor who has experience at trade fairs should supervise the assembly of the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Stand assembly**: make sure that you are at the exhibition hall early. You don't want to arrive late and find that they are assembling your stand incorrectly. Be careful not to interfere too much with the stand designer/assembler - they are the experts after all, but the stand should meet your requirements".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Fairs and Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: montagem do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand building**: V. stand assembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "No stand building or dismantling shall take place whilst the public are in the venue".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: 2011 eGuide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.29

ENTRADA EM INGLÊS: **stand cleaning**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is the exhibitor's responsibility to contract a specialized company for **stand cleaning** during the exhibition period. The exhibitor has the option of contracting services from the official company of the event through the site under the item "requesting services". We remind that contracting this service is optional".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "The venue will normally provide **stand cleaning** services as follows: a pre-clean of all stands on the day or night before the event opens; a daily clean of all stands prior to the event opening".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: limpeza do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand construction**: V. stand assembly.

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "After the show the exhibitor recognizes that the actual costs severely differ from the planned costs. The reasons could be: the costs for **stand construction** outvalue the planned costs by 42%; the costs for the stand design were 21% higher than expected; the equipment costs slightly increased".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.23

ENTRADA EM INGLÊS: **stand decoration**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Fabrics used for interior **stand decoration** must be fixed taut and/or in tight pleats (not loosely draped) to a solid backing, secured above floor level and not touching light fittings".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "Trade fair costs check list – Basic costs: rental of stand and power supply. Other basic costs: costs for stand assembly: i.e. assembly and dismantling; costs for **stand decoration**: i.e. furniture, carpet, lighting, kitchen equipment, etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: decoração do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.26

ENTRADA EM INGLÊS: **stand design**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Presenting information in a visual form by using colour and graphics is a part of **stand design**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "If the **stand design** requires a raised floor section, a ramp must be incorporated into the flooring or a portable ramp can be deployed when required".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Eguide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: design do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand disassembly**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: stand dismantling

CONTEXTO INGLÊS 1: "Each stand package includes also the following services: Technical and organisational services; basic entry in the fair catalogue; stand set-up and **stand disassembly**; free W-Lan access".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fair Stand Package

CONTEXTO INGLÊS 2: "Organizational information on stand construction at the RemaDays Warsaw 2014 trade fair: **stand disassembly** takes place on Friday 07.02.2014 between 4.00 p.m. and 2.00 a.m. Exhibitors' cars and trucks will be allowed to enter the fairground for stand disassembly purposes from 5.00 p.m. This will facilitate the outflow of participants who are not staying at the EXPO XXI for the disassembly process".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Stand Construction

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: desmontagem do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.31.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand dismantling**: V. stand disassembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Please note that the gateway during the **stand dismantling** is only available after paying a deposit about € 50,00. Parking tickets are valid only beginning with the first official exhibition day".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Construction and Dismantling Time

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand erection**: V. stand assembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Please register for preliminary cleaning by phone a few days before trade fair start. We cannot guarantee a proper cleaning if the **stand erection** has not been completed by 9 pm in the night before the opening of the event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Stand Cleaning Expopharm

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.15

ENTRADA EM INGLÊS: **stand floor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Detailed, scaled structural drawings showing: plan views of each storey of the stand; sections through each storey of the stand; elevations including full steelwork and staircase details; width and position of gangways within the **stand floor** and/or roof loading; specifications of materials used".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide 2011 version- Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Stand floor**: the area of each stand will be set out and identified on the floor of the pavilion. It is the responsibility of the exhibitor and/or assembler to request help from the operations team to solve any doubts about the leased area".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: piso do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.6

ENTRADA EM INGLÊS: **stand identification**: V. header

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The organiser must issue to the event manager final layouts plans, showing dimensions of all stands and feature areas, the dimensions between the frontages of the stands and the hall columns and walls and the **stand identification**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide July 2012 - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: identificação do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.30.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand installation**: V. stand assembly

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Porters, electricians and other technicians are required by the exhibitors, especially during the **stand installation**. Their handy availability is anyhow needed throughout the trade fair to handle stand amelioration or repair requirements by the exhibitors and in general to ensure the proper functioning of the fittings and facilities in the fairground".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.27

ENTRADA EM INGLÊS: **stand layout**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "If you have ordered fixed items and to ensure that your stand is ready on arrival, please indicate position and height on the **stand layout** form. This includes any rails, shelves, display boards, partial screening, electrics, telephone sockets and any other requirements you may have".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: IP Protect Expo Exhibitor Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "To lead to a homogeneous corporate stand design, the following stand features should be taken into account: consistent display of the company sign; use of the corporate colours and fonts; consistent design of the information materials available on the stand (catalogues, brochures, graphics); consistent and goal-orientated **layout of the stand**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: layout do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.14

ENTRADA EM INGLÊS: **stand location**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "When post is being sorted, the envelopes are often removed, so the sticker should be attached to the letter itself and not to the envelope. The stickers available from the organizers include not only the title date and logo of the trade fair but also the name and **stand location** of the exhibitor".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Your **stand location**, design and activities should reflect what you hope to achieve. Even if you have a company exhibition stand in storage, think about how you can tailor it to a specific audience".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Howtoexhibit - Maximising the power of exhibitions
EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: localização do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.12

ENTRADA EM INGLÊS: **stand number**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Each item of information should state the event name and **stand number**. Complete sets of information only should be submitted, together with a plan showing the location of the stand within the exhibition".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Application and Contract for Exhibit Space

CONTEXTO INGLÊS 2: "Let people know which **stand number** you'll be at, how to spot the stand from a distance, and any "landmarks" for example, are you near the refreshment stall".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: número do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.28

ENTRADA EM INGLÊS: **stand project**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Assembler's responsibilities: to respect all the rules, times and dates specified in this manual; to send the **stand project** in accordance to the rules and dates set by the promoter; to deliver the stand clean for the inauguration (to take out all the materials used and the trash from the assembling time)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "The first step in creating your stand is a 3D design prepared using the latest software and creativity of Zebra PWP designers. The **stand project** and its quote are offered by us free-of-charge".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Stand Project and Quote

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: projeto do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.10.1

ENTRADA EM INGLÊS: **stand rental**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "There are a lot of cost types which have to be considered: e.g. **stand rental**, stand design, booth provision, personnel, travel and marketing. If the budget is sufficient the participation can be realized. If the exhibitor recognizes that the available budget is smaller than necessary the participation has to be reconsidered or cancelled".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "In addition to the **stand rental**, a fee is sometimes applied also for an entry in the catalogue. This is normally the case of well-established and renowned exhibitions, whilst it may be less practicable in the case of a new trade fair".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: aluguel de estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **stand security**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Each exhibitor is responsible for its own **stand security**, including the objects and equipment exposed during assembling, exhibition and disassembling. Security service in the common event areas is available during the entire period of the show, including assembling, exhibition and disassembling".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "The organiser shall not assume any liability for any items and stand building materials, which are left behind unsecured on the stand or the trade fair premises. **Stand security** can be booked by the exhibitor in advance through the company Gegenbauer".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Stand Builder Guideline

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: segurança do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.13

ENTRADA EM INGLÊS: **stand size**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The chosen strategic positioning concept will determine the **stand size** and features, as well as the products to be displayed. However, an overload of products can damage and jeopardize the success of a fair participation: generally, the fewer the better!"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Area of logistics: not used by visitors, purely functional design; storage rooms, small back offices, kitchen, recreation and catering area; size of this area depends on the **stand size**, smaller stands sometimes do not have this area at all; at a larger stand the importance of the logistic area grows as these booths can be compared to headquarters where many duties have to be coordinated".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: tamanho do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.32

ENTRADA EM INGLÊS: **stand staff**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: booth worker

CONTEXTO INGLÊS 1: "When you get back to the office on Monday, sit down with the **stand staff** and key managers. Do an honest assessment of what worked and what didn't. Elicit suggestions for improving performance at future events. Your staff's insights are a valuable asset, especially while their impressions are still fresh".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: How to Exhibit - Maximising the Power of Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "After the exhibition: make arrangements for re-shipment of unsold exhibits and in particular ensure goods imported 'in bond' are re-exported or are dealt with in accordance with other local customs requirements; ensure a responsible member of your **stand staff** has adequate local currency to settle local accounts and pay any charges that may be levied by the authorities before leaving".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Making the Most of Your Exhibition - A Structured Approach

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: pessoal do estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **stand with two floors**: V. two-storey stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Stands with two floors** are not permitted without the authorization from the show's directors. It is necessary to first contact the commercial department that will inform the cost for contracting the complementary area".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.10

ENTRADA EM INGLÊS: **standard booth**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: shell scheme

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Standard booth** equipment – Includes a drape 8' high along the

back line with side rails 33” high and 7” x 44” I.D. sign showing firm name. Width of all spaces shown on the official floor plan is from center of side rails and depth is overall measurement from face of the front post to back of rear post”.

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Exhibitor2013 - Application and Contract for Exhibit Space

CONTEXTO INGLÊS 2: "Shell schemes are the **standard booths**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Complete Idiot’s Guide to Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande padrão

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.20

ENTRADA EM INGLÊS: **storage**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "All packing containers, wrapping materials and display materials must be removed from behind booths and placed in **storage**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Application and Contract for Exhibit Space

CONTEXTO INGLÊS 2: "Giving out samples, for instance, will require **storage** and display facilities whereas qualifying prospects may require allocating space for more in depth conversations".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: depósito

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.1.4

ENTRADA EM INGLÊS: **sub-exhibitor**: V. co-exhibitor

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It can also be useful at first to exhibit as a **sub-exhibitor** at the stand of a company which is not a competitor and with which you are on friendly terms. This should help you become familiar with what goes on at a trade fair. The exhibits of a sub-exhibitor must also comply with the nomenclature".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.7

ENTRADA EM INGLÊS: **supplier**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "And if you need more motivation, remember that your competition is targeting your customers as prospects to grow their companies. Research also reveals that 77 percent of these decision makers found at least one new **supplier** at the last exhibition they

attended".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Exhibit Marketing

CONTEXTO INGLÊS 2: "Motivation for participation in a trade fair anyhow is not only linked to the **supplier**-client relation, but it has many aspects of a more horizontal nature".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: fornecedor

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.6

ENTRADA EM INGLÊS: **sustainable stand**: V. green booth

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The new trade-fair concept includes a strengthening of the existing core programme, the addition of current hot topics such as recycling/upcycling and collaborative consumption, and a timeless, modern and **sustainable stand** construction that provides broad creative scope for the respective product presentations".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Germany's Biggest Fair-Trade Exhibition Expands its Product Portfolio

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.11

ENTRADA EM INGLÊS: **system stand**: V. basic stand

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "In making the decision about whether a **system stand** or a conventional design should be used, the fact that a reusable stand assembly is more cost-effective should be taken into consideration. System assembly, based on pre-fabricated elements, does not necessarily have to be uniform or lacking in imagination".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.18

ENTRADA EM INGLÊS: **targeted audience**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Launching a new trade fair takes a great deal of efforts to reach the pertinent and **targeted audience**, either directly or through partner organizations, and raise the interest for participation. Unless the promotion is effectively performed and a communication channel is available to answer inquiries of participants, the event is bound to fail".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Research shows that exhibitors who carefully plan and integrate other marketing media into their exhibit programs are more successful at attracting their **targeted audiences** and converting them into qualified sales leads".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Exhibit Marketing

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: público-alvo

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.24

ENTRADA EM INGLÊS: **tasting**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Tasting** of food samples, i.e. product testing/tasting with the food products being prepared elsewhere and transported to site. Minimum food handling (cheeses, cold meats, etc)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: eGuide - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Assess the possible acceptance of a new product by offering samples for **tasting**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: How to Successfully Participate in International Trade Show

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: degustação

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.22

ENTRADA EM INGLÊS: **telecommunication service**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "All of the **telecommunication services** are under the exclusive responsibility of the official company of each pavilion or convention center, which offer rental of the telephone lines, internet and other services. For information about prices, installation costs, costs of calls, please check with the official company".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Priority networks is the exclusive on-site contractor for your internet, telephone and telecommunication needs. They can provide a full range of **telecommunication services** to you and your exhibitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Event Guide for the Miami Beach Convention Center 2010

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: serviços de telecomunicação

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.3.3

ENTRADA EM INGLÊS: **terms of payment**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "They get discounts depending either on their exhibition presence or on the product quantity bought. Sometimes special **terms of payment** are offered. Visitors might postpone regular purchases to take advantages of the reduced prices".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibition in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "Developing a fair concept is related to the identification of: the target groups of exhibitors and visitors; possible meetings to be linked to the event; the terms and conditions for exhibiting (opening hours, set-up and dismantling times, **terms of payment**, general information on security, liability, insurance, cancellation, etc)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: condições de pagamento

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.3

ENTRADA EM INGLÊS: **ticket**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Any person entering the fair during its official opening hours who presents at control access either a **ticket**, or a card proving payment on the entrance fee or an invitation card with a numbered control slip is considered as visitor".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "If visitor numbers are close to reaching the hall capacity, the following arrangements should be followed: **ticket** sales should be suspended to avoid closure; entry of visitors into the hall should be suspended if necessary and the venue will advise the organiser when re-entry can commence".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide July 2012 - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: ingresso

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.4

ENTRADA EM INGLÊS: **ticket office**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "ABF Franchising Expo has a **ticket office**. Prices of tickets will be available from March 1, 2011. Tickets for children under age 12 are free of charge. People under the age of 16 will be allowed to enter only if accompanied by a person responsible for them, provided the responsibility form available at the registration counter is filled in".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: ABF Exhibitors General Manual 2011

CONTEXTO INGLÊS 2: "4.1 **Ticket office** - The rules for entering in each event will be informed in the "complementary content" of each event".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: bilheteria

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.22

ENTRADA EM INGLÊS: **toilet**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Cleaning during assembling is related to the general cleaning of the pavilion (circulation areas, **toilets** and common areas) during the time of assembling. This service is done by the official cleaning company, it is mandatory and charged from the exhibitor by square meter".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "The venue is responsible for cleaning the following common areas of site: public catering areas, toilet entrances, foyers and **toilets**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: sanitário

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.16

ENTRADA EM INGLÊS: **totem**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The objective of this marketing action was to increase the visibility of our payment terminals at recently added distribution channels, and to link the terminals with our new company name and logo. The **totems** are made of sturdy cardboard, printed in 4 colours. They're easy to store, transport flat and can be put together in a few minutes".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Product 'totems' for Belgian dealers and tradeshow

CONTEXTO INGLÊS 2: "Services offered to the exhibitor: general illumination of the pavilion; general cleaning of the restrooms and common circulation areas; public toilets for the exhibitors and visitors (general public); hydrants and fire extinguishers in strategic points of the pavilion; medical station; **totems** with information and locaters".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: BTS Exhibitors General Manual 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: totem

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.15

ENTRADA EM INGLÊS: **trade fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: trade show

CONTEXTO INGLÊS 1: "A **trade fair** may be just one component of a larger sectoral promotion strategy of a country. As part of an integrated set of diversified activities, it may be

considered that the implementation of a single event fulfils its function. Against this approach one has to realize that promotion is not a time-bound push but rather a continuous process".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "Once you have identified a suitable **trade fair** to participate in, your next real step is to make a conscious decision to participate in the fair. This may seem a minor step, but in fact it is perhaps the most important step to take. By making a conscious decision to participate in a trade fair, you are adding importance to all of the other steps that will follow".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Fairs and Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira de negócio

SN: Fair trade is an organized social movement that aims to help producers in developing countries to make better trading conditions and promote sustainability (Sustainable Development Drivers, 2012, p. 66).

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.2.11

ENTRADA EM INGLÊS: **trade fair catalogue**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A welcome desk should be properly situated, visible and equipped with trade fair visuals. Materials such as **trade fair catalogue**, trade fair map, guide for participants, trade fair programme and country briefs should be available to visitors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

CONTEXTO INGLÊS 2: "The publications available at the trade fair should also be evaluated: **trade fair catalogue**; brochures about special events; lecture summaries; special editions of specialist magazines; competitor's brochures and publicity material".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: catálogo da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.9

ENTRADA EM INGLÊS: **trade fair planning**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "In preparing for your exhibition, you need to think what it is that you want to achieve and what the core message is that you hope to carry over to your stand visitors. The trade fair objectives that you set for yourself earlier on in your **trade fair planning** will indicate what you hope to achieve, but from this you still need to distil a core message".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Trade Fairs and Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Many companies annually decide about participating in trade

shows. They are given tight communication budgets and high targets are set. A decisive factor for the success of trade fair planning is the quality of the data material. Because anyone whose **trade fair planning** is not based on hard, verifiable facts, risks wrong decisions which can be very expensive".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: planejamento da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.1.12

ENTRADA EM INGLÊS: **trade fair theme**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "On display at the University stands are research innovations, food crops and farm animals which are in line with this year's **trade fair theme**- 'Enhancing Technology in Agriculture and Industry for Food Security and National Growth'".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Varsity Records Excellent Performance at Trade Fair

CONTEXTO INGLÊS 2: "The trade fair itself can be enriched in purpose and made more attractive by a series of side events. The decision to be taken is related to the type of the events to be organized which should be logically connected to **the theme of the trade fair** and dependent again on resources available and management capacities".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Basics for Organizing Trade Fairs - A Guide for Developing Countries

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: tema da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.4

ENTRADA EM INGLÊS: **trade fair visitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The more attractively the exhibits are presented, the quicker the attention of the visitor is caught. The most important thing is to bring out quite clearly the benefits for the user. A presentation must be seen through the eyes of the observer the **trade fair visitor**; the exhibitor must put himself in their position".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "The **trade fair visitors** are only partly included in the number of tourists and overnight stays, as the visitor statistics for trade fairs include local visitors too".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: visitante da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.15

ENTRADA EM INGLÊS: **trade show**: V. trade fair

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: business-to-business (B2B) show

CONTEXTO INGLÊS 1: "Planning for **trade shows** needs to start at least a few months in advance. If you wish to have a significant presence at strategic or influential show, you should plan to set up a booth, either on your own or with a key partner. Booth space is limited and must be reserved in advance".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Planning for a Trade Show

SN: Trade show is the term used in USA and trade fair is the term used in Europe.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.3

ENTRADA EM INGLÊS: **trade visitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Trade shows are b2b events. Companies in a specific industry can showcase and demonstrate their new products and services. Generally trade shows are open to **trade visitors**. They are attended by company representatives and members of the press. Nowadays, some of the trade shows are also open to the public".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "Trade fairs are market events of a specific duration held at intervals, at which – with a predominant appeal to **trade visitors** – a large number of companies present the main product range of one or more sectors of industry and mainly sell to commercial buyers on the basis of samples".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: visitante profissional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.16

ENTRADA EM INGLÊS: **traditional fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is clearly accepted that **traditional fairs** cannot be replaced by virtual ones. Face-to-face contact remains a significant privilege of traditional fairs. Nevertheless, the internet has very much affected the organization of exhibitions".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "While a **traditional fair** takes place at a physical location, the concept of a virtual fair has gained some popularity in recent years. Using online resources, registered guests can access a web site established for the event, and take a virtual tour of all the online exhibitions created by the participating vendors".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: What Is a Trade Fair?

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira tradicional

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.11

ENTRADA EM INGLÊS: **traffic flow**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "It is usually with the application forms that you have the opportunity to choose the all-important booth location (if not, it will be in the exhibitor package, which we'll talk about next). Usually, you'll list at least three locations in order of preference. When choosing the location, think about the **traffic flow** into the exhibit hall".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Introduction to How Trade Shows Work

CONTEXTO INGLÊS 2: "Booth activity of any kind must be confined within the exhibitors contracted space so as not to interfere with **traffic flow** in the aisles or encroach into neighboring exhibits. Exhibitors must contract sufficient space in order to comply with this rule".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: CES International Exhibitor Manual 2013

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: fluxo de visitantes

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.13

ENTRADA EM INGLÊS: **transportation**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The **transportation** of exhibits requires a good knowledge of the relevant customs and laws. Almost every fair or exhibition organizer work by contract with firms which are specialized in all kinds of transportation matters. The use of their services will guarantee compliance with laws and removal of the language barrier".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Your budget needs to be fairly detailed as your budget will also underpin some of the operational activities you will need to perform (such as printing business cards and arranging **transportation** for your products to the fair). In the early stages of preparing your budget, you may not know all of the costs, but estimate them as far as possible and revisit the budget regularly to update the outstanding costs".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Fairs and Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: transporte

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.17

ENTRADA EM INGLÊS: **truss system**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "Over the last few years, trade show **truss systems** have become quite popular. Whereas a few years ago truss was used primarily as decor, now you will find that truss exhibit kits exist as their own category. A major advantage of truss is that it can

support a lot of weight which helps in a number of ways".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Will a Trade Show Truss System Work For You?

CONTEXTO INGLÊS 2: "Trade show exhibitors' needs, as well as union and exhibit hall regulations, have also driven display companies to make displays lighter and easier to assemble. Even large island displays have been revamped using lightweight **truss systems** to help ease the load of shipping and assembly".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Tips for Trade Show Success

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: treliça

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1.3

ENTRADA EM INGLÊS: **two-storey stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: double-deck stand; mezzanine; multi-level stand; stand with two floors

CONTEXTO INGLÊS 1: "A charge of 120.00 euro for each square metre of the actual built-over area will apply to **two-storey stands**. Minimum stand size is 12 square metre. If more space is subsequently required and ordered, the additional amount is payable immediately".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: InnoTrans Exhibitor Manual 2014

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Two-storey stands** are not permitted unless authorized by the event management".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: estande com mezanino

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.1

ENTRADA EM INGLÊS: **type of stand**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "You will be asked to provide the following information at the time of registration: minimum and maximum size of the stand (m²); position in the hall or outside (infrastructure); width and depth of the stand; **type of stand** (standard, corner, end or block stand); type of assembly (1 or 2 floors), etc".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

CONTEXTO INGLÊS 2: "Both types of extinguisher must have capacity for coverage of up to 25m² (one 4kg extinguisher for every 25m²) depending on the **type of stand**, furniture and products exhibited".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: ABF Exhibitors General Manual 2011

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: tipo de estande

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.8

ENTRADA EM INGLÊS: **unloading area**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "There must be two people with the vehicle. One person goes with your product to the booth space and another person moves your vehicle from the **unloading area**. Vehicles must be unloaded at the designated cartload area (GES personnel will direct vehicles). The cart is not authorized to enter or go into any parking area".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: CES International Exhibitor Manual 2013

CONTEXTO INGLÊS 2: "Once your materials arrive at the show, you must make arrangements to move your shipment from the **unloading area** to your booth. Since shipping does not include delivery to your booth, you or a company representative must be present to deliver your materials to your booth".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: PDAC Exhibitor Manual 2014

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: área de descarga

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2

ENTRADA EM INGLÊS: **venue**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS: facility

CONTEXTO INGLÊS 1: "“**Venue**” definition: any public assembly premises with a minimum of 5.000 square meters (sqm) of indoor exhibition space and that hold various types of exhibitions, trade fairs or consumer/public shows on a regular basis. The premises may be purpose-built exhibition centre space or other premises including exhibition space".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The World Map of Exhibition Venues and Future Trends - UFI 2008

CONTEXTO INGLÊS 2: "As a first step, the organizer can communicate on general information about the fair (name, subject, city and **venue**, dates and opening hours, entrance fees, linked meetings and other complementary programmes)".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: local da feira

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.17

ENTRADA EM INGLÊS: **vertical trade show**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "There are two types of trade shows: horizontal and vertical. At the other end of the spectrum are specialized types for products in specialized industry (**vertical trade shows**). Electronica, held annually in Munich, is a vertical trade show".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: International Marketing: Strategy and Theory

CONTEXTO INGLÊS 2: "**Vertical shows** are more narrowly focused to just one type of product and market. The advantage of vertical shows is that the attendees are all from a very

specific market, and your objectives for the show can be more focused".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Introduction to How Trade Shows Work

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira vertical

SN: Vertical trade show and vertical show are synonymous.

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 1.18

ENTRADA EM INGLÊS: **virtual fair**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Virtual fairs** - they appeared in the 90s when internet use became widespread. The demise of traditional fairs was considered "inevitable". Possible touted advantages: elimination of usual trade show time constraints, space factors and exhausting, long-distance travel".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

CONTEXTO INGLÊS 2: "With the growth of Internet, **virtual fairs** have been recently developed, allowing permanent displays of products and services online, but they do not (and will never) replace physical fairs".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Historical Development of Fairs & Exhibitions

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: feira virtual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3

ENTRADA EM INGLÊS: **visitor**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A **visitor** is a person who visits an event once or several times during the days when the trade fair ground is open for persons in possession of an entry ticket".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Euro Fair Statistics 2010

CONTEXTO INGLÊS 2: "Keep in mind that a **visitor** who takes time to make a literature request is likely to be serious about your company, so follow-up is important".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Exhibit Marketing

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: visitante

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 5.2.4.5

ENTRADA EM INGLÊS: **visitor credential**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The credentials will be sent in due time to the exhibitors so that

they can send it by mail to the clients. For the exhibitors located in São Paulo, the date will be informed so that the **visitors' credentials** can be retreated at BTS office".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "Due to ongoing security concerns the general council has agreed that a photo of the visitor should be included on **visitors' credentials**".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Union Congress 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: credencial de visitante

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.3

ENTRADA EM INGLÊS: **visual communication**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "The height of the suspended structures should always be according to the setback rules defined in this manual and the format of the leased area. In case of the areas defined as "island", the structure can be within the limited area of the aisles up to the maximum height of 6.00m. The height of the **visual communications** should follow the rules".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "An essential component of good trade fair architecture is the optimization of verbal and **visual communication** by creating an attractive atmosphere at the stand".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Successful Participation in Trade Fairs -Tips for Exhibitors

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: comunicação visual

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 2.3.5

ENTRADA EM INGLÊS: **walkway**: V. aisle

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "As part of the event we will ensure that all common areas are cleaned throughout the day including toilets, conference rooms, exhibition areas and **walkways**. If you find anything has been missed, just speak to one of us in the team and we will make sure it is dealt with straight away"

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: IP Protect Expo Exhibitor Manual 2012

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 3.2.17

ENTRADA EM INGLÊS: **water supply**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "**Water supply** - this service is optional. The exhibitor should

request water supply in case it will be necessary the use in the stand. We remind you that the event management will provide the water tap without a sink and without finishing. It is the exhibitor's or assembler's responsibility to finalize the job".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: BTS Exhibitors General Manual 2012

CONTEXTO INGLÊS 2: "A sink with constant, piped supplies of hot water and potable cold water is required, i.e. taken from a drinking **water supply** in a safe and hygienic manner".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: eGuide - Common Regulative Guidance for Events in UK Venues 2012

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: ponto de água

SÍMBOLO DE CLASSIFICAÇÃO: 4.3.13

ENTRADA EM INGLÊS: **wholesale dealer**

CAT. GRAM. INGLÊS: n.

OUTDES INGLÊS:

CONTEXTO INGLÊS 1: "A corporate exhibition displays the products or services of only one manufacturer, one **wholesale dealer** or one purchasing pool".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 1: Historical Development of Fairs & Exhibitions

CONTEXTO INGLÊS 2: "Practical management is based on interviews with retailers, manufacturers, service providers, **wholesale dealers**, restaurateurs, and others. Their stories of success and failure contain lessons for managers in every industry".

FONTE CONTEXTO INGLÊS 2: Trade Shows: The Dynamic Manager's Handbook On How To Maximize Your Expo Investment

EQUIVALENTE EM PORTUGUÊS: atacadista

No Capítulo a seguir, trazemos a análise do termo-chave de nossa pesquisa, ou seja, o termo “feira”; o resultado da busca dos termos do nosso glossário em dicionários especializados para verificar se já encontram-se dicionarizados; a análise de alguns dos termos do nosso glossário, no que diz respeito à equivalência total e equivalência parcial; a análise de algumas variantes linguísticas (lexicais, ortográficas, morfológicas e sintáticas) encontradas para os termos pesquisados e a análise da estrutura morfossintática e léxico-semântica de alguns termos do nosso glossário.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, apresentamos uma análise do termo-chave de nossa pesquisa, ou seja, o termo “feira”; a pesquisa dos termos de nosso glossário em dicionários especializados; a análise de alguns termos equivalentes totais e termos equivalentes parciais encontrados em nossa pesquisa; a análise de algumas variantes do conjunto terminológico das feiras de negócios e a análise da estrutura morfossintática e léxico-semântica de alguns termos do nosso glossário.

5.1 Análise do Termo-chave de nossa Pesquisa: “feira”

Primeiramente, iniciamos nossas análises de dados pesquisando em dicionários monolíngues em língua inglesa o conceito do termo principal de nossa pesquisa, ou seja, o termo “feira”. Em seguida, fizemos a mesma pesquisa para os termos “feira de negócios” e “exposição”, como pode ser observado nos quadros abaixo:

Quadro 5.1: Definições para o termo “feira” em inglês

	<i>Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2005)</i>	<i>Collins Cobuild Advanced Learner's (2004)</i>	<i>Longman Dictionary of Contemporary English (2003)</i>
Fair	a large show at which people who work in a particular industry meet, and sell and advertise their products; e.g. trade fair.	event at which people display and sell goods, especially goods of a particular type.	an event at which people or businesses show and sell their products.

Quadro 5.2: Definições para o termo “feira de negócios” em inglês

	<i>Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2005)</i>	<i>Collins Cobuild Advanced Learner's (2004)</i>	<i>Longman Dictionary of Contemporary English (2003)</i>
Trade Fair	(US also trade show): a large event at which companies show and sell their products and try to	an exhibition where manufacturers show their products to other people in industry and try to get	a large event when several companies show their goods or services in one place, to try to sell them;

	increase their business.	business.	trade show.
Trade Show	a large event at which companies show and sell their products and try to increase their business.	-----	a large event when several companies show their goods or services in one place, to try to sell them.

Quadro 5.3: Definições para o termo “exposição” em inglês

	<i>Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2005)</i>	<i>Collins Cobuild Advanced Learner's (2004)</i>	<i>Longman Dictionary of Contemporary English (2003)</i>
Exposition	(also expo): a show in which industrial goods, works of art, etc. are shown to the public.	an exhibition in which something such as goods or works of art are shown to the public.	a large public event at which you show or sell products, art, etc.
Exhibition	when objects such as paintings are shown to the public.	public event at which pictures, sculptures, or other objects of interest are displayed.	(BrE) a show of paintings, photographs, or other objects that people can go to see.

Assim, ao estudar o domínio das feiras em inglês e ao analisar as definições acima, percebemos que utiliza-se *fair* para se referir à “feira”, *trade fair* e *trade show*, para se falar de “feira de negócios” e, *exhibition*, *exposition* e *expo* para se falar de “exposição”.

Essa informação pôde ser confirmada nas citações da *International Trade Centre* (ITC) em seu guia “Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries”:

Muitos nomes são usados para indicar eventos nos quais o objetivo principal é reunir compradores e vendedores para promover o comércio. Por exemplo, os termos *trade fair* e *trade show* são frequentemente usados para indicar o mesmo tipo de evento. Eles podem ser multissetoriais (feiras gerais) ou, como está se tornando predominante, unissetorial. Neste caso eles são frequentemente chamados de feiras de negócios especializadas. Este guia trata destes eventos que serão simplesmente chamados *trade fairs* (feiras de negócios). Fonte: International Trade Centre (ITC), Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries¹⁰¹.

¹⁰¹ Many names are used to indicate events whose main purpose is to bring buyers and sellers together and promote trade. For example, the term trade fair, trade exhibition and trade show are often used to indicate the same type of event. They can be multi-sector (general fairs) or, as it is becoming predominant, single-sector. In this case they are often referred to as specialized trade fairs. This guide deals with these events that will be simply called “trade fairs”. Fonte: International Trade Centre (ITC) Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries.

Temos, ainda, outra citação que reforça o conceito de que os termos no inglês são equivalentes, ou seja, têm o mesmo sentido:

Trade shows, trade fairs, expositions, scientific/technical conferences, conventions; o nome pode variar, mas a função básica da atividade representa um evento de marketing de uma importante indústria. Eles são "eventos que reúnem, em um único local, um grupo de fornecedores, distribuidores e serviços relacionados que montam exposições físicas de seus produtos e serviços de uma determinada indústria ou disciplina" (BLACK, 1986)¹⁰².

Aprofundando mais a pesquisa, verificamos que *trade fair* é um termo geral internacionalmente usado para “feira de negócios”. Nos Estados Unidos o termo mais utilizado é *trade show*, enquanto que na Europa e Ásia utiliza-se o termo *trade fair*. Na maioria dos casos os dois termos são intercambiáveis.

Bonoma (1983) diferencia as feiras de negócios (*trade shows*) das exposições (*expositions*). As feiras de negócios, segundo ele, são frequentadas por empresas manufatureiras, distribuidores e outros vendedores, que expõem seus produtos a clientes, clientes potenciais, parceiros de negócios e imprensa. O público em geral (consumidores ou usuários finais) é excluído desse tipo de evento. Já as exposições são abertas ao público, tipicamente mediante o pagamento de um ingresso, e podem ser do tipo *fair* ou *consumer show*, também conhecidas como *public show*. As *fairs* são em sua maioria rurais, podem durar uma semana ou mais, e apenas em alguns casos permitem a venda de produtos que não aqueles produzidos pela comunidade local. As *public shows*, por outro lado, são temáticas – de barcos, automóveis, e de antiguidades - e orientadas à venda de produtos aos visitantes.

As *trade shows*, de acordo com o *Convention Industry Council* (CIC), instituição norte americana que reúne trinta e duas associações ligadas à organização de feiras e convenções, são feiras de produtos ou serviços para membros de uma indústria ou de indústrias

¹⁰² Trade shows, trade fairs, expositions, scientific/technical conferences, conventions; the name may vary but the basic function of the activity represents a major industry marketing event. They are "events that bring together, in a single location, a group of suppliers, distributors and related services who set up physical exhibits of their products and services from a given industry or discipline" (Black, 1986).

relacionadas. Não são abertas ao público em geral. Os termos *consumer show*, *gate show* e *public show* são considerados sinônimos pelo CIC, utilizados para designar feiras que são abertas ao público, mas que em geral requerem o pagamento de ingresso. *As trade fairs*, por sua vez, são definidas pelo CIC como um termo internacional para feiras.

De acordo com Lee (2003), as feiras de negócios são realizadas com o “propósito específico de exibir e vender bens a compradores qualificados num mercado específico que ocorre em intervalos regulares, e que funciona como meio de marketing primário usado para trazer novas e inovadoras ideias aos consumidores finais”. Os intervalos regulares pressupõem que seu período de funcionamento é limitado, as feiras em geral acontecem durante uma semana ou menos. Portanto, os consumidores dessa indústria têm de aguardar por certo período de tempo para que o evento ocorra.

Outra característica das feiras de negócios é que os compradores que as frequentam, em geral, pertencem a uma indústria específica, ou a indústrias relacionadas. Muitas dessas feiras são organizadas pelas próprias associações vinculadas à indústria, e têm o propósito de atender apenas aos membros da associação: em alguns casos, os membros são os únicos clientes autorizados a participar da feira (LEE, 2003).

Saenz (2007) nos apresenta “the show categories” segundo o tipo de público, a área geográfica, a periodicidade e o setor, conforme descrição abaixo:

- *professionals shows* – feiras para o público profissional: são feiras organizadas e destinadas a membros de uma indústria ou setor específicos, não são abertas para o público em geral e os produtos expostos não são para vendas no varejo.
- *open to the public shows* – feiras abertas ao público: são feiras destinadas aos consumidores e os produtos expostos são vendidos.
- *mixed fairs* – feiras mistas: são feiras abertas tanto ao público profissional quanto ao público em geral, durante todo o evento ou em dias específicos.

- *national fairs* – feiras nacionais: são feiras frequentadas por visitantes e expositores de todo o país. Em alguns casos, expositores estrangeiros interessados em vender seus produtos, no país sede da feira, também participam.
- *international trade fairs*– feiras internacionais: são feiras frequentadas por visitantes e expositores internacionais de diferentes países.
- *local events* – feiras locais: são feiras frequentadas por visitantes e expositores da cidade ou áreas próximas de onde o evento está acontecendo. Podem, entretanto, receber empresas nacionais e internacionais que pretendam vender ou promover seus produtos naquela cidade.
- *sectoral shows* – feiras setoriais: são feiras especializadas em uma indústria ou setor.
- *general fairs*– feiras gerais: são feiras frequentadas por visitantes e expositores de diferentes setores, não são especializadas.

É interessante observar, como este autor, no livro *How to sucessfully participate in international trade shows*, faz livre uso da terminologia para se referir à feira. Ele inicia com o termo *show*, em seguida utiliza o termo *fair*, depois o termo *trade fair*, e ainda o termo *event* e finaliza com o termo *fair* novamente. Isso mostra como a terminologia para designar o termo feira em inglês é variada e os termos são permutáveis e utilizados como equivalentes.

As *trade shows* (feiras de negócios) são eventos promocionais de caráter específico e seletivo de público, que se destinam a determinados segmentos de mercado. Os visitantes, geralmente, só têm ingresso permitido por meio da apresentação de um convite da feira, ou, em alguns casos, de comprovante de que pertencem ao setor de interesse do evento. Assim, são feiras fechadas ao público em geral e abertas ao público especializado e à imprensa e o uso de credencial se faz necessário. O objetivo do expositor em uma feira deste tipo são as vendas em valores elevados, principalmente *business to business* (B2B). Para estes

expositores, a feira é simplesmente o local de apresentação do produto, onde se cadastrarão os clientes, que serão trabalhados com maior empenho em um futuro próximo. Baseados neste cadastro gerado, o expositor dirigirá seus esforços de venda aos clientes que se demonstrarem mais interessados e que já conheçam o funcionamento do equipamento em oferta na exposição.

As *trade fairs* (feiras de negócios) também são eventos *business to business*, as quais podem ser direcionadas a um único setor ou a um segmento especializado de um setor em especial. Os compradores são os membros de uma indústria e, frequentemente, devem ser pré-qualificados para participar da feira. São eventos que acontecem concomitantemente com seminários, palestras e etc. Os expositores são empresas que já tem participação no mercado internacional, ou seja, são exportadores.

Em contrapartida, as feiras gerais possuem, como objetivo, atrair maior volume de mercado, sem a preocupação de selecionar clientes: não se destinam a determinado segmento de mercado, mas ao público em geral, que já é de certa forma selecionado pelo tema da feira. Normalmente, as feiras gerais são excelentes ferramentas para empresas mais interessadas no consumidor final (seja comercial ou doméstico) que no revendedor propriamente dito. O visitante tem acesso a esses eventos promocionais pela compra de ingresso, apresentação de convite fornecido pela própria empresa promotora ou por alguma empresa expositora. Identificamos, muitas vezes, também, a divulgação destas feiras em meios de comunicação de massa, como jornal, rádio, televisão e *outdoors*, indicando que determinada feira terá acesso gratuito.

Já para Maitland (1997), as feiras gerais de grande público são chamadas de *consumer shows* e as feiras técnicas ou de negócios (especializadas) são chamadas de *trade exhibitions*.

Vale ressaltar que, segundo Burcaw (1997), dois termos precisam ser bem definidos:

1) *fair* – feira: encontro entre compradores e vendedores com o objetivo de realizar negócios,

ou seja, vendas; 2) *exhibition* – exposição: amostra pública de objetos; tem como sinônimos: *exposition* e *expo*. Segundo ele, apesar de os dois termos se sobreporem, existe uma diferença essencial entre eles, ou seja, feira pressupõe venda e exposição não necessariamente.

De maneira semelhante, os autores Wood e Brotherton (2008) também fazem diferenciação entre os termos *exhibition* e *trade show* ou *trade fair*. Nota-se que eles não distinguem *trade show* e *trade fair*.

Segundo Henslowe (2003), “*exhibitions* são abertas ao público e *trade shows* são restritas a um público específico (indústria)”¹⁰³. Para ele, *exhibitions* e *trade fair* têm as mesmas características. Elas acontecem em locais muito conhecidos, têm grandes e sofisticados estandes e displays, duram entre três e cinco dias e levam meses de preparação e ainda podem ser muito divertidas. Há ainda a possibilidade de encontrar o seu público, para contatá-lo após a feira, já que você é a pessoa com quem ele teve um contato pessoal durante a feira.

Da mesma forma, Persaud (2010) não faz distinção entre os termos *trade fair*, *trade show* e *trade exhibition* no seu glossário de termos de gestão e negócios. Segundo ele, trata-se de feiras em que fabricantes, distribuidores e outros expõem e promovem seus produtos e serviços.

No *website* da empresa *ACC Exhibits*, uma consultoria para feiras nos EUA, encontramos este glossário monolíngue, que confirma as nossas suspeitas de que os termos em inglês para o vocábulo feira são de fato usados como equivalentes:

- ✓ **trade fair**—Please see **trade show**.
- ✓ **trade show**—An event at which products or services are exhibited.
Also referred to as **exhibition**, **exhibit**, **expo**, **exposition** and **trade fair**.
- ✓ **exhibition**—Please see **exposition**.

¹⁰³ exhibitions are open to the public , trade shows are normally restricted to the trade (Henslowe, 2003, p. 47).

- ✓ **exhibit**— An event at which products or services are exhibited.
- ✓ **expo**—Please see **exposition**.
- ✓ **exposition**—An event at which products and/or services are exhibited.

Often shortened to **expo**. Also referred to as **exhibition**, **exhibit**, **expo**, **trade show**, or **trade fair**.

De maneira semelhante, na enciclopédia *Wikipedia*, temos:

Uma *trade fair* (*trade show*, *trade exhibition* ou *expo*) é uma exposição organizada para que empresas de uma indústria específica possam expor e demonstrar seus novos produtos, serviços, estudar atividades dos concorrentes e examinar oportunidades e novas tendências de mercado. Ao contrário das feiras de consumo, somente algumas feiras de negócios são abertas ao público, enquanto as outras somente podem ser frequentadas por representantes de empresas (membros do comércio, por exemplo, profissionais) e membros da imprensa, assim trade shows são classificadas como “públicas” ou “somente profissionais”. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Trade_fair.

Assim, podemos afirmar que os termos *trade fair*, *trade show*, *trade exhibition* e *expo* são utilizados para se referir à “feira”.

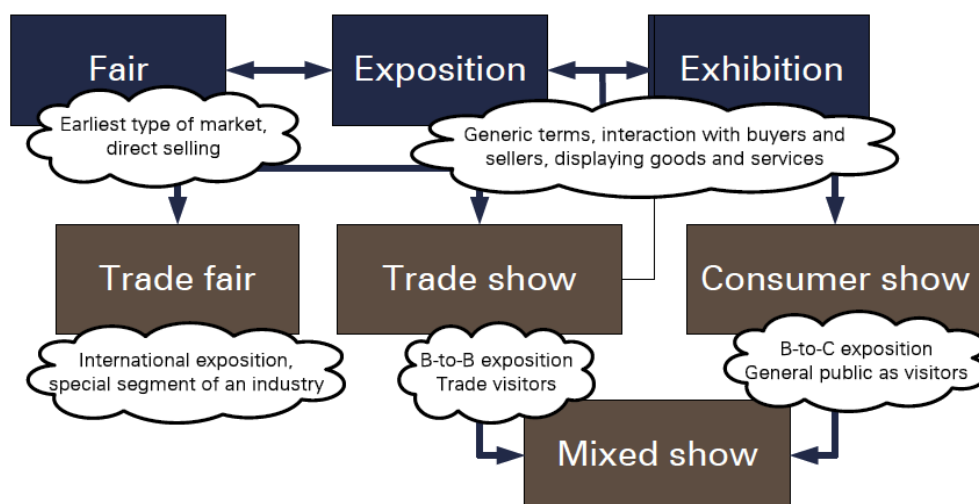
Em inglês, percebemos que os termos encontrados para o vocábulo “feira” referem-se, sobretudo à abrangência geográfica e à periodicidade do evento. Por outro lado, em português, temos um número consideravelmente maior de termos para o vocábulo “feira”, principalmente no que diz respeito à tipologia, como pode ser observado no sistema conceptual em português.

Durante nossas pesquisas da terminologia utilizada em inglês para se referir à “feira”, encontramos este esquema abaixo, que exemplifica bem as particularidades entre os termos, ainda que sejam utilizados uns pelos outros, de maneira intercambiável.

Figura 5.1 – Descrição de feiras e exposições

I. Description of Fairs, Expositions and Exhibitions

B. Types of Exhibitions



Fonte: UFI course: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix

A seguir, preparamos um quadro com os principais tipos de feiras e seus respectivos públicos e atividades (exposição somente ou vendas), que nos ajuda a entender a Figura 5.1 – Descrição de feiras e exposições.

Quadro 5.4: Tipo de Feira *versus* Tipo de Público

	feira geral	feira especializada	feira de consumo	exposição	trade fair	trade show
público geral (B2C)	X		X	X		
público profissional (B2B)		X			X	X
exposição de produtos				X		X
venda de produtos	X	X	X		X	
segmento especializado indústria		X			X	X
mais de um segmento de indústria	X		X	X		

Como podemos visualizar no quadro, “feira especializada”, *trade fair* e *trade show* recebem público especializado e são direcionadas a um segmento especializado da indústria, ao passo que “feira geral”, “feira de consumo” e “exposição” recebem público em geral e são direcionadas para mais de um segmento da indústria. A “exposição” e a *trade show* pressupõem exposição de produtos e todas as outras pressupõem venda de produtos.

5.2 Busca dos Termos em Dicionários Especializados

A seguir, apresentamos um quadro no qual podemos observar os termos de nosso glossário à direita e a indicação de dez dicionários especializados à esquerda, os quais utilizamos para verificar se esses termos encontram-se dicionarizados ou não, a saber:

- Dicionário I: Dicionário de comércio exterior: português-inglês, inglês-português: termos técnicos, expressões, siglas e abreviaturas usuais em importação, exportação e câmbio (Pontes, 1999).
- Dicionário II: Dicionário de termos de marketing: definições, conceitos e palavras-chaves de marketing, propaganda, pesquisa, comercialização, comunicação e outras áreas correlatas a estas atividades (Moreira, 1999-2003).
- Dicionário III: Dicionário de comércio exterior (Vazquez, 2001).
- Dicionário IV: Dicionário de marketing e propaganda (Silva, 2000).
- Dicionário V: Dicionário de termos de negócios português-inglês, inglês-português (Pinho, 1995- 2005).
- Dicionário VI: Dicionário inglês-português de termos econômicos & comerciais (Cavalcante, 1982-1988).
- Dicionário VII: Dicionário de administração e finanças (Sandroni, 1996).
- Dicionário VIII: Dicionário prático de economia, finanças e comércio (Gottheim, 1987).
- Dicionário IX: Dicionário Multilíngue de economia, gestão e comércio (Martins, 1995).
- Dicionário X: Novo dicionário de termos técnicos inglês-português (Furstenau, 1996-1999).

Fizemos as buscas em dicionários especializados de marketing e propaganda, já que a participação em feiras faz parte da promoção comercial da empresa e é um dos componentes do marketing mix, como foi abordado no capítulo 2. Utilizamos também dicionários de

comércio exterior, uma vez que muitas empresas iniciam o seu processo de internacionalização através da participação em feiras no exterior, ou seja, feiras internacionais. Utilizamos ainda dicionários de administração, economia e finanças, já que trata-se de uma atividade comercial, a qual envolve compra e venda de produtos.

Verificamos que os termos destacados na cor cinza e que aparecem em seis dicionários são: “amostra”, “catálogo”, “produto” e “serviço”. Isso se deve ao fato de que estes termos fazem parte da promoção e venda dos produtos e esse é exatamente o papel de uma feira de negócios, que é uma ferramenta de marketing. Temos ainda outros termos recorrentes nestes dicionários analisados e que igualmente estão marcados em cinza: “banner”, “concorrente”, “consumidor”, “distribuidor”, “design”, “display”, “frete”, “patrocinador” e “promoção de vendas”. Estes também fazem parte do processo de promoção comercial e venda dos produtos.

Encontramos também nesses dicionários termos como “abertura”, “acompanhamento”, “direção”, “divulgação”, “edição”, “escolha”, “guia”, “funcionamento”, “local”, “montagem”, “participação”, “planejamento” e “regulamento”. Entretanto, estes termos não apareceram acompanhados do termo-chave “feira”, como por exemplo, em “abertura da feira”, “divulgação da feira”, “edição da feira”, “escolha da feira”, “guia da feira”, “funcionamento da feira”, “local da feira”, “montagem da feira”, “participação na feira”, “planejamento da feira” e “regulamento da feira”. E estes termos são recorrentes nos *corpora* especializados utilizados em nossa pesquisa.

De maneira semelhante, encontramos nos dicionários analisados, termos como “aluguel”, “contrato de locação”, “decoração”, “design”, “testeira de identificação”, “layout”, “limpeza”, “localização”, “número”, “montagem”, “tamanho” e “tipo”. No entanto, estes termos também não estavam acompanhados do termo-chave “estande”, como por exemplo, em “aluguel de estande”, “contrato de locação de estande”, “decoração do estande”, “design

transporte									
treinamento (equipe)									
venda (direta)									
vendedor									
visitante									
visitante da feira									
vitrine									

Assim, com esta análise, verificamos que cerca de 26% dos termos de nosso glossário do setor feirístico encontram-se dicionarizados e 74% ainda não estão dicionarizados.

Nos subitens que se seguem, apresentamos os tipos de equivalências encontrados em nossa pesquisa: termos equivalentes totais e termos equivalentes parciais.

5.3 Termos Equivalentes Totais

A seguir, mostraremos alguns termos de nosso glossário em seus contextos de uso e indicaremos os *ganchos terminológicos*, os quais comprovam o seu parentesco de conteúdo. Para esta análise, apresentaremos exemplos de cada galho que compõe o nosso sistema conceptual: tipo feira; tipo de estande; público; promoção e marketing; local.

5.3.1 Tipo de Feira

Apresentamos no quadro abaixo os termos “feira” e *fair*:

Quadro 5.6: Termos feira e fair	
feira: <i>Contexto 1:</i> são <u>eventos</u> mercadológicos que servem <u>para alavancar vendas</u> das empresas, divulgar produtos e ampliar mercado para os expositores. Fonte: SEBRAE – Manual de Feiras e Exposições. <i>Contexto 2:</i> <u>mostração pública para promover e vender produtos e serviços</u>. Fonte: Moreira (1999) – Dicionário de termos de marketing.	fair: <i>Contexto 1:</i> a <u>periodic gathering for sale of goods</u>, often with shows or entertainment, at a place and time fixed by custom. Goods are bought and sold at fairs. Fonte: UFI: —The Role of Exhibitions in the Marketing Mix. <i>Contexto 2:</i> an event at which people or businesses <u>show and sell their products</u>. Fonte: Longman Dictionary of Contemporary English.
Ganchos terminológicos: evento para alavancar vendas ↔ periodic gathering for sale of goods promover e vender produtos ↔ show and sell products	

Como podemos observar [evento para alavancar vendas ↔ periodic gathering for sale of goods] e [promover e vender produtos ↔ show and sell products] são os ganchos terminológicos que comprovam a equivalência de sentido entre os termos “feira” e *fair*.

Abaixo, trazemos outros exemplos de termos equivalentes, conforme pode ser observado através da análise de seus ganchos terminológicos destacados no texto e apresentados entre colchetes.

No próximo quadro apresentamos os termos “feira de negócios” e *trade show*:

Quadro 5.7: Termos feira de negócios e trade show	
feira de negócios: <u>São eventos B2B (Business to Business) com locais onde os produtos e serviços são vendidos, ou em que contratos são assinados. As empresas de um setor específico podem apresentar e demonstrar seus novos produtos ou serviços. O evento geralmente é aberto apenas ao público especializado e à imprensa. O expositor normalmente é um fabricante ou distribuidor de produtos e serviços específicos/complementares a estas indústrias. Já o comprador típico é um industrial ou usuário final, ou outro distribuidor. A frequência é restrita a esses compradores e é frequentemente permitida somente por meio de convite. São exigidas credenciais e/ou pré-qualificação para os frequentadores. Trade shows podem ser ótimas para gerar vendas iniciais para serem acompanhadas depois (follow-up). Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</u>	trade show¹⁰⁴: <u>Trade shows are B2B events. Companies in a specific industry can showcase and demonstrate their new products and services. Generally trade shows are open to trade visitors. They are attended by company representatives and members of the press. The exhibitor is typically a manufacturer or distributor of products or services specific or complementary to those industries authorized at the show. The typical buyer is an industrial end user, or distributor, within the industry segment hosting the exposition. Attendance is restricted to these buyers and is often by invitation only. Business credentials or pre-registration are usually required to qualify the buyer as a legitimate member of the trade or industry. Trade shows, at best, are likely to generate sales leads to be followed up afterwards. Fonte: UFI: —The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.</u>
Ganchos terminológicos: evento B2B ↔ B2B events aberta para público especializado ↔ open to trade visitors expositor é um fabricante ou distribuidor ↔ exhibitor is a manufacturer or distributor gerar vendas iniciais ↔ generate sales leads	

¹⁰⁴ Trade show: termo utilizado nos EUA para feiras de negócios (trade).

Neste exemplo, encontramos os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso [eventos B2B ↔ B2B events]; [aberta para público especializado ↔ open to trade visitors] e [expositor é um fabricante ou distribuidor ↔ exhibitor is a manufacturer or distributor], que trazem a equivalência de sentido entre “feira de negócios” e *trade show*.

A seguir, trazemos os termos “feira de negócios” e *trade fair*:

Quadro 5.8: Termos feira de negócios e trade fair:	
feira de negócios: Eventos direcionados a um <u>único setor</u> ou a um <u>segmento especializado de um setor</u> em especial. <u>Os compradores são os membros de uma indústria</u> e, frequentemente, devem ser <u>pré-qualificados</u> para participar da feira. Este formato de exibição pode ser considerado um local de comercialização para <u>países exportadores</u> . Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.	trade fair¹⁰⁵: The exhibits are confined to <u>one industry</u> or <u>a specialised segment</u> of a special industry. <u>Buyers are usually business members of an industry</u> and often must be <u>pre-qualified</u> to attend the fair. Trade fairs are combined with other events such as seminars, fashion shows, special events and congresses. They have been the primary marketing medium of <u>exporting countries</u> . Fonte: UFI: – The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: único setor ou segmento especializado ↔ one industry or specialized segment os compradores são os membros de uma indústria ↔ buyers are members of an industry países exportadores ↔ exporting countries	

Como podemos perceber neste exemplo, os ganchos terminológicos sublinhados nos contextos de uso acima indicam a equivalência de sentido entre “feira de negócios” e *trade fair*.

No quadro abaixo, trazemos os termos “feira de consumo” e *consumer fair*:

Quadro 5.9: Termos feira de consumo e consumer fair	
feira de consumo: Eventos B2C em que a proposta inicial é a <u>venda direta</u> . Este formato de exibição fica <u>aberto ao público em geral</u> , tendo como <u>expositores típicos atacadistas, fabricantes ou empresas de serviços</u> , apresentando seus bens ou serviços diretamente ao <u>usuário final</u> . Os <u>consumidores se beneficiam de uma grande</u>	consumer fair: The primary purpose of a consumer fair is <u>direct selling</u> . Consumer fairs are events that are <u>open to the general public</u> . <u>Exhibitors are typically retail outlets, manufacturers or service organizations</u> looking to bring their goods and services directly to the <u>end user</u> . Buyers (<u>consumers</u>)

¹⁰⁵ Trade fair = termo utilizado na Europa e Ásia para feira de negócios (trade).

diversidade de produtos, catálogos técnicos, palestras e entretenimento. Vendedores se beneficiam de <u>compras diretas</u> dos seus produtos, além de tornar/manter a <u>marca conhecida</u> . Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.	benefit from a diverse product mix, expert advice, education and entertainment. Sellers benefit by <u>immediate consumer purchases</u> , product and <u>brand awareness</u> , public relations, research and development. Fonte: UFI: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: venda direta ↔ direct selling aberto ao público geral ↔ open to the general public consumidores se beneficiam de produtos ↔ consumers benefit from a product mix	

Como nos mostra este exemplo, podemos visualizar os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso, os quais revelam a equivalência de sentido entre “feira de consumo” e *consumer fair*.

Na sequência, apresentamos os termos “feira mista” e *mixed show*:

Quadro 5.10: Termos feira mista e mixed show	
feira mista: Combinação de trade shows e public shows. Os <u>trade visitors</u> são <u>permitidos</u> em dias especiais. Os <u>organizadores</u> de uma trade show <u>tendem a abrir a feira para o público em geral</u> também em dias especiais. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.	mixed show: Mixed shows are a <u>combination of trade and public shows</u> . Exhibition <u>organisers tend to open their trade shows to trade and to public visitors</u> . Fonte: UFI: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: combinação de trade shows e public shows ↔ combination of trade and public shows aberto para visitantes profissionais e público em geral ↔ open to trade and public visitors	

Da mesma maneira, neste exemplo, é possível analisar o gancho terminológico sublinhado no contexto de uso e constatar a equivalência de sentido entre “feira mista” e *mixed show*.

No quadro seguinte, trazemos os termos “feira virtual” e *virtual fair*:

Quadro 5.11: Termos feira virtual e virtual fair	
feira virtual: Tipo especial de feira que apareceu com o advento <u>da internet</u> . A grande vantagem é a	virtual fair: They <u>appeared</u> in the 90s <u>when internet use became widespread</u> . Possible touted

eliminação das restrições dos outros tipos de feiras, como espaços físicos, além do cansaço de longas viagens nacionais e internacionais, porém não garante a abertura transparente dos negócios com o face to face. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.	advantages: <u>elimination of usual trade show time constraints, space factors and exhausting, long-distance travel</u> . However, it is now clearly accepted that traditional fairs cannot be replaced by virtual ones. Fonte: UFI: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: apareceu com o advento da internet ↔ appeared when internet use became widespread eliminação das restrições dos outros tipos de feiras ↔ elimination of usual trade show time constraints	

Como este exemplo nos mostra, os ganchos terminológicos destacados nos contextos acima, trazem a equivalência de sentido entre “feira virtual” e *virtual fair*.

A seguir, apresentamos um quadro com os termos “feira tradicional” e *traditional fair*:

Quadro 5.12: Termos feira tradicional e traditional fair	
feira tradicional: (...) o conceito tradicional de feiras, tal como hoje é conhecido, tenderá a desaparecer, sendo substituído pelas “feiras virtuais”, mas não é esperado que estas feiras venham a sobrepor na íntegra as feiras tradicionais, face à vantagem que estas apresentam devido a <u>interação pessoal com o produto, expositores e outros visitantes</u> . Fonte: Como Participar em Feiras nos Mercados.	traditional fair: With the growth of Internet, virtual fairs have been recently developed, allowing permanent displays of products and services online, but they do not (and will never) replace physical fairs. <u>Face-to-face contact remains a significant privilege of traditional fairs</u> . Fonte: Historical Development of Fairs & Exhibitions.
Ganchos terminológicos: interação com expositores e outros visitantes ↔ face-to-face contact	

Neste exemplo, [interação com expositores e outros visitantes ↔ face-to-face contact], são os ganchos terminológicos pelos quais podemos dizer que há equivalência de sentido entre “feira tradicional” e *traditional fair*.

No quadro abaixo, trazemos os termos “exposição” e *exhibition*:

Quadro 5.13: Termos exposição e exhibition	
exposição: Derivada do latim <i>expositio</i> , significa “colocar à mostra” na busca de resultados específicos. Fonte: APEX Brasil – Manual de	exhibition: They have always been combined with the <u>display of goods and products</u> . Commercial activity or selling the displayed goods is not

Orientação para Feiras no Exterior.	usually involved. However, inherent in displaying goods is the hope of stimulating future sales. Fonte: UFI: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: colocar à mostra ↔ display of goods and products	

Como podemos perceber neste exemplo, os ganchos terminológicos [colocar à mostra ↔ display of goods and products], são responsáveis pela equivalência de sentido entre “exposição” e *exhibition*.

Em seguida, apresentamos os termos “feira geral” e *general trade fair*:

Quadro 5.14: Termos feira geral e general trade fair	
feira geral: São <u>direcionadas ao grande público</u> e concentram a <u>exibição de artigos de consumo e de bens industriais</u> . Fonte: FIESP/SEBRAE – Manual Básico de Exportação.	general trade fair: This trade fair category <u>exhibits all types of consumer and industrial commodities. They are open to the general public</u> , with the visitors being regional, national or international. Fonte: Trade Fair Guide – Business Development Services (BDS) Forum.
Ganchos terminológicos: exibição de artigos de consumo e bens industriais ↔ exhibits consumer and industrial commodities direcionadas ao grande público ↔ open to the general public	

Mais uma vez, podemos dizer, segundo a teoria de equivalência de Dubuc (1985) que os ganchos terminológicos sublinhados, retirados de seus contextos de uso, nos indicam que os termos “feira geral” e *general trade fair* são equivalentes.

O quadro abaixo nos traz os termos “feira multissetorial” e *multi-branch trade fair*:

Quadro 5.15: Termos feira multissetorial e multi-branch trade fair	
feira multissetorial: São feiras frequentadas por visitantes e expositores de <u>diferentes setores</u> , não são especializadas. Trata-se de feiras que conjugam vendedores e compradores horizontais. Fontes: Saenz (2007); Chapman (1987).	multi-branch trade fair: <u>Displays offers of more than one business sector</u> . Fonte: Historical Development of Fair & Exhibitions.
Ganchos terminológicos:	

diferentes setores ↔ displays offers of more than one business sector

Como nos aponta este exemplo, [diferentes setores ↔ offers more than one business sector] são os ganchos terminológicos, retirados de seus contextos de uso, que comprovam a equivalência de sentido entre “feira multisetorial” e *multi-branch trade fair*.

A seguir, apresentamos os termos “feira especializada” e *specialized trade fair*:

Quadro 5.16: Termos feira especializada e specialized trade fair	
feira especializada: São <u>direcionadas ao público profissional e organizadas em termos de segmentos</u> (agricultura, indústria, serviços e comércio), setores (avicultura, informática, construção civil, etc.), mercados (saúde, educação, etc.) ou relação com o cliente (franchising, subcontratação, etc.). Fonte: FIESP/SEBRAE – Manual Básico de Exportação.	specialized trade fair: This type of trade fair is <u>specialized in terms of the involved sectors</u> and it is primarily for trade/business exhibitors from various levels of trade and industry. <u>It attracts large number of business people</u> , specifically concerned with the trade shows area of specialization. Fonte: Trade Fair Guide – Business Development Services (BDS) Forum.
Ganchos terminológicos: organizadas em termos de segmentos ↔ specialized in terms of the involved sectors direcionadas ao público profissional ↔ attracts business people	

De maneira semelhante, este exemplo, nos mostra a razão pelo qual os termos “feira especializada” e *specialized trade fair* são equivalentes, já que os ganchos terminológicos destacados trazem a equivalência de sentido entre eles.

No quadro a seguir, apresentamos os termos “feira setorial” e *branch trade fair*:

Quadro 5.17: Termos feira setorial e branch trade fair	
feira setorial: São feiras <u>especializadas em uma indústria ou setor</u> . Trata-se de feiras que conjugam vendedores e compradores verticais. Fontes: Saenz (2007); Chapman (1987).	branch trade fair: Branch trade fairs or special interest fairs <u>concentrate on the manufacturers or customers of one sector of industry</u> or of a very limited number of sectors, or even on specific services. Fonte: Successful Participation in Trade Fairs – Tips for Exhibitors.
Ganchos terminológicos: especializadas em uma indústria ou setor ↔ concentrate on one sector of industry	

Como podemos observar, os ganchos terminológicos [especializadas em uma indústria ou setor ↔ concentrate on one sector of industry], nos mostram a equivalência de sentido entre “feira setorial” e *branch trade fair*.

Na sequência, temos os termos “feira internacional” e *international trade fair*:

Quadro 5.18: Termos feira internacional e international trade fair	
feira internacional: <u>Pelo menos 10% dos visitantes são estrangeiros.</u> São feiras frequentadas por visitantes e expositores internacionais de diferentes países. Fontes: Chapman (1987); Saenz (2007).	international trade fair: The number of direct foreign exhibitors must be at least 10% of the total number of exhibitors or <u>the number of foreign visits or visitors must represent at least 10% of the total number of visits or visitors,</u> respectively. Fonte: Historical Development of Fairs & Exhibitions.
Ganchos terminológicos: 10% dos visitantes são estrangeiros ↔ the number of foreign visitors must be at least 10%	

Mais uma vez, temos um exemplo de equivalência total. A análise dos ganchos terminológicos, que são os indicadores de parentesco entre os termos, comprovam a equivalência de sentido entre “feira internacional” e *international trade fair*.

No quadro abaixo, trazemos os termos “feira nacional” e *national trade fair*:

Quadro 5.19: Termos feira nacional e national trade fair	
feira nacional: <u>40% dos visitantes viajam mais de 300 km</u> para participar na feira. São feiras frequentadas por visitantes e expositores de todo o país. Fontes: Chapman (1987); Saenz (2007).	national trade fair: (...) <u>visitors coming from areas extending beyond</u> a given region. Fonte: Historical Development of Fairs & Exhibitions.
Ganchos terminológicos: 40% visitantes viajam mais de 300 km ↔ visitors coming from areas extending beyond a given region	

Aqui temos a evidência de que “feira nacional” e *national trade fair* são equivalentes, já que são usados com o mesmo sentido, como podemos perceber através dos ganchos terminológicos destacados dos contextos de uso.

Em seguida, apresentamos os termos “feira regional” e *regional trade fair*:

Quadro 5.20: Termos feira regional e regional trade fair	
feira regional: Eventos que buscam <u>atrair expositores e visitantes de uma região, parte de um estado</u> , ou até mesmo um conjunto de estados. 40% dos visitantes viajam menos de 300 km para participar na Feira. Fontes: Melim, José Maria – Como Participar de uma Feira ou Exposição; Chapman (1987).	regional trade fair: (...) <u>visitors coming from a specific province or county</u> . Fonte: Historical Development of Fairs & Exhibitions.
Ganchos terminológicos: atrai visitantes de uma região, parte de um estado ↔ visitors coming from a specific province	

Neste exemplo, encontramos os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso que demonstram a equivalência de sentido entre “feira regional” e *regional trade fair*.

Como podemos perceber, através da análise dos ganchos terminológicos destacados em cada quadro, do ponto de vista do conteúdo semântico-conceitual, todos os termos analisados acima têm *equivalência total*, ou seja, possuem os mesmos traços conceptuais e apresentam os mesmos usos em um mesmo domínio de aplicação. No nosso glossário, incluímos também os contextos em que os termos aparecem, o que também nos ajudou na questão da análise da equivalência.

No que diz respeito ao termo “estande” em português, temos duas variações em inglês: *stand* e *booth*. De acordo com o *Cambridge Dictionaries Online*, *booth* é “uma área parcialmente fechada, mesa ou pequena tenda em uma feira, exposição ou evento similar”¹⁰⁶ e *stand* é “uma área onde produtos podem ser exibidos, em um grande prédio público, no qual as pessoas podem comprar coisas ou obter informações”¹⁰⁷.

O termo *stand* é mais utilizado na Europa e o termo *booth* é mais utilizado na América do Norte. Em seguida, trazemos os diferentes tipos de estandes e seus equivalentes em inglês.

¹⁰⁶ a partly closed area, table or small tent at a fair, exhibition or similar event (Cambridge Dictionaries Online).

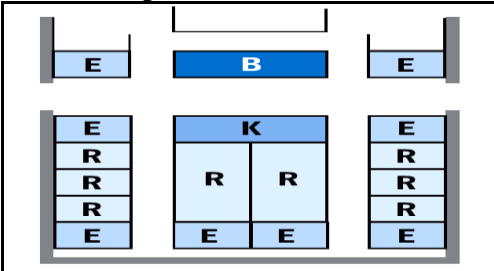
¹⁰⁷ an area where products can be shown, in a large public building at which people can buy things or get information (Cambridge Dictionaries Online).

A análise também foi feita com base nos ganchos terminológicos, retirados de seus contextos de uso.

5.3.2 Tipo de Estande

Apresentamos a seguir alguns dos tipos de estandes presentes em nosso glossário.

Iniciamos com a apresentação, no quadro abaixo, dos termos “estande” e *stand*:

Quadro 5.21: Termos estande e stand	
estande: Estrutura em que se materializa a participação da entidade e suas empresas numa feira. Os <u>tipos de estande</u> podem ser <u>definidos pela localização espacial no pavilhão</u> do evento. A localização isolada permite que o estande esteja em <u>contato com quatro corredores</u> e com o maior fluxo de pessoas, enquanto que os demais tipos se restringem a <u>três ou menos corredores</u>. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.	stand¹⁰⁸: The various types of trade fair stands are influenced by <u>the type of space allocation and access to the aisles</u>. Fonte: UFI: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix. Figura 5.2 – Tipos de estandes  (R) Row stand (E) Corner stand (K) End stand (B) Block stand
Ganchos terminológicos: localização espacial no pavilhão e contato com corredores ↔ type of space allocation and access to the aisles	

Como podemos observar, [localização espacial no pavilhão e contato com corredores ↔ type of space allocation and access to the aisles] são os ganchos terminológicos que comprovam a equivalência de sentido entre os termos “estande” e *stand*.

Abaixo trazemos outros exemplos de termos equivalentes, conforme pode ser observado através da análise de seus ganchos terminológicos destacados no texto e apresentados entre colchetes.

No quadro abaixo, temos os termos “estande de uma face” e *row stand*:

¹⁰⁸ stand (inglês britânico); booth (inglês americano).

Quadro 5.22: Termos estande de uma face e row stand

estande de uma face:

São estandes localizados entre dois outros, onde apenas uma face fica disponibilizada para acesso externo (frente de rua). Fonte: Giacaglia (2003, p. 73).

Figura 5.3

**row stand:**

This type of stand is usually positioned in a row of other stands, and is only accessible from one aisle. The dimensions of the open stand front are used to distinguish a narrow, deep stand from a wide stand which is less deep. Fonte: Successful Participation in Trade Fairs– Tips for Exhibitors.

linear booth (also called “in-line booth”):

An exhibit space with exhibit booths on either side and/or back. Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/Trade_show_display.

Ganchos terminológicos:

localizados entre dois outros ↔ positioned in a row of other stands
uma face disponibilizada para rua ↔ accessible from one aisle

Como podemos notar neste exemplo, [localizados entre dois outros ↔ positioned in a row of other stands], assim como [uma face disponibilizada para rua ↔ accessible from one aisle] são os ganchos terminológicos retirados de seus contextos de uso e trazem a equivalência de sentido entre “estande de uma face” e *row stand*.

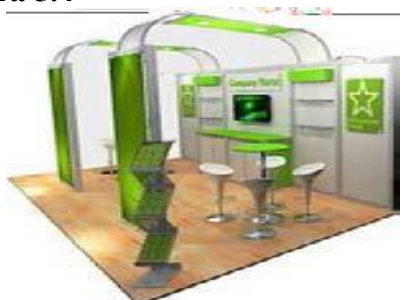
A seguir, apresentamos os termos “estande tipo península” e *peninsular booth*:

Quadro 5.23: Termos estande tipo península e peninsular booth

estande tipo península:

Posicionamento em que três faces do estande estão direcionadas para a rua, ou seja, a empresa dispõe de apenas uma lateral fechada com parede e três laterais abertas ao público. Fonte: Giacaglia (2003, p. 74).

Figura 5.4

**peninsula booth:**

Is an exhibit or area with aisles on three sides. A peninsula booth is 20'x20' or larger.

Fonte:

http://en.wikipedia.org/wiki/Trade_show_display

split-island booth (also called “peninsula booth”):

It shares a common back wall with another peninsula booth. Fonte:

http://en.wikipedia.org/wiki/Trade_show_display

end booth:

This booth at the end of a row is surrounded on three sides by aisles. It is qualitatively superior to the types mentioned before, as it appears more

	inviting and more representative if exploited properly. Fonte: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: três faces do estande estão direcionadas para a rua ↔ area with aisles on three sides	

Neste exemplo, também destacamos os ganchos terminológicos que revelam a equivalência de sentido entre “estande tipo península” e *peninsula booth*. Neste exemplo podemos afirmar que a aparência formal entre os termos facilitou a nossa análise de equivalência entre os termos.

No quadro abaixo, trazemos os termos “estande de esquina” e *corner stand*:

Quadro 5.24: Termos estande de esquina e corner stand	
estande de esquina: Apresenta <u>duas faces voltadas para ruas e duas voltadas para as costas de outros estandes vizinhos</u> . Fonte: Giacaglia (2003, p. 74). Figura 5.5 	corner stand: Is situated at the end of a row, and is <u>accessible from two sides</u> , from the aisle along the row and from the one perpendicular to it. <u>The rear part faces another corner stand</u> and the side is flanked by a neighbouring row stand. A corner stand has more sides accessible to the public, but the same overall area, and is therefore more effective than a stand situated in a row. Since a corner stand can be seen from two aisles, higher numbers of visitors can be expected. Fonte: Successful Participation in Trade Fairs –Tips for Exhibitors.
Ganchos terminológicos: duas faces voltadas para ruas ↔ accessible from two sides duas faces voltadas para as costas de outros estandes vizinhos ↔ the rear part faces another corner stand	

Como podemos observar neste exemplo, [duas faces voltadas para ruas ↔ accessible from two sides] e [duas faces voltadas para as costas de outros estandes vizinhos ↔ the rear part faces another corner stand] são os ganchos terminológicos que nos indicam que “estande de esquina” e *corner stand* têm equivalência de sentido.

A seguir, apresentamos os termos “estande ilha” e *island stand*:

Quadro 5.25: Termos estande ilha e island stand	
estande ilha: São estandes com espaço muito grande, <u>ocupa uma quadra inteira da planta</u>. É adequado para lançamento de produtos de grande porte como: carros, geladeiras etc. Fonte: Giacaglia (2003, p. 75). Figura 5.6 	island stand: <u>Is accessible</u> for visitors <u>from all sides</u> and attracts a great deal of attention due to the fact that it is completely isolated from all others stands. Fonte: Sucessful Participation in Trade Fairs – Tips for Exhibitors. block booth: The block booth is the most expensive type of booth. It requires more elaborate design, which is reflected in the higher costs for booth assembly and fitting. Fonte: The Role of Exhibitors in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: ocupa uma quadra inteira da planta ↔ is accessible from all sides	

Neste exemplo, como podemos ver através da leitura e análise dos contextos e dos ganchos terminológicos destacados [ocupa uma quadra inteira da planta ↔ is accessible from all sides], os termos “estande ilha” e *island stand* são equivalentes.

Na sequência, apresentamos os termos “estande com mezanino” e *two-storey stand*:

Quadro 5.26: Termos estande com mezanino e two-storey stand	
estande com mezanino: Somente serão admitidos <u>estandes com mezanino ou 2º piso</u> quando a área contratualmente locada for igual ou superior a 300m² e configurar ilha. Fonte: Manual do expositor MOVIMAT 2012. Figura 5.7 	two-storey stand: If you want to maximise your stand area, choose a two-storey construction. A <u>stand with two floors</u> is both impressive and functional. Fonte: The finish Fair Corporation.

Ganchos terminológicos:

estande com mezanino ou 2º piso ↔ stand with two floors

Da mesma maneira, neste exemplo, os ganchos terminológicos [estande com mezanino ou 2º piso ↔ stand with two floors] destacados nos contextos de uso, comprovam a equivalência de sentido entre “estande com mezanino” e *two-storey stand*.

Em nosso glossário apresentamos também os termos “estande de dois andares” e “estande com piso superior” como remissivos do termo preferencial “estande com mezanino”. E em inglês, trazemos também o termo *stand with two floors* como remissivo do termo preferencial *two-storey stand*.

Em seguida, apresentamos os termos “estande coletivo” e *collective stand*:

Quadro 5.27: Termos estande coletivo e collective stand	
estande coletivo: Mantendo contato com <u>diversos expositores que integram o estande</u>, Marco Kappel ouviu de todos a satisfação pelo volume de negócios realizados e a importância de integrarem o projeto colocado em prática pelo Sebrae/RS e pela Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (SDPI). Fonte: SEBRAE (RS) - Estande Coletivo RS já soma R\$ 8,7 milhões em negócios na Couromoda.	collective stand: <u>Co-exhibitors</u> at an exhibitor's stand or participants at a collective stand <u>are also considered as exhibitors</u> for statistical purposes if they exhibit their own goods employing their own personnel on the exhibitor's stand or at a common stand organised by a collective stand organiser and their autonomy can be undoubtedly recognized even without physical separation. Fonte: Euro Fair Statistics 2010.
Ganchos terminológicos:	
diversos expositores integram o estande ↔ co-exhibitors are considered as exhibitors	

Como nos mostra o exemplo acima e através da análise dos ganchos terminológicos sublinhados nos contextos de uso, podemos afirmar que os termos “estande coletivo” e *collective stand* têm equivalência de sentido.

No quadro a seguir, apresentamos os termos “estande vizinho” e *neighboring stand*:

Quadro 5.28: Termos estande vizinho e neighboring stand	
estande vizinho: Estas alturas são consideradas a partir do piso do pavilhão e os recuos a partir das <u>paredes divisórias dos estandes contíguos</u> . Fonte: Manual do Expositor Feiplar Composites & Feipur 2012.	neighboring stand: It is mandatory to build <u>dividing walls</u> at the limit of your stand area (but within it) <u>where it is contiguous with a neighboring stand</u> . Fonte: ABF 2011 Exhibitor Manual.
Ganchos terminológicos: paredes divisórias dos estandes contíguos ↔ dividing walls where it is contiguous with a neighboring stand	

De maneira similar, temos aqui mais um exemplo de equivalência entre termos, já que a observação e análise de [paredes divisórias dos estandes contíguos ↔ dividing wall where it is contiguous with a neighboring stand], nos revelam esta equivalência de sentido entre “estande vizinho” e *neighbouring stand*.

No quadro abaixo, apresentamos os termos “estande sustentável” e *green booth*:

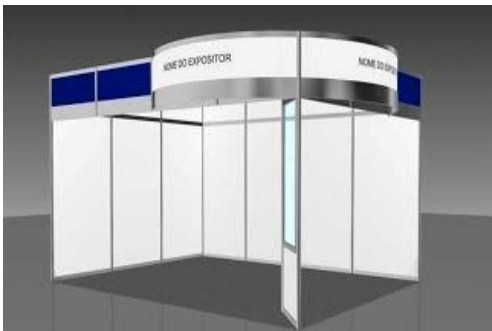
Quadro 5.29: Termos estande sustentável e green booth	
estande sustentável: (...) o maior evento brasileiro de valorização da arquitetura promocional terá, no lugar do estande verde, o destaque estande sustentável - uma menção honrosa ao estande que mais se adaptou aos preceitos de <u>responsabilidade ambiental</u> . Fonte: Revista Feira & Cia, edição n. 100.	green booth: <i>Contexto 1:</i> Trade show depends a lot on the <u>level of sustainability</u> offered by the host convention center. Trade Show Executive is spotlighting the green programs and facilities offered by three leading U.S. convention centers. Fonte: Trade Show Executive Magazine. <i>Contexto 2:</i> (...) it is cheaper to buy a green booth now than to buy a traditional one. Fonte: The Complete Idiot's Guide to Tradeshows.
Ganchos terminológicos: responsabilidade ambiental ↔ level of sustainability	

Figura 5.8



Como podemos visualizar, este exemplo traz os ganchos terminológicos sublinhados nos contextos de uso, os quais nos mostram que os termos “estande sustentável” e *green booth* são equivalentes.

Na sequência, apresentamos os termos “estande padrão” e *standard booth*:

Quadro 5.30: Termos estande padrão e standard booth	
estande padrão: São espaços pequenos e padronizados, sua <u>montagem é em sistema modular (Octanorm)</u>¹⁰⁹ de alumínio com <u>placas e painéis</u>, piso em forração tipo <u>carpete</u>, sem elevação, paredes com 2,20m de altura e a identificação do cliente em uma pequena testeira, com o nome da empresa. Fonte: Entenda os tipos de estande – Stand básico Figura 5.9 	standard booth: (Octanorm, Maxima) are <u>built with pre-built pannels</u> and fixed together <u>in a modular way</u>. They have very limited design possibilities. Octanorm is the most commonly used shell scheme and is used in exhibition venues around the world. Fonte: Custom Stand Construction - A visible difference.
Ganchos terminológicos: montagem é em sistema modular (octanorm) ↔ built with panels in a modular way	

Neste exemplo, trazemos os ganchos terminológicos [montagem é um sistema modular (octanorm) ↔ built with panels in a modular way] e deste modo, segundo a teoria de equivalência de Dubuc, podemos perceber que “estande padrão” e *standard booth* possuem equivalência de sentido.

A seguir, apresentamos os termos “estande construído” e *custom stand*:

¹⁰⁹ A empresa Octanorm foi fundada em 1969 por Hans Staeger, próximo a Stuttgart Alemanha. A concepção original do seu sistema de montagem foi um enorme passo ao encontro das necessidades da indústria de exposições. No Brasil a empresa surgiu em 1974 e em 1979, o arquiteto Horácio Camargo assumiu o controle e a administração da Octanorm Brasil.

Quadro 5.31: Termos estande construído e custom stand	
estande construído: Totalmente elaborado sem utilizar o sistema modular. Geralmente possuem paredes em marcenaria, pintadas ou revestidas com materiais semelhantes ao corvin. Podem ter <u>peças construídas em serralheria, madeira ou estruturas de Box truss</u>. Quando existe teto este também é feito de madeira revestido com vinil branco e leva o nome de teto bastidor. Suas <u>portas são do tipo Blindex</u> ou convencionais de madeira. Fonte: Noções básicas: 02 - tipos de estandes. Figura 5.10 	custom stand: They are made by hand of <u>wood, iron, glass</u> plexiglass, and are built usually based on the exhibitor's budget. Custom stands <u>allow unlimited design options</u>, very impressive stands can be <u>constructed</u> giving the exhibitor a unique eye-catching memorable presentation. Fonte: Custom Stand Construction - A visible difference.
Ganchos terminológicos: peças construídas em serralheria, madeira, porta tipo blindex ↔ constructed using wood, glass, iron	

Neste exemplo, apontamos os ganchos terminológicos em seus contextos de uso e observamos que eles são responsáveis pela equivalência de sentido entre “estande construído” e *custom stand*.

No quadro abaixo, trazemos os termos “montagem do estande” e *stand assembly*:

Quadro 5.32: Termos montagem do estande e stand assembly	
montagem do estande: Acompanhamento da <u>montagem do estande (ligação elétrica, água, telefone, mobília, letreiros, iluminação, decoração, fotografias, mostruários)</u>. Fonte: Orientações Básicas para Participação em Feiras Internacionais.	stand assembly: It is also important to observe all the stand assembly dimensions (height of the stand, distance between stands, profile of the stand), as well as the <u>technical specifications</u> (fire protection, safety regulations, <u>electricity, water, gas, compressed air, telecommunications</u>). Fonte: Successful Participation in Trade Fairs - Tips for Exhibitors.
Ganchos terminológicos: montagem do estande (ligação elétrica, água, telefone) ↔ technical specifications (electricity, water, telecommunications)	

Neste exemplo, mais uma vez, encontramos os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso que trazem a equivalência de sentido entre “montagem do estande” e *stand assembly*.

Como pudemos constatar através da análise dos ganchos terminológicos e de seus contextos de uso, os termos acima selecionados também têm equivalência total, já que possuem o mesmo sentido nas duas línguas estudadas.

Vale ressaltar que, em relação ao termo “montagem do estande”, temos algumas variações em inglês, sendo os termos *stand assembly*, *stand building*, *stand construction*, *stand installation* e *stand erection*. Para o termo “desmontagem do estande” temos no inglês os termos *stand disassembly* e *stand dismantling*.

No próximo item, apresentamos mais um galho de nosso sistema conceptual: o público. Este está subdividido em três grandes grupos: o expositor, a organizadora e o visitante. A seguir, faremos a análise de alguns termos relacionados a estes grupos através da observação dos ganchos terminológicos, presentes nos contextos de uso.

5.3.3 Público

Este galho está dividido em três subgrupos: o expositor, a organizadora e o visitante. Começaremos analisando o primeiro subgrupo, ou seja, o expositor.

Na grande maioria dos textos analisados, o termo “expositor” designa a empresa que participa e expõe seus produtos em feiras e exposições. Entretanto, a fundação Empreender, em seu seminário “Como participar de uma feira ou exposição” elaborado por José Maria Melim, considera como “expositor” o tipo de instalações, equipamentos ou acessórios utilizados para demonstrar o produto/serviço, tais como: vitrines, displays (suportes especiais para expor produtos), manequins, araras, microcomputadores, aparelhos de TV e quiosques multimídias.

Deste modo, podemos afirmar que, o termo “expositor” (aquele que expõe) e “expositor” (acessório utilizado para demonstrar um produto/serviço) são termos homônimos, ou seja, são termos que, simultaneamente, possuem a mesma grafia e a mesma pronúncia, porém possuem significados diferentes.

Vejamos a análise dos ganchos terminológicos:

Quadro 5.33 Termos expositor e exhibitor	
expositor: Ao participar de uma feira como visitante, o “candidato a expositor” pode conhecer o perfil do público e das empresas expositoras e visitantes, reunindo informações que permitam uma melhor avaliação dos custos X benefícios de uma <u>participação como expositor</u> . Fonte: Eventos Internacionais – SEBRAE/MG.	exhibitor: The driving motivations for <u>participation in a trade fair as an exhibitor</u> is the opportunity to showcase its products or services and reach a targeted audience. Fonte: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries.
Ganchos terminológicos: participação como expositor ↔ participation in a trade fair as an exhibitor	

Como podemos perceber através desse exemplo, os ganchos terminológicos, sublinhados em seus contextos de uso, demonstram que os termos “expositor” e *exhibitor* são equivalentes totais.

Da mesma maneira, os termos “co-expositor”, “coexpositor” e “co-exibidor” em português, possuem equivalência de sentido e de uso com os termos *sub-exhibitor* e *co-exhibitor*, em inglês.

No quadro abaixo, apresentamos os termos “co-expositor” e *co-exhibitor*:

Quadro 5.34: Termos co-expositor e co-exhibitor	
co-expositor: As empresas que participam como co-expositoras têm um custo consideravelmente menor no aluguel de espaço nas feiras e também <u>não precisam</u>	co-exhibitor: Is the entity <u>which presents its products/services on the main exhibitor’s stand</u> with its own staff. Fonte: Euro Fair Statistics 2010.

preocupar-se com montagem, desmontagem e decoração do estande. Fonte: Manual de Participação em Feiras Internacionais – Embratur.	
Ganchos terminológicos: não precisam se preocupar com montagem do estande ↔ presents its products on the main exhibitor's stand	

Neste exemplo, encontramos os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso que revelam a equivalência de sentido entre “co-expositor” e *co-exhibitor*.

A seguir, passamos à análise do segundo subgrupo, ou seja, a organizadora. Como exemplos de termos presentes dentro do subgrupo organizadora temos: “organizadora”, “promotora”, “montadora”, etc. Aqui faremos a análise de apenas um destes termos, ou seja, “organizadora”, conforme podemos visualizar no quadro abaixo:

Quadro 5.35: Termos organizadora e organizer	
organizadora: Após o término da feira, ainda <u>cabem algumas atividades importantes a organizadora</u>, como <u>acompanhamento da desmontagem do estande</u>, cadastramento dos cartões de visita recolhidos, junto com o <i>mailing</i> gerado a partir do coletor de dados, avaliação dos resultados obtidos com este evento, em confronto com os objetivos inicialmente propostos, divulgação destes resultados e agradecimento formalizado a todos os envolvidos direta ou indiretamente em qualquer etapa do processo. Fonte: A Participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional.	organizer: The organizers must anyhow be in a position to negotiate the terms of reference with the service providers, <u>coordinate and supervise the inputs and activities</u>. <u>Many activities will be in the hands of the organizers</u> who would need to assign sufficient and qualified manpower to the project. The organizer must have the knowhow and expertise in organizing and managing trade fairs. If this capacity is not available inhouse, a “manager” with a substantive professional background should be hired. Fonte: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries.
Ganchos terminológicos: cabem algumas atividades importantes a organizadora ↔ activities will be in the hands of the organizers acompanhamento da desmontagem do estande ↔ supervise the inputs and activities	

Como podemos observar neste exemplo, encontramos os ganchos terminológicos destacados (sublinhados) em seus contextos de uso que comprovam a equivalência de sentido entre “organizadora” e *organizer*.

O termo “organizadora” (*da feira*) encontra no inglês as versões com grafias /s/ *organiser* no inglês americano e com grafia /z/ *organizer* no inglês britânico.

Em seguida, faremos a análise do terceiro subgrupo, ou seja, o visitante. Aqui também faremos a análise de um único termo do subgrupo visitante, ou seja, o termo “consumidor”, como podemos verificar no quadro abaixo:

Quadro 5.36: Termos consumidor e consumer	
consumidor: Indivíduo que <u>compra bens ou serviços para consumo próprio</u> e/ou de terceiros. Fonte: Moreira (1999) – Dicionário de termos de marketing.	consumer: <i>Contexto 1:</i> person who <u>buys goods for consumption</u> . Fonte: The Dictionary of International Business Terms. <i>Contexto 2:</i> someone who buys and uses products and services. Fonte: Longman Dictionary of Contemporary English.
Ganchos terminológicos: <u>compra bens ou serviços para consumo próprio ↔ buys goods for consumption</u>	

Neste exemplo, destacamos os ganchos terminológicos nos contextos de uso [compra bens ou serviços para consumo próprio ↔ buys goods for consumption] que indicam a equivalência de sentido entre “consumidor” e *consumer*.

Vale mencionar que para o termo “consumidor final” temos os termos *end-user* e *end-consumer* em inglês.

A seguir, apresentamos outro galho do nosso sistema conceptual, e faremos a análise de um termo de cada um dos subgrupos, mostrando os ganchos terminológicos responsáveis por suas equivalências semântico-conceptuais.

5.3.4 Promoção e Marketing

Neste galho temos a divisão em três subgrupos: pré-feira, durante a feira e pós-feira. A seguir, apresentamos um termo pertencente a cada um dos três subgrupos.

No quadro abaixo, apresentamos os termos “convite” e *invitation*. Estes termos fazem parte do primeiro subgrupo, ou seja, pré-feira.

Quadro 5.37: Termos convite e invitation	
convite: <i>Contexto 1:</i> O visitante tem acesso a esses eventos promocionais pela compra de ingresso, <u>apresentação de convite fornecido pela própria empresa</u> promotora, por alguma empresa expositora. Fonte: A Participação em Feiras de Negócios como Importante Estratégia Organizacional. <i>Contexto 2:</i> Atividades pré-feira: envio de convite (telemarketing, mala direta, fax, Internet). Fonte: Celso Skrabe - Exposições, Feiras & Bons Negócios.	invitation: <i>Contexto 1:</i> Pre-show mailings no longer seem to be as effective as in the past. However, <u>you should always send an email invitation to customers and prospects</u>. Offer a reason for them to come to the booth, such as a show discount. Fonte: Trade Show Marketing Best Practices <i>Contexto 2:</i> a written or spoken request to someone, inviting them to go somewhere or do something. Fonte: Longman English Dictionary.
Ganchos terminológicos: apresentação de convite fornecido pela própria empresa ↔ send an email invitation to customers and prospects	

Como podemos verificar neste exemplo, os ganchos terminológicos sublinhados nos contextos de uso, são responsáveis pela equivalência de sentido entre “convite” e *invitation*.

A seguir, apresentamos os termos “brinde” e *giveaway*. Estes termos fazem parte do segundo subgrupo, ou seja, durante a feira, e podem ser visualizados no quadro a seguir:

Quadro 5.38: Termos brinde e giveaway	
brinde: <i>Contexto 1:</i> instrumento utilizado para <u>reforço de vendas</u>. Fonte: Moreira (1999) – Dicionário de termos de marketing. <i>Contexto 2:</i> Brindes podem ser distribuídos nas feiras, tais como <u>canetas</u>, abridores de cartas, <u>chaveiros</u>, bottons, etc. Esse tipo de brinde deve ter a estampa com o nome e a logomarca da empresa. Fonte: Manual de Orientação – Feiras no Exterior.	giveaway: When choosing a <u>promotional item</u>, such as a giveaway, think about the end user and the item's longevity. Choose items that can be used for an extended period of time. Some tried and true favorites are <u>pens</u> and pencils, post-it notes, <u>key-rings</u>, calendars, calculators, mouse pads, and computer screen cleaners. Fonte: Tips for Trade Show Success.
Ganchos terminológicos: reforço de vendas ↔ promotional item canetas, chaveiros ↔ pens, key-rings	

De maneira semelhante, apresentamos neste exemplo, os ganchos terminológicos encontrados que nos permitem afirmar que os termos “brinde” e *giveaway* são equivalentes.

Para o termo “brinde”, encontramos três equivalentes em inglês: *souvenir*, *giveaway* e *free gift*. Neste caso, temos um exemplo de estrangeirismo em (*souvenir*), um exemplo de variação morfosintática em (*give-a-way* e *give-away*) e um exemplo de variação lexical em (*free gift* e *giveaway*).

Apresentamos, ainda, o termo *display*, que significa o espaço dentro do estande onde os produtos são expostos para o público. Em inglês, temos duas variações: *display* (termo utilizado na Europa) e *exhibit* (termo utilizado nos Estados Unidos). Em português, também utilizamos o termo *display*. Temos assim, outro caso de estrangeirismo, conforme mencionado no item 1.8 da fundamentação teórica. O mesmo ocorre, por exemplo, com os termos *banner*, *marketing*, *poster*, *mailing*, *press release*, *merchandising*, *networking*, *staff*, *prospects*, etc. São exemplos de palavras estrangeiras que mantêm sua grafia original, ao serem incorporadas ao português.

Vejamos, abaixo, a análise dos ganchos terminológicos para o termo *display*:

Quadro 5.39: Termo <i>display</i>	
display: São <u>suportes especiais para expor produtos</u> . São construídos em formas e com materiais variados de acordo com o produto que se deseja destacar. Poderão ou não ser envidraçados, a exemplo das vitrines. Fonte: Como Participar de uma Feira ou Exposição - José Maria Melim.	display: Exhibitors should ensure that any <u>display is installed properly to support the product or marketing materials to be displayed</u> . Fonte: Exhibitor 2013 manual.
Ganchos terminológicos: suportes especiais para expor produtos ↔ is installed to support the product to be displayed	

Como podemos perceber, os ganchos terminológicos [suportes especiais para expor produtos ↔ is installed to support the product to be displayed], apresentados acima, trazem a equivalência de sentido entre “display” e *display*.

Cabe destacar que, em português, temos o termo “expositor” com o sentido de suporte utilizado para expor produtos em um estande. Entretanto, o termo *display* é mais utilizado no âmbito das feiras de negócios, nos *corpora* em português. Por esta razão, em nosso glossário, mantivemos o termo em inglês, ou seja, *display*.

Na sequência, apresentamos os termos “acompanhamento” e *follow-up*. Estes termos fazem parte do terceiro subgrupo, pós- feira, e podem ser analisados no quadro a seguir:

Quadro 5.40: Termos acompanhamento e follow-up	
acompanhamento: Ao voltar ao país é fundamental que a empresa mantenha sua imagem gravada na memória do comprador. Isso pode ser feito por meio do <u>acompanhamento das vendas</u> e seus resultados em curto e médio prazo. Fonte: Manual de Orientação – Feiras no Exterior.	follow-up: Consider sending several post show follow up items such as direct mail or email. A great item is a general thank you to those who visited your booth and a sorry we missed you type of message to those who weren't able to stop by. In any case, invite attendees to visit your website for more information; consider offering an incentive for <u>following-up with a sales-person</u> within a certain timeframe for more information about the company. Fonte: TradeShow Teacher's Tips and Tricks "From the Trade Show Trenches".
Ganchos terminológicos: acompanhamento das vendas ↔ following-up with a sales-person	

Neste exemplo, [acompanhamento das vendas ↔ following-up with a sales-person] são os ganchos terminológicos que demonstram a equivalência de sentido entre “acompanhamento” e *follow-up*.

Vale lembrar que o termo *follow-up* também é um caso de estrangeirismo, já que é largamente utilizado no português.

A seguir, apresentamos mais um galho de nosso sistema conceptual: local.

5.3.5 Local

Neste galho temos os termos, “centro de exposições”, “centro de convenções”, “expo center” e “pavilhão”. No quadro abaixo, apresentamos os termos “pavilhão” e *pavilion*:

Quadro 5.41: Termos pavilhão e pavilion	
pavilhão: <i>Contexto 1:</i> É proibido apoiar, amarrar ou pendurar qualquer componente do estande ou produtos expostos nas estruturas (eletro calhas, canos de água, hidrantes e dutos de ar-condicionado), paredes ou colunas do pavilhão, bem como pintar ou furar estes elementos. Fonte: Manual do Expositor FISA 2012. <i>Contexto 2:</i> <u>edifício</u>, provisório quase sempre, <u>em feiras e exposições</u>, no qual se exibem produtos e/ou as peculiaridades de um país. Fonte: Dicionário Aurélio.	pavilion: <i>Contexto 1:</i> <u>an exhibit hall at an exposition</u>. Fonte: Travel Industry Dictionary <i>Contexto 2:</i> a temporary building or tent which is used for public entertainment or exhibitions and is often large with a lot of space and light. Fonte: Longman Dictionary of Contemporary English.
Ganchos terminológicos: edifício em feiras e exposições ↔ exhibit hall at an exposition	

Neste exemplo, encontramos os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso que comprovam a equivalência de sentido entre “pavilhão” e *pavilion*.

O local onde acontece a feira é conhecido em português como pavilhão de exposições. No entanto, de acordo com o Calendário de feiras 2012 do SEBRAE, temos uma grande variedade de termos para designar este local, tais como: pavilhão de eventos, centro de convenções, centro de convenções e feiras, centro de convenções e eventos, centro de negócios, centro de eventos, centro de exposições, centro de exposições e eventos, parque de exposições, parque de eventos, parque internacional de exposições, parque estadual de exposições, parque de feiras e exposições, recinto de exposições e centro de feiras. Estes eventos também podem ocorrer em estacionamento, hotel, salão social, ginásio coberto, quadra coberta, palácio das convenções, campus de universidade, praça da matriz e *shopping center*. Em inglês, encontramos as variações *pavilion*, *fair centre*, *exhibition ground*, *fairground*, *show ground*, *expo center*, *expocenter*, *convention center*, *exhibition centre*, *exhibition center*, *exhibition hall*, *show hall*, *expo hall* e *venue*.

Em seguida, apresentamos os termos “corredor” e *aisle* que fazem parte de um subgrupo de pavilhão, que por sua vez, pertence ao galho local. Estes termos podem ser visualizados no quadro abaixo:

Quadro5.42: Termos corredor e aisle	
corredor: <i>Contexto 1:</i> Os tipos de estande podem ser definidos pela localização espacial no pavilhão do evento. A localização isolada permite que o <u>estande esteja em contato com quatro corredores</u> e com o maior fluxo de pessoas, enquanto que os demais tipos se restringem a <u>três ou menos corredores</u>. Fonte: Manual de Orientação Feiras no Exterior. Figura 5.11  O diagrama mostra um estande centralizado (Estande) em um pavilhão. O estande é representado por um retângulo centralizado. Ao redor do estande, há quatro corredores (Rua) que o rodeiam: um no topo, um na base, um à esquerda e um à direita. Cada corredor é rotulado 'Rua' em vermelho. Os espaços adjacentes ao estande são rotulados 'Vizinho' em cinza. O título 'Corredor: Rua' está no topo do diagrama.	aisle: <i>Contexto 1:</i> A corner booth is situated at the end of a row. It <u>provides access from two sides</u>, from the aisle along the row and from the one vertical to it. Fonte: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix. <i>Contexto 2:</i> The various types of trade fair booths are influenced by the type of space allocation and <u>access to the aisles</u>. Fonte: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.
Ganchos terminológicos: estande em contato com quatro, três ou menos corredores ↔ provides access from two sides	

Como nos mostra este exemplo, os termos “corredor” e *aisle*, são termos equivalentes, já que, a análise dos ganchos terminológicos (encontrados nos contextos), nos permite verificar a equivalência de sentido entre eles.

O termo *aisle* corresponde ao termo “corredor” ou “rua” em português. Temos ainda o termo *corridor* que é menos utilizado do que o termo *aisle* nos textos sobre feiras. Para “corredor”, temos em inglês: *aisle*, *corridor*, *gangway* e *walkway*. Temos aqui, mais um caso de variação lexical na língua inglesa.

Até agora, mostramos exemplos de termos que, após a análise de seus descritores ou ganchos terminológicos e de seus contextos de uso, apresentam equivalência semântico-

conceptual total. No próximo item, trazemos alguns exemplos de termos equivalentes parciais.

5.4 Termos Equivalentes Parciais

A seguir, mostraremos exemplos de termos que, por serem utilizados em contextos diferentes e não possuírem equivalência total de sentido, são considerados *termos correspondentes*, ou *equivalentes parciais*.

Para o termo “cliente”, temos os termos *customer* e *client* em inglês, conforme pesquisa nos dicionários *online* listados abaixo:

1. De acordo com glossário *Online Business Glossary*, estes termos significam:
 - *customer*: buyer of a product or service (comprador de um produto ou serviço);
 - *client*: person, company, or organization who uses the professional services of another (pessoa, empresa ou organização que utiliza os serviços profissionais de outra).
2. Segundo o *Longman English Dictionary Online*, temos:
 - A *customer* is someone who buys something from a particular shop;
 - A *client* is someone who pays for a service.
3. De acordo com o *Cambridge Dictionaries Online*, temos:
 - *customer*: a person who buys goods or a service;
 - *client*: someone who receives services.
4. Segundo o *Oxford Dictionaries*, temos:
 - *customer*: A person who buys goods or services from a shop or business;
 - *client*: A person or organization using the services of a lawyer or other professional person or company.

Como podemos perceber, o termo “cliente” em português não faz esta distinção entre “aquele que compra um produto” e “aquele que utiliza um serviço”, como acontece no inglês.

Assim, do ponto de vista da língua inglesa, os termos *customer* e *client* são correspondentes ou equivalentes parciais do termo “cliente” em português, pois possuem sentidos e usos diferentes em inglês.

Vale mencionar também que o termo “freguês” em português, tem o mesmo sentido do termo *customer* em inglês, ou seja, trata-se de um comprador de um produto ou serviço. Entretanto, o termo “freguês” não possui o sentido de “cliente”, ou seja, de uma pessoa, empresa ou organização que utiliza os serviços profissionais de outra. O termo “freguês” é mais utilizado em feiras de rua, de bairro. Ao passo que, em feiras de negócios, se utiliza o termo “cliente” para se referir ao comprador de um produto ou serviço.

Assim, temos:

Partindo do português:	Partindo do inglês:
freguês $\Rightarrow$ customer	customer $\Rightarrow$ cliente/freguês
cliente $\Rightarrow$ customer/client	client $\Rightarrow$ cliente

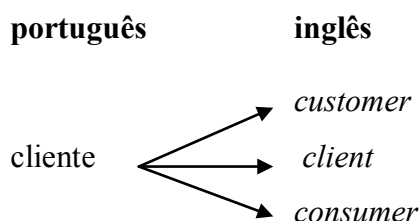
É importante mencionar, ainda, o termo “consumidor”. Fizemos as buscas em alguns dicionários *online* e transcrevemos abaixo:

1. *Online Business Glossary*: *consumer* - ultimate user of a product or service;
2. *Longman English Dictionary Online*: *consumer* is anyone who pays for goods and services. This word is used especially when you are talking about people's rights;
3. *Cambridge dictionaries Online*: *consumer* - a person who buys goods or services for their own use;
4. *Oxford dictionaries*: *consumer* – a person who purchases goods and services for personal use.

Mostramos no quadro abaixo as diferenças entre as duas línguas:

Quadro 5.43: Termos cliente, customer e cliente	
cliente: <i>Contexto 1:</i> (...) avaliar o tipo de abordagem realizada a cada <u>cliente que visita o estande</u>, o que pode recomendar mudanças imediatas ou estar presente no relatório final da feira. Fonte: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores. <i>Contexto 2:</i> A primeira regra a ser observada é que um estande deve estar completo e a postos durante todo o tempo, do instante da abertura ao instante final da feira. Nunca se sabe quando aquele <u>cliente especial</u> vai aparecer. Aliás, minha experiência mostra que ele - provavelmente um <u>veterano frequentador de feiras</u> - irá aparecer fora dos momentos de maior afluência de visitantes. Fonte: Celso Skrabe - Exposições, Feiras & Bons Negócios.	1. customer <i>Contexto 1:</i> Information research indicates there will be 80 <u>current customers at the show</u>; you set a goal of seeing 75 percent of them. Fonte: How to Get the Most out of Trade Shows. <i>Contexto 2:</i> someone who buys goods or services from a shop, company etc. Fonte: Longman Dictionary of Contemporary English. 2. client: In field sales, you go to the client; in <u>trade show sales, the client comes to you</u>. Fonte: How to Get the Most out of Trade Shows. 3. consumer: Different media require different kinds of reports. Whereas the trade press is more interested in technical solutions, the daily press is more interested in the <u>economic aspects of the product or its benefits for the customer or consumer</u>. Fonte: Successful Participation in Trade Fairs - Tips for Exhibitors.
Ganchos terminológicos: Cliente que visita o estande; veterano frequentador de feira ↔ in trade shows the client comes to you	

Deste modo, verificamos que o termo *consumer*, além de significar “consumidor” em português, também, se refere àquele que compra um produto ou serviço, ou seja, tem também o sentido de cliente. Portanto, podemos concluir que para o termo “cliente”, temos em inglês:



O mesmo ocorre com o termo em português “aluguel” que corresponde aos termos *rental* e *lease* em inglês, com diferenças de uso e conseqüentemente de sentido. A seguir, apresentamos as pesquisas realizadas para os termos *rent* e *lease*, de acordo com alguns dicionários listados abaixo:

- *rent*: a charge for the use of space;
- *lease*: contract granting use of real estate, equipment, or other fixed assets for a specified time in exchange for payment.

2 *Longman English Dictionary Online*:

- *rent*: is used to talk about paying to live in or use a building that is owned by someone else. In British English, you can use rent or hire.
- *lease*: is used to talk about renting buildings, cars, or equipment over a long period of time, especially for business use;

3 *Cambridge dictionaries Online*:

- *rent*: a fixed amount of money that you pay for the use of a room, house, car, television, etc., that someone else owns;
- *lease*: to make a legal agreement by which money is paid in order to use land, a building, a vehicle, or a piece of equipment for an agreed period of time.

4 *Oxford dictionaries*:

- *rent*: a tenant's payment to a landlord for the use of property or land;
- *lease*: a contract by which one party conveys land, property, services, etc. to another for a specified time, usually in return for a periodic payment.

Como podemos observar, nos quatros dicionários, o termo *lease* traz a ideia de tempo, ou seja, de contrato de aluguel por um período de tempo determinado, conforme destacamos nas definições acima.

Mostramos no quadro abaixo as diferenças entres as duas línguas:

Quadro 5.44: Termos aluguel, rental e lease	
aluguel Basicamente, <u>os custos envolvidos em uma feira internacional</u> são os seguintes: registro	1. rental: The most important income generator of a trade fair is the registration fee of exhibitors,

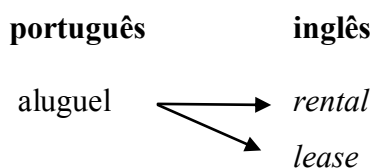
(no catálogo oficial da feira), <u>estande</u> (<u>aluguel</u>, custo de instalação, acessórios e limpeza) e promoção (passagem aérea, hotel, refeições, locomoção, pessoal contratado). Fonte: Exportação Passo a Passo – MRE 2011.	which includes the <u>rental of the booths</u>. The <u>fee for the built-up booth rental is normally established in 1m²</u>, and the basic standard size is 9 m² (3 x 3 m). Fonte: Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide to Developing Countries. 2.lease: For companies <u>participating in a trade fair for the first time, renting a stand</u> is the most obvious solution. If the company has enough experienced personnel available, and intends to <u>use trade fairs as part of its marketing mix on a consistent basis, it is worth considering</u> other options such as purchase or <u>lease</u>. Fonte: Successful Participation in Trade Fairs - Tips for Exhibitors
Ganchos terminológicos: custos envolvidos em uma feira (aluguel de estande) ↔ fee for the booth rental is established in 1 m².	

Como pode ser observado nos contextos de uso acima, temos:

1. “participating in a trade fair for the first time, renting a stand is the most obvious solution”;
2. “to use trade fairs as part of its marketing mix on a consistent basis, it is worth considering other options such as purchase or lease”.

Desta maneira, enquanto em português utilizamos o termo “aluguel” para se referir a aluguel de estande, em inglês temos que considerar se estamos alugando o estande pela primeira vez, para utilizar uma única vez, neste caso, utilizamos o termo *rent*, ou se estamos alugando o estande por um período de tempo, para utilizar mais de uma vez, neste caso, utilizamos o termo *lease*.

Assim temos:



Como podemos observar, os termos acima relacionados são correspondentes de acordo com a teoria de Dubuc, já que o termo da LC recobre apenas parcialmente o campo da

significação do termo da LP, ou vice-versa, e em consequência, possuem diferentes usos e aparecem em contextos diferentes.

Acreditamos que esses exemplos de equivalentes totais e equivalentes parciais sejam suficientes para apresentar nosso método de análise, ou seja, de que forma procedemos à classificação das equivalências entre os dois idiomas pesquisados. Como vimos, a busca de contextos é muito importante na pesquisa terminológica bilíngue, pois assegura a correspondência ou não de sentido entre as línguas em uso. Cabe ressaltar que, dentre os termos de nosso glossário, não tivemos nenhum exemplo de termo com ausência de equivalência em inglês.

Durante as nossas buscas dos termos fundamentais do setor feirístico, percebemos que muitos dos termos encontrados possuem variantes. Deste modo, trazemos, a seguir, a análise de algumas das variantes encontradas para o conjunto terminológico das feiras de negócios.

5.5 Análise das Variantes do Conjunto Terminológico das Feiras de Negócios

Neste item, analisamos as variantes terminológicas do domínio das feiras de negócios classificadas, de acordo com Faulstich (1998, 2001), em dois grupos: variantes linguísticas (fonológicas, morfológicas, sintáticas, lexicais e gráficas) e variantes de registro (geográficas, de discurso e temporais).

5.5.1 Variantes Linguísticas

No conjunto terminológico das feiras de negócios, encontramos variantes linguísticas lexicais, gráficas, morfológicas e sintáticas.

De acordo com Faulstich (2001), constitui-se variante lexical a ocorrência de substituição de um dos elementos por outro de igual valor nos mesmos contextos. A seguir, apresentamos os quadros com algumas variantes lexicais em inglês e em português:

Quadro 5.45: Variantes lexicais em inglês

after the fair	post-fair
audio visual equipment	audio visual needs
basic stand	basic booth
before the show	pre-show
business visitor	trade visitor
carpet	floor covering
co-exhibitor	co-participant
customer	client
discussion room	discussion area
dividing wall	sharing wall
domestic exhibitor	national exhibitor
during the show	during the fair
elevated floor	raised floor
exhibition ground	fair ground
fairground layout	fairground plan
food court	food concession
green booth	sustainable stand
joint stand	shared stand
lateral elevation	side elevation
medical station	medical centre
period of assembly	time of assembly
post-show	after the show
press kit	media kit
press office	press room
product	goods
rental	lease
show regulation	show rule
show team	show worker
staff	personnel
stand staff	booth worker
term of payment	condition of payment
ticket office	ticket point
traffic flow	foot traffic
two-storey stand	double-deck stand
venue	facility
water supply	water service

Quadro 5.46: Variantes lexicais em português

aluguel de estande	locação de estande
antes da feira	pré-feira
após a feira	depois da feira
área de carga	setor de carga
área de circulação	via de circulação
co-expositor	co-exibidor
expositor de chão	display de chão
lista de preço	tabela de preço
locação de estande	locação de espaço
manual do expositor	guia do expositor
mapa da feira	planta da feira

portão de entrada	portão de acesso
rua secundária	rua transversal

Assim, conforme podemos verificar nos quadros acima, as variantes lexicais em inglês foram mais representativas em nossa pesquisa.

Depois das variantes lexicais, procedemos à análise das variantes gráficas. Para Faulstich, as variantes gráficas são aquelas que “se apresentam sob forma gráfica diversificada, de acordo com as convenções da língua” (FAULSTICH, 2001, p. 28). A seguir, apresentamos os quadros com algumas variantes gráficas em inglês e em português:

Quadro 5.47: Variantes gráficas em inglês

at-show	at show; at the show
audiovisual	audio visual; audio-visual; audio/visual
catalogue	catalog
co-exhibitor	coexhibitor
exhibition center	exhibition centre
expocenter	expo center
fairground	fair ground
floor plan	floorplan
give-aways	giveaways
post-show	postshow
pre-show	preshow
sales representative	sales rep
staff	staffer
tradeshow	trade show

Quadro 5.48: Variantes gráficas em português

após a feira	pós-feira
co-expositor	coexpositor
serviço de bufê	serviço de buffet

Deste modo, podemos constatar que as variantes gráficas em inglês também foram mais representativas em nossa pesquisa.

Após a análise das variantes gráficas, procedemos a identificação das variantes morfológicas. Para Faulstich, esta variante é “a que apresenta alternância de estrutura de

ordem morfológica na constituição do termo, sem que o conceito se altere” (FAULSTICH, 2001, p. 28). A seguir, apresentamos o quadro com algumas variantes morfológicas em inglês encontradas em nossa pesquisa:

Quadro 5.49: Variantes morfológicas em inglês

car park	car parking
carpet	carpeting
direct sale	direct selling
entry ticket	entrance ticket
furniture	furnishing
period of assembly	period of assembling
stand disassembly	stand disassembling
stand furniture	stand furnishing
time of assembly	time of assembling

Como podemos observar, encontramos alguns exemplos de variantes morfológicas em inglês. Entretanto, não encontramos variantes morfológicas em português nos *corpora* pesquisados para o domínio das feiras de negócios.

Por fim, analisamos as variantes sintáticas, as quais Faulstich denomina como “aquelas em que há a substituição de uma parte do item lexical por outro com estrutura semelhante, formando uma mesma unidade terminológica” (FAULSTICH, 2001, p. 28). Tais unidades terminológicas são usadas para se evitar a repetição de uma ou de outra forma, como elementos de coesão textual. A seguir, apresentamos os quadros com algumas variantes sintáticas em inglês e em português encontradas em nossa pesquisa:

Quadro 5.50: Variantes sintáticas em inglês

show opening	opening of the show
stand assembling	assembling of the stand
stand construction	construction of the stand
stand decoration	decoration of the stand
stand dismantling	dismantling of the stand
stand erection	erection of the stand
stand type	type of stand
stand's project	the project of the stand
trade fair theme	theme of the trade fair
pavilion entrance	the entrance of the pavilion

Quadro 5.51: Variantes sintáticas em português

área de exposição	área expositiva
feira de comércio	feira comercial

Como podemos ver, através da análise dos quadros acima, tivemos mais variantes sintáticas em inglês do que em português, para o conjunto terminológico das feiras de negócios.

Assim, podemos afirmar que as variantes lexicais são as que têm maior produtividade no conjunto terminológico estudado, seguidas das variantes gráficas, sintáticas e morfológicas.

5.5.2 Variantes de Registro

Dentre as variantes de registro, temos, segundo Faulstich, as variantes de discurso, temporal e geográficas. Em nossa pesquisa, encontramos somente as variantes geográficas, dentre as variantes de registro. Para Faulstich (2001), as variantes geográficas são “formas diferentes, mas com o mesmo significado, em decorrência do uso em diferentes regiões em que se fala a mesma língua” (FAULSTICH, 2001, p. 29). Apresentamos, a seguir, algumas das variantes geográficas encontradas no decorrer deste trabalho:

Quadro 5.52: Variantes geográficas entre o inglês americano e o inglês britânico

American English	European English
tradeshow	trade fair
exhibition	exposition
conference	congresso
hall	exhibition centre
booth	stand
booth number	stand-number
inline booth	linear stand
corner booth	corner stand
exhibit	display
aisles	gangways
installation	build up
column	pillar

Este tipo de variação é muito comum na língua inglesa. Este fato não ocorre somente no setor das feiras de negócios. As diferenças entre o inglês britânico e o inglês americano podem ser observadas em diversas áreas do conhecimento.

O terceiro tipo de variante terminológica, proposto por Faulstich, é a variante competitiva. Esta relaciona significados entre itens lexicais de línguas diferentes, os estrangeirismos ou os empréstimos. Os estrangeirismos permanecem em sua forma gráfica original e os empréstimos ocorrem por meio de decalques ou adaptação à forma da língua receptora. A seguir, apresentamos também, alguns casos de estrangeirismos presentes no domínio das feiras de negócios:

Quadro 5.53: Exemplos de estrangeirismos

banner	display	marketing
poster	mailing	press release
merchandising	networking	prospect
follow-up	souvenir	press kit

Vale mencionar que, é muito comum encontrar termos em inglês, nos *corpora* especializados sobre feiras de negócios em português.

5.6 Análise da Estrutura Morfossintática e Léxico-Semântica dos Termos

De acordo com Barros (2004), os termos podem ser simples, complexos e compostos, conforme apresentamos no item 1.1.2 da fundamentação teórica.

No que diz respeito aos termos em língua portuguesa (termos preferenciais e remissivos), encontramos 73 termos simples, 168 termos complexos e 10 termos compostos no conjunto terminológico das feiras de negócios em português, conforme pode ser visualizado no gráfico de colunas abaixo:

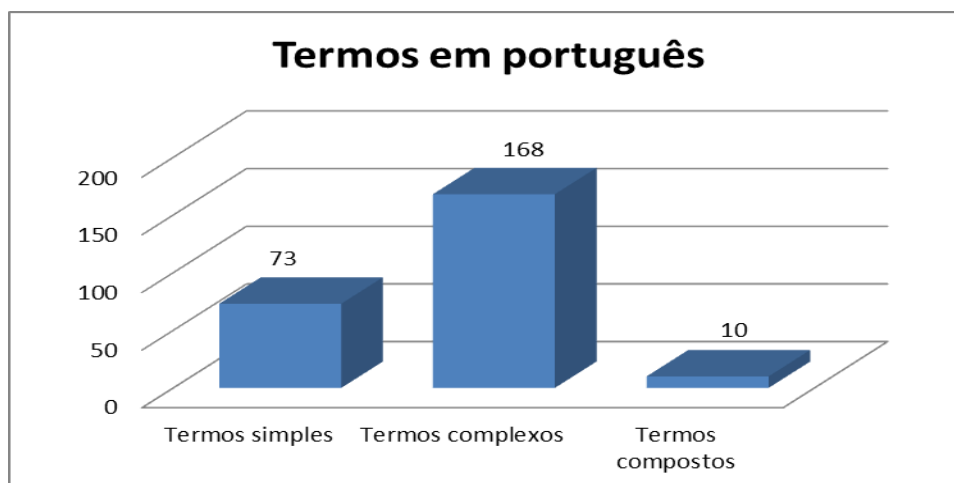


Gráfico 1: Termos em português

Seguem abaixo alguns exemplos de termos simples, complexos e compostos em português:

Quadro 5.54: Exemplos de termos simples, complexos e compostos em português

termos simples	termos complexos	termos compostos
feira	feira nacional	co-expositor
expositor	feira internacional	estande semi-aberto
pavilhão	estande ilha	pós-feira
estande	estande tipo península	pré-feira
exposição	cliente potencial	público-alvo

No que diz respeito aos termos em língua inglesa (termos preferenciais e remissivos) encontramos 85 termos simples, 166 termos complexos e 24 termos compostos no conjunto terminológico das feiras de negócios em inglês, conforme como pode ser visualizado no gráfico de colunas abaixo:

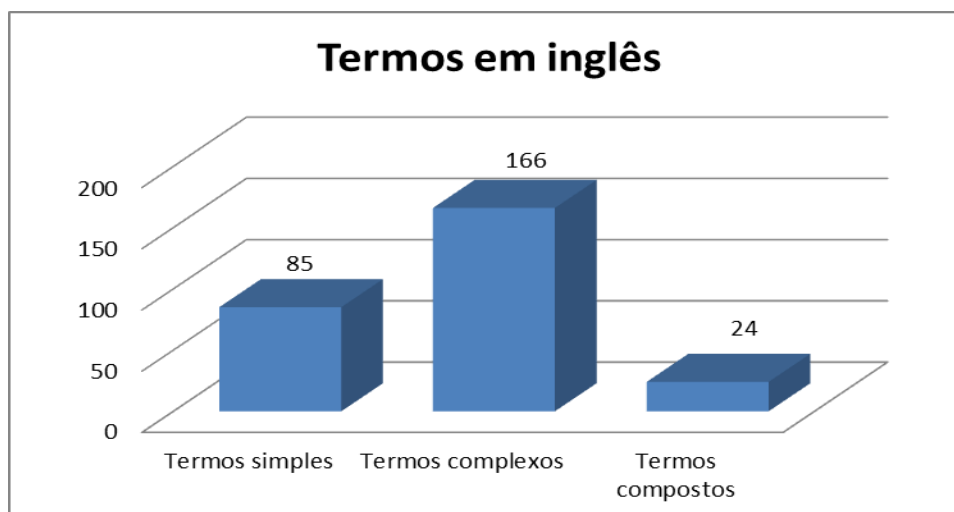


Gráfico 2: Termos em inglês

Seguem abaixo alguns exemplos de termos simples, complexos e compostos em inglês:

Quadro 5.55: Exemplos de termos simples, complexos e compostos em inglês

termos simples	termos complexos	termos compostos
fair	national trade fair	co-exhibitor
exhibitor	international trade fair	multi-sector fair
pavilion	island stand	split-island booth
stand	peninsula booth	pre-fair
exhibition	potential client	two-storey stand

Assim, podemos afirmar que os termos complexos são mais frequentes no conjunto terminológico das feiras de negócios. Esta é uma característica comum às línguas de especialidade. No próximo item, apresentamos as considerações finais de nosso trabalho de pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta pesquisa foi analisar a terminologia bilíngue do setor feirístico, tendo como objetivo específico a compilação de um glossário bilíngue português-inglês/inglês-português para o uso de profissionais do setor, pesquisadores e estudantes das áreas de comércio exterior e relações internacionais e tradutores.

Fizemos um estudo aprofundado do setor das feiras de negócios nas duas línguas, através da leitura de livros e revistas especializados, estudos de mercado das feiras, análise de diversos guias e manuais do expositor, documentos estes, indispensáveis para a participação de uma empresa em uma feira nacional ou internacional.

Os termos presentes em nosso glossário foram coletados por meio de *software* para processamento de *corpora* e foram organizados em sistemas nocionais. Em seguida, procedemos ao preenchimento das fichas terminológicas com o auxílio da ferramenta *Access* 2010. Esta foi a fase que demandou maior tempo e dedicação. Nesta parte do trabalho, fizemos a delimitação dos contextos de ocorrência dos termos, o que contribuiu para o levantamento dos traços conceptuais por eles recobertos. De fato, esta foi uma etapa muito enriquecedora, pois ao pesquisar sobre um determinado termo, ao analisar os seus contextos, ao fazer o levantamento dos seus ganchos terminológicos, descobrimos muitos outros dados também relevantes para a nossa pesquisa.

A procura pelos equivalentes foi a tarefa de maior complexidade de nossa pesquisa. Foi preciso analisar cada termo em português em seus contextos de uso, levantar possíveis equivalentes em inglês e, em seguida, identificar os ganchos terminológicos presentes nestes contextos de uso retirados de nossos *corpora* especializados e que atestavam o grau de equivalência entre eles.

Deste modo, o estabelecimento das equivalências entre os termos foi realizado por meio de rigorosa análise comparativa do conteúdo semântico-conceitual das unidades terminológicas levantadas em português e em inglês, em seus contextos de uso.

É importante mencionar, dentre os aspectos linguísticos analisados, a questão da não univocidade linguística, muito presente no domínio das feiras de negócios. Neste sentido, para um termo em português, encontramos, por exemplo, cinco termos em inglês, como em “montagem de estande” e seus equivalentes em inglês: *stand assembly*, *stand construction*, *stand building*, *stand installation* e *stand erection*. O mesmo aconteceu com o termo “brinde”, para o qual encontramos os termos *giveaway*, *souvenir* e *free gift* em inglês.

Encontramos, também, casos em que, para dois termos em inglês, tivemos, em português, três termos, como por exemplo, em *two-storey stand* e *stand with two floors* e estande com mezanino, estande de dois andares e estande com piso superior.

Em nossa pesquisa, coletamos 526 termos, sendo 251 termos em português e 275 termos em inglês. Em língua portuguesa, 211 são termos preferenciais e representam 84% do total e 40 são termos remissivos e representam 16% do total, como podemos observar no gráfico de pizza abaixo:

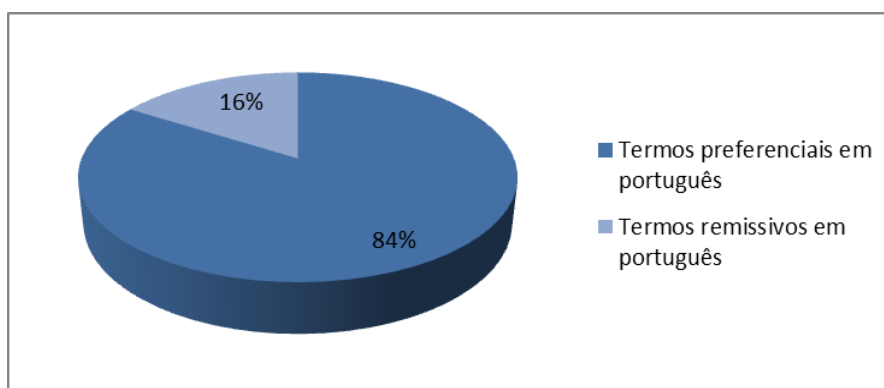


Gráfico 3: Termos preferenciais e remissivos em português

Em língua inglesa, temos 275 termos. Destes, 211 são termos preferenciais e representam 77% do total e 64 são termos remissivos e representam 23% do total, como podemos observar no gráfico de pizza a seguir:

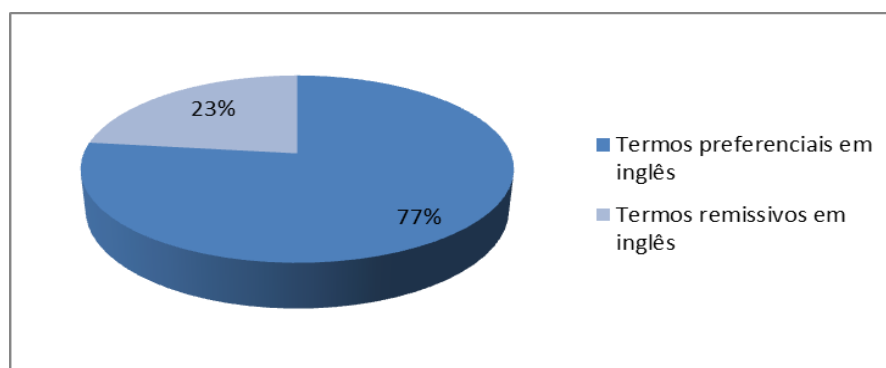


Gráfico 4: Termos preferenciais e remissivos em inglês

Cabe ressaltar que, existe uma amplitude maior em língua inglesa quando se fala em feiras de negócios. Isso explica o fato de que em inglês, temos 24 termos remissivos a mais em relação a quantidade de termos remissivos em português, o que representa 63% do total de termos remissivos de nosso glossário, conforme podemos visualizar no gráfico de colunas a seguir:

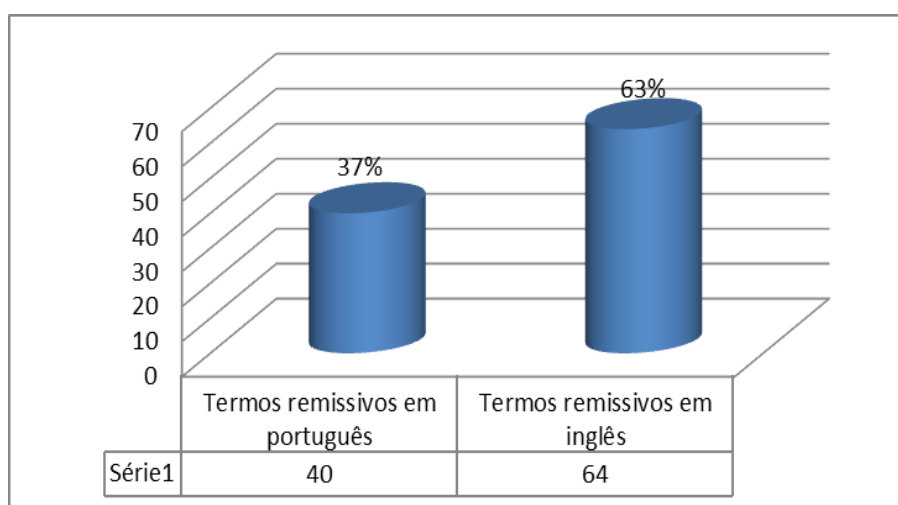


Gráfico 5: Total de termos remissivos

Constatamos, também, relações de quase-sinonímia entre os termos através da análise das variantes em nível lexical, ortográfico, morfológico e sintático. Vale destacar que, as variantes que tiveram maior produtividade em nosso trabalho foram as variantes lexicais, seguidas das variantes ortográficas.

Após a análise dos termos fundamentais do setor feirístico, verificamos que a grande maioria deles são termos sintagmáticos, constituídos de mais de um radical, ou seja, são termos complexos. Dos 251 termos em português, encontramos 168 termos complexos, o que representa 67% do total e, dos 275 termos em inglês, encontramos 166 termos complexos, o que representa, 60% do total. Esse resultado reflete uma característica predominante de uma área de especialidade, neste caso, o domínio das feiras de negócios e reafirma a opinião de Barros (2004), de que no discurso científico e especializado, a produtividade discursiva exprime-se em grande parte pela criação de termos complexos.

Em relação aos tipos de equivalências, dos 211 termos preferenciais em inglês, ocorreram 206 casos de equivalência total e 5 casos de equivalência parcial, como pode ser visualizado no gráfico de colunas abaixo:

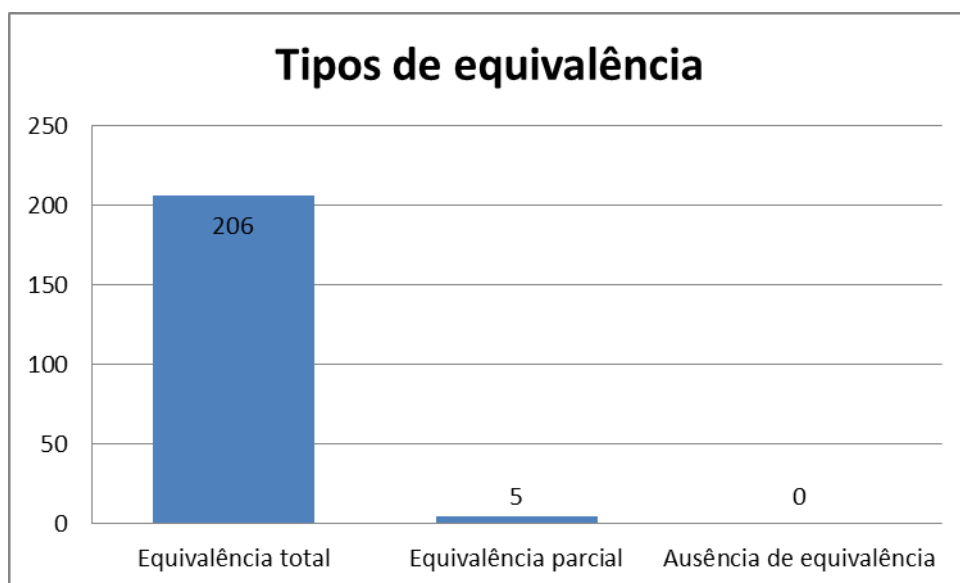


Gráfico 6: Tipos de equivalências

Em nossa pesquisa, não tivemos casos de ausência de equivalência em inglês, para os termos pesquisados em português. Este fato já era esperado, principalmente porque o setor das feiras trata-se de uma atividade internacional, e sendo o inglês a língua do mundo dos negócios, é fácil entender o motivo pelo qual encontramos os equivalentes totais e parciais em inglês para o conjunto terminológico das feiras, em português. Isso se deve, também, à participação ativa do Brasil em feiras de negócios internacionais, como uma estratégia do processo de internacionalização de empresas, bem como uma maneira de aumentar as vendas e fazer com que a marca torne-se globalizada.

Tendo em vista a importância da participação das empresas em promoções comerciais no exterior, acreditamos que nosso glossário dos termos fundamentais do setor feirístico será de grande ajuda para os profissionais da área, estudantes e tradutores.

Vale destacar a importância do tratamento da terminologia própria de setores da economia para o desempenho da indústria e do comércio. Algumas empresas brasileiras já estão adotando medidas de controle terminológico monolíngue, bilíngue ou multilíngue.

Pretendemos, portanto, com esta pesquisa, contribuir para a padronização da terminologia do domínio das feiras, no sentido de reduzir as falhas de comunicação, evitar ambiguidades e facilitar os processos de preparação, participação e pós-feira.

Cabe ressaltar que, ao frequentar as feiras de negócios para coletar os dados e conversar com os expositores, todos se mostraram muito interessados em conhecer este glossário ao final da pesquisa e afirmaram que esta é uma iniciativa que irá contribuir bastante para o setor, uma vez que, até o momento, não temos disponível no mercado, um glossário bilíngue português-inglês/inglês-português dos termos fundamentais do setor feirístico.

Fizemos a análise de 526 termos, considerando que a proposta era a confecção de um glossário dos termos *fundamentais* do setor feirístico. Entretanto, considerando a riqueza e abrangência do universo das feiras de negócios, pretendemos expandir esta pesquisa

terminológica do domínio das feiras e elaborar um dicionário multilíngue (português, inglês, francês, italiano) dos termos fundamentais do setor feirístico. Este é um projeto de pesquisa para o doutorado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMS, Rhonda; BOZDECH, Betsy. *Trade shows in a day, get it done, get it fast*. Palo Alto, Calif.: The Planning Shop, 2006.

A internacionalização da empresa brasileira: a literatura e alguns fatos estilizados. Disponível em: <http://www.pucsp.br/eitt/downloads/iv_ciclo/ArtXavierTuolla.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2011.

ALBUQUERQUE, Y. J. D. M. & CERCEAU, R. *Controle Terminológico numa Indústria Siderúrgica: O Caso da Companhia Siderúrgica Nacional*. Terminômetro, Paris, 3:33-5, 1998.

ALPÍZAR-CASTILLO, Rodolfo. *Como Hacer um Dicionário Científico-Técnico?* Buenos Aires: Editorial Memphis, 1997.

_____. *Como Hacer um Dicionário Científico-Técnico?* La Habana: Félix Varela, 1995.

ALVES, Ieda Maria. *A constituição da normalização terminológica no Brasil*. São Paulo: FFLCH/CITRAT, 1996. (Cadernos de terminologia, 1).

Apex-Brasil. Disponível em <<http://www.apexbrasil.com.br>>. Acesso em 03 jan. 2014.

Aprendendo a Exportar. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/sistemas_web/aprendex/default/index/conteudo/id/2>. Acesso em 29 jan. 2014.

Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (ABINEE). Disponível em <<http://www.abinee.org.br>>. Acesso em 10 jul. 2011.

AUBERT, Francis. Henrik. *Introdução à Metodologia da Pesquisa Terminológica Bilingue*. São Paulo, Humanitas Publicações-FFLCH/USP, 1996 (Cadernos de Terminologia, 2).

AUGER, Pierre; ROUSSEAU, Louis-Jean. *Métodologie de la recherche terminologique*. Québec: Office de la Langue Française, 1978.

A utilidade da gestão de projetos na internacionalização de empresas. Disponível em: <http://www.cedin.com.br/revistaeletronica/volume4/arquivos_pdf/sumario/art_v4_II.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2011.

AZ8 Displays. Disponível em: <<http://www.az8.com.br/painel-pantografico.php>>. Acesso em 23 jun. 2013.

BABINI, Maurizio. *Do conceito à Palavra: os Dicionários Onomasiológicos*. São Paulo: Ciência e Cultura, abr./jun. 2006, vol. 58, no. 2, p. 38-41.

_____. *Onomasiologie et dictionnaires onomasiologiques*. São José do Rio Preto: Beatriz, 2001a.

_____. *Proposition d'un nouveau modele de dictionnaire terminologique onomasiologique*. São José do Rio Preto. Beatriz, 2001b.

BAKER, M. (1995). *Corpora in translation studies: And overview and some suggestions for future research*. Target, 7, 223-243.

BALDINGER, Kurt. *Teoría semántica: hacia una semántica moderna*. Madrid: Alcalá, 1970.

Banco de Português. Disponível em: <<http://www2.lael.pucsp.br/corpora/bp/index.htm>>. Acesso em: 05 ago. 2012.

BARBOSA, Maria Aparecida. Tradução e Estudos Interdisciplinares: a Multiconceptualização do Mundo. In: *Revista Italiano UERJ*, ano 1, v.1, nº 1, p. 67-84, 2º semestre 2010.

_____. *Terminologia aplicada: percursos interdisciplinares*. Polifonia (UFMT), v. IV, p. 29-44, 2009.

_____. *Contribuição ao estudo de aspectos da tipologia de obras lexicográficas*. Revista Brasileira de Linguística. São Paulo, 8 (1)? 15-30, 1995.

_____. Dicionário, vocabulário, glossário: concepções. In: ALVES, Ieda Maria (org.). *A constituição da normalização terminológica no Brasil*. São Paulo: FFLCH/CITRAT, 1996 – (Cadernos de Terminologia, 1).

BARROS, Lidia Almeida. *Conhecimentos de terminologia geral para a prática tradutória*. São José do Rio Preto: Editora Novagraf, 2007.

_____. *Curso Básico de Terminologia*. São Paulo: Editora as. Universidade de São Paulo, 2004.

(*) *Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries*. Disponível em: <<http://www.intracen.org/search-results.aspx?searchtext=basics%20for%20organizing%20trade%20fairs>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

BERBER SARDINHA, Tony. *Linguística de Corpus*. São Paulo: Editora Manole, 2004.

BERTOLDI, Vittorio. *Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti*. Roma: Treccani, 1935.

Best practices to boost your trade show results. Disponível em: <http://www.tsteacher.com/resources/tradeshow_teacher_article_best_practices.php>. Acesso em 17 jan. 2013.

BEVILACQUA, Cleci Regina; FINATTO, Maria José Bocorny. *Lexicografia e Terminografia: alguns contrapontos fundamentais*. Alfa, São Paulo, v.50, n.2, p. 43-54, 2006.

BIDERMAN, M. T. C. A língua e o computador. In: *Teoria Linguística*. São Paulo: Martins Fontes, 2001, p.75-93.

_____. *Corpora informatizados e dicionários*. In: DIAS-DA-SILVA, B.C. (org). *Todas as trilhas: perfilando pesquisas e projetos*. Araraquara: Laboratório Editorial/FCL/UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2003, p. 179-193.

BLACK, R. *The Trade Show Industry: Management and Marketing Career Opportunities*. Trade Show Bureau, East Orleans, MA, 1986.

BONOMA, Thomas V. (1983). Get more out of your trade show. *Harvard Business Review*, v.61, n.1, p.75-83.

BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. *Marketing Contemporâneo*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1998.

BORBA, Francisco da Silva. *Organização de dicionários: uma introdução à lexicografia*. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

BOUTIN-QUESNEL, Rachel et al. *Vocabulaire systématique de la terminologie*. Québec: Publications du Québec, 1985. (Cahiers de l'Office de la langue française).

BRASIL GLOBAL NET. Disponível em: <<http://www.brasilglobalnet.gov.br>>. Acesso em 10 jul. 2011.

British National Corpus (BNC). Disponível em: <<http://www.lexically.net/wordsmith/support/extras.html>>. Acesso em: 05 ago. 2012.

BURCAW, George Ellis. *Introduction to Museum Work*. USA: Altamira Press, 1997.

Business Glossary. Disponível em: <<http://www.allbusiness.com/glossaries/client/4952796-1.html>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

CABRÉ, Maria Teresa. La Terminología, una disciplina en evolución: pasado, presente y algunos elementos de futuro. In: *Revista Debate Terminológico*, N° 1 - 03/2005.

_____. Una nueva teoría de la Terminología: de la denominación a la comunicación. In: *La terminología: representación y comunicación. Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona: IULA, 1999, p.109-127.

_____. *La terminología hoy: replanteamiento o diversificación*. Organon, Porto Alegre, v. 12, n. 26, p. 33-41, 1998.

_____. *La terminología: teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Editorial Antártida/Empúries, 1993.

CAMACHO, Roberto Gomes. Norma Culta e variedades linguísticas. In: CECCANTINI, J.L.C.T.; PEREIRA, R. F.; ZANCHETTA, J.JR. (orgs). *Pedagogia Cidadã: Cadernos de formação: Língua Portuguesa*. São Paulo: UNESP, Pró-Reitoria de Graduação, 2004.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

Cambridge Dictionaries Online. Disponível em <<http://dictionary.cambridge.org/>>. Acesso em 01 mar. 2014.

CARVALHO, Thiago Santana. *Internacionalização de Empresas Brasileiras. Núcleo de Conjuntura e Estudos Econômicos*. Araraquara: Janeiro/Março 2010. Boletim nº 73. Disponível em: <http://portal.fclar.unesp.br/eco/ncee/pdf/73_internacionalização.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2011.

CAVALCANTE, José Candido Marques. *Dicionário inglês-português de termos econômicos & comerciais*. Petrópolis: Vozes; Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 1982.

(*)CENSI, Juliana Fonseca e. *A participação em feiras de negócios como importante estratégia organizacional*. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade de São Paulo. 2004. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/academicos/paper/monografias/feiras_de_negocios.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2012.

Chapman, E. A. *Exhibit Marketing: A Survival Guide for Managers*. New York: McGraw-Hill, 1987.

CHURCHILL Junior, Gilbert A.; PETER, J. Paul. *Marketing: criando valor para o cliente*. São Paulo: Saraiva, 2000.

Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. London: Collins Publishers, 2004.

(*)*Como Participar em Feiras nos Mercados*. Disponível em: <<http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/GuidoExportador/Paginas/7ComoParticipemFeirasnosMercados.aspx>>. Acesso em: 25 jul. 2011.

Como preparar sua empresa para participar de feiras. SEBRAE/ NA. Disponível: <http://www.sebrae.com.br/customizado/aceso-a-mercados/divulgue-seus-produtos/feiras-de-negocios/integra_bia/ident_unico/108>. Acesso em: 20 ago. 2012.

Contrato de locação de estande(s). Disponível em: <<http://www.coweb.com.br/arquivo/arquivo9.doc>>. Acesso em: 14 fev. 2012.

CORTINAS LOPEZ, José Manoel. *Comércio Exterior Competitivo*. São Paulo: Aduaneiras, 2010.

COSERIU, Eugenio. *Lições de lingüística geral*. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1980.

Custom Stand Construction - A visible difference. Disponível em: <http://www.activteam.com/activteam_engl_1/stand_differences.html>. Acesso em 31 jan. 2013.

CZINKOTA, Michael R.; RONKAINEN, Ilkka A. *Marketing international*. 4. ed. México: McGraw-Hill, 1996.

DAVANÇO, Cassia Maria. *Elaboração de um dicionário terminológico onomasiológico dos neônimos da biotecnologia: tratamento dos dados em português e busca de equivalentes em inglês*. Tese de doutorado apresentada ao programa de pós-graduação em Estudos Linguísticos da Unesp, campus de São José do Rio Preto, 2012.

Deca apresenta novo conceito de estande para a Expo Revestir 2013. Disponível em: <<http://www.tokfinalli.com.br/index.php/news/6-deca-apresenta-novo-conceito-deestande-para-a-expo-revestir-2013>>. Acesso em 23 jun. 2013.

Display standard sizes and configurations. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Trade_show_display>. Acesso em 29 jan. 2013.

DUBUC, Robert. *Manuel pratique de terminologie*. 2ªed. Québec: Linguattech, 1985.

_____. *Manuel pratique de terminologie*. Montreal : Linguattec, 1992.

ENGEL, James F.; WARSHAW, Martin R.; KINNEAR Thomas C. *Promotional Strategy: An integrated Marketing Communication Approach*. Ohio: Pinnaflex, 2000.

(*)*Entenda os tipos de estande – Stand básico.* Disponível em: <<http://www.stand8.com.br/tiposstand.html?start=1>>. Acesso em 31 jan. 2013.

Estande Coletivo RS já soma R\$ 8,7 milhões em negócios na Couromoda. Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/noticia/67-destaques/947-estande-coletivo-rs-ja-soma-r-8-7-milhoes-em-negocios-na-couromoda>>. Acesso em 30 jan. 2013.

Estratégias para participação em feiras. Disponível em: <http://www.softex.br/dn/_psi-sw/Documentos/manual_feiras_exterior.pdf>. Acesso em 26 fev. 2012.

(*)*Euro Fair Statistics 2010.* Disponível em: <http://www.auma.de/pages/d/16_Download/download/FKM/EuroFairStatistics2010.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2012.

(*)*Eventos Internacionais.* Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C3F4B07E011187D08325789B005227A3/\\$File/1196-SEBRAEMG-S%C3%A9rie%20Coopera%C3%A7%C3%A3o%20Internacional%20-%20Eventos%20Internacionais.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C3F4B07E011187D08325789B005227A3/$File/1196-SEBRAEMG-S%C3%A9rie%20Coopera%C3%A7%C3%A3o%20Internacional%20-%20Eventos%20Internacionais.pdf)>. Acesso em: 02 mai. 2012.

Exhibiting and Stand Options. Disponível em: <<http://www.accessdisplays.co.uk/exhibition-stand-options.htm>>. Acesso em 31 jan. 2013.

ExpoBento – Feira da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves. Disponível em: <<http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/a-cidade/feiras-e-eventos-permanentes/expobento>>. Acesso em 23 jun. 2013.

FAULSTICH, Enilde. Entre a sincronia e a diacronia: variação terminológica no código e na língua. In: CORREIA, M. (org.). *Terminologia, desenvolvimento e identidade nacional*. Lisboa: Colibri/ILTEC, 2002. p. 61-74.

_____. Aspectos de terminologia geral e terminologia variacionista. *TradTerm*, v. 7, São Paulo, 2001.

_____. Entre a sincronia e a diacronia: variação terminológica no código e na língua. In: *Simpósio Ibero-Americano de Terminologia*. Paris: Riterm, 1998. p. 7-12.

_____. Variação Terminológica: algumas tendências no português do Brasil. In: *Cicle de conferències 96-97: lèxic, corpus i diccionaris*. Barcelona: IULA, 1997.

Feira Profissional. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Feira_profissional>. Acesso em: 03 jun. 2012.

FELBER, Helmut. *Manuel de terminologie*. [pour le Programme general d'information et l'UNISIST et pour le Centre international d'information pour la terminologie]. Paris: UNESCO/INFOTERM, 1984.

FIESP - *Federação das Indústrias do Estado de São Paulo*. Disponível em <<http://www.fiesp.com.br>>. Acesso em 31 out. 2012.

FIRTH, John Rupert. Modes of meaning. In : FIRTH, J. R. (Ed.) *Paper in Linguistics 1934-1951*. Oxford : Oxford University Press, 1957.

Free Glossary of Business Terms. Disponível em: <<http://www.importexporthelp.com/a/business-terms.htm#F>>. Acesso em 04 mar. 2013.

FURSTENAU, Eugênio. *Novo dicionário de termos técnicos inglês-português*. 20 ed. São Paulo: Globo, 1996.

GAUDIN, François. *Socioterminologie: des problèmes semantiques aux pratiques institutionnelles*. Rouen, Publications de l'Université de Rouen, 1993, 254 p.

GIACAGLIA, Maria Cecília. *Organização de eventos: teoria e prática*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

Global Exhibition Industry Statistics. Disponível em: <http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradefairsector/2011_exhibitor_industry_statistics.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2012.

GODOY, Ariane Dutra Fante. *Um estudo exploratório sobre a importância da participação das indústrias paulistas de alimentos em promoções na Flórida para a abertura do mercado norte-americano*. Monografia apresentada ao programa de pós-graduação *latu sensu* em Negócios Internacionais da Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2006, 130 p.

GODOY, Ariane Dutra Fante; BABINI, Maurizio. Glossário Bilingue dos Termos Fundamentais do Setor Feirístico: Busca de Equivalências em Inglês. In: *III Simpósio Nacional de Letras e Linguística e II Simpósio Internacional de Letras e Linguística: linguagem, cultura, identidade e ensino*, 3, 2013, Catalão. Anais.... Catalão: UFG, 2013, p. 174-186. Disponível em <http://www.letras.catalao.ufg.br/uploads/508/original_ANAIS_SINALEL_-_Parte_1.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2013.

_____. A Terminologia das feiras de negócios: análise das variantes linguísticas. In: *Acta Semiótica et Lingvistica*. v. 18, n. 1, 2013.

GOTTHEIM, Vera L. *Dicionário prático de economia, finanças e comércio*. São Paulo: Ática, 1987.

Guide for Trade Fair Organizers and Participants. Disponível em: <<http://bds-forum.net/tradefairs.htm#guide>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

Guide to Successful Trade Show Participation. Disponível em: <<http://www.watradehub.com/sites/default/files/resourcefiles/aug09/guidelines20for20successful20tradeshow20-20english.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2013.

GUILBERT, Louis. *La créativité lexicale*. Paris: Larousse, 1975.

HAUSMANN, Franz Joseph. Kollokationen im deutschen Wörterbuch. Ein Beitrag zur Theorie des lexikographischen Beispiels'. In: BERGENHOLTZ, H; MEGDAN, J. (Orgs.). *Lexikographie und Grammatik*. Tübingen: Niemeyer, 1985.

HEIDI, U. ; MARTIN, W. ; POSCH, I. An Overview of approaches towards the description of collocations. In *Feasibility of standards for collocational description of lexical terms*. In *Eurotra 7 – Report*, Stuttgart/Amsterdam, 1991.

HENSLOWE, Philip. *Public Relations: A practical guide to the Basics*. 2nd edition. Great Britain: Kogan Page, 2003.

(*)*Historical Development of Fairs & Exhibitions*. Disponível em: <http://www.ufi.org/Public/Default.aspx?Clef_SITESMAPS=152>. Acesso em: 06 jun. 2012.

How to Measure Exhibition Success - A Workbook for Marketers. Disponível em: <http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradefairsector/exhibition_promotion/ufi_metrics_booklet.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2012.

International Trade Show Directory. Disponível em: <<http://www.thetradeshowcalendar.com>>. Acesso em 23 jun. 2013.

ISQUERDO, Aparecida Negri; ALVES, Ieda Maria. *As Ciências do Léxico: Lexicologia, Lexicografia, Terminologia*. Vol. 3. Campo Grande: Editora UFMS, 2007.

JUDY L. Anderson. *Event Management Simplified*. U.S: AuthorHouse, 2010.

KOTABE, Masaaki, HELSEN, Kristiaan. *Administração de Marketing Global*. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

Kotler marketing completo. Disponível em: <<http://www.qir.com.br/wp-content/uploads/KOTLER-MARKETING-completo.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2012.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. 12^a. ed. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2006.

_____. *Administração de Marketing*. 10^a. São Paulo: Prentice Hall, 2000. Disponível em: <<http://www.academia.edu/4775723/KOTLER-MARKETING-completo>>. Acesso em 20 fev. 2014.

_____. *Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KRIEGER, Maria da Graça. A identidade da terminologia e o perfil do terminólogo. In: *Revista Trama*, v. 2, n.4, 2006, p.155-164.

KRIEGER, Maria da Graça; FINATTO, Maria José Bocorny. *Introdução à Terminologia: teoria e prática*. São Paulo: Contexto, 2004.

KRIEGER, Maria da Graça; MACIEL, Anna Maria Becker. (orgs). *Temas de Terminologia*. Porto Alegre/São Paulo: UFRGS/Humanitas/USP, 2001.

LEE, H. (2003) *Brand association in the tradeshow industry: an application of the service brand preference model*. 115 f. Tese Master in Science Degree. University of Nevada.

LEECH, Geoffrey (1991). The State of the Art in Corpus Linguistics. In: AIJMER, K.; ALTENBERG, B (eds.). *English Corpus Linguistics*, London: Longman, 1991, p. 8-29.

Lei Geral do Turismo n.º 11.771/08, de 17 de setembro de 2008. Brasília: 2008. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2011/06/3584_leidoturismo.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2012.

L'HOME, Marie-Claude ; BERTRAND, Claudine. Specialized lexical combinations : should they be described as collocations in terms of selectional restrictions? In: *Proceedings. Ninth Euralex International Congress*, p. 497-506, 2000.

LIPSEY, Richard A. *The Sporting Goods Industry: History, Practices And Products*. United States: McFarland & Company Inc., 2006.

Longman dictionary of contemporary English. 3rd ed. Harlow, UK: Pearson Education Limited, 2003.

Longman English Dictionary Online. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com/>>. Acesso em 01 mar. 2014

LOTTE, D. S. (1961) *Principes d'établissement d'une terminologie scientifique et technique*, [1961] Versão francesa publicada em RONDEAU, G. & FELBER, H. (org.) Textes choisis de terminologie, Québec: GIRSTERM 1981, p.3-53.

LUNA, Eury Pereira. *Terminglês: glossário expressões inglesas de uso corrente no comércio exterior*. 2ed. Rio de Janeiro: LTC, 1984.

MACEDO, Líbia L. *Feira Internacional – como fazer sucesso lá fora*. Disponível em: <http://www.exportplastic.com.br/2009/downloads/pdfs/seminario_22nov2010/05_FeiraIntlP-rofaLibiaMacedo.pdf>. Acesso em 09 jan. 2012.

MAITLAND, Iain. *How To Plan Exhibitions*. Great Britain: Readwoods Books, 1997.

(*)*Manual Básico de Exportação*. Disponível em: <http://www.fiesp.com.br/publicacoes/pdf/relacoes/manual_exportação.pdf>. Acesso em 26 fev. 2012.

(*)*Manual do Expositor Feiplar Composites & Feipur 2012*. Disponível em: <http://www.feiplar.com.br/images/manual/manual_feiplar.pdf>. Acesso em: 24 set. 2012.

(*)*Manual de feiras e exposições SEBRAE*. Disponível em: <[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/2CEC7501C11CC400832573E0005C945F/\\$File/NT000374AE.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/2CEC7501C11CC400832573E0005C945F/$File/NT000374AE.pdf)>. Acesso em 30 abr. 2012.

(*)*Manual do Expositor FISA 2012*. Disponível em: <<http://www.fi-events.com.br/download/Call%20for%20papers2012/Manual%20Fisa%202012%20-%20Portugues.pdf>>. Acesso em 27 out. 2012.

Manual do Expositor MOVIMAT 2012. Disponível em: <<http://arquivos.reedalcantara.com.br/nemovimat2012.pdf>>. Acesso em 30 jan. 2013.

Manual do Expositor Salão de motos do Rio Grande do Sul. Disponível em <http://www.salaodemotos.com.br/ed2013/salaomotos_manual_expositor2012.pdf>. Acesso em 25 fev. 2013.

Manual de Orientação – Feiras no Exterior. Disponível em: <http://www.softex.br/dn/_psi-sw/Documentos/manual_feiras_exterior.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2012.

(*) *Manual de Participação em Feiras Internacionais.* Disponível em: Fonte: <http://www.fbcvb.org.br/hotsite/inscrição/manual_de_apoio.asp>. Acesso em 01 mar. 2012.

Manual de procedimentos de convênios Apex Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww2.apexbrasil.com.br%2Fmedia%2Fckeditor%2F1443_NOV_O_manual_de_procedimentos_novo_regulamento_04112012183205.pdf&ei=e9soU7ioMIurkQfit4HAAQ&usg=AFQjCNFJMVGZhLwL9C9zfkn1KN096dKMw&bvm=bv.62922401,d.eW0>. 2014.

MARTINS, Pedro Tudela. *Dicionário multilíngue de economia, gestão e comércio*. São Paulo: Editorial Verbo, 1995.

MATIAS, Marlene. *Organização de eventos*. Barueri: Manole, 2002.

_____. *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 5. ed. Barueri, SP: Manole, 2010.

Mesuring and Evaluating Results. Disponível em: <<http://www.creativetraining.com/train/docs/MeasuringResults.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

(*) MELIM, José Maria. *Como participar de uma feira ou exposição*. Joinville: Fundação Empreender. Disponível em: <http://www.nucleus-international.net/Nuc_Portugues/P10_Download/P04_Special_Activities/P04-01_Trade_Fair/P81_Feiras_Melim.pdf>. Acesso em: 22 set. 2012.

(*) MILLER, Steve. *How to Get the Most out of Trade Shows*. 3rd ed. USA: NTC Business Book, 1999.

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Disponível em <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1311278871.doc>. Acesso em 10 mar. 2014.

MOREIRA, Júlio César Tavares. *Dicionário de termos de marketing: definições, conceitos e palavras-chaves de marketing, propaganda, pesquisa, comercialização, comunicação e outras áreas correlatas a estas atividades*. São Paulo: Atlas, 1999.

(*) MUSGROVE, Linda. *The Complete Idiot's Guide to Trade Shows*. USA: Penguin Group, 2009.

NICKELS, William G. ; WOOD, Marian B. *Marketing, relacionamentos, qualidade, valor*. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1999.

(*)*Noções básicas: 02 - tipos de estandes*. Disponível em: <<http://www.falandodefeiras.info/2009/05/noco-es-basica-02-tipos-de-estandes.html>>. Acesso em 30 jan. 2013.

NOSÉ, Amadeu Junior. *Marketing Internacional: uma estratégia empresarial*. São Paulo: Editora Thomson, 2005.

ORENHA, Adriane. *Unidades fraseológicas especializadas: colocações e colocações estendidas em contratos sociais e estatutos sociais traduzidos no modo juramentado e não juramentado*. 2009. 282f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – IBILCE, Universidade Estadual Paulista, São José do Rio Preto.

ORGANISATION INTERNATIONALE DE NORMALISATION. *Terminologie – Vocabulaire*. Genebra, ISO, 1990 (Norme Internationale ISO 1087:1990). Genève: ISO 1990.

ORGANISATION INTERNATIONALE DE NORMALISATION. *Travaux terminologiques – Vocabulaire Partie 1. Théorie et application*. Genebra: ISO 1087: 2000. Genève: ISO 2000.

(*)*Orientações Básicas para participação em feiras internacionais*. Disponível em: <<http://wiki.apexbrasil.com.br/@api/deki/files/1354/=OrientacoesBasicasParticipaçãoFeirasInternacionais.pdf>>. Acesso em 26 fev. 2012.

Oxford Dictionaries. Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com>>. Acesso em 01 mar. 2014.

PANITZ, Mauri Adriano. *Dicionário técnico: português-inglês*. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=07AIPS-8bMIC&pg=PA226&dq=dicionario+de+marketing&hl=pt-PT&sa=X&ei=BOU1UbHgA5To9gTQ1oCgCg&redir_esc=y#v=onepage&q=dicionario%20de%20marketing&f=false>. Acesso em: 05 mar. 2013.

PAVEL, Silvia; NOLET, Diane. *Manual de Terminologia*. Disponível em: <<http://www.translationbureau.gc.ca>>. Acesso em 26/09/2012. Hull: Ministério de Obras Públicas e Governamentais do Canadá, 2001.

_____. *Manual de Terminologia*. Gatineau, Quebec, 2002. Tradução Enilde Faulstich. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Flinguisticadocumentaria.files.wordpress.com%2F2011%2F03%2Fpavel-terminologia.pdf&ei=EH80U_zkEuvgsASDrIKwDg&usg=AFQjCNFw1MH14mdRARDy__2g-3NOv6N5lg&sig2=fa_oPLEaIH_5Ow6h-nq5fA&bvm=bv.63808443,d.cWc>. Acesso em 27 mar. 2014.

PERSAUD, James. *Glossary of Business and Management Terms*. USA: Xlibris Corporation, 2010.

PINHO, Manoel Orlando de Moraes. *Dicionário de termos de negócios português-inglês, inglês-português*. São Paulo: Price Waterhouse, 1995.

PIPKIN, Alex. *Marketing internacional*. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

PONTES, Yone Silva. *Dicionário de comércio exterior português-inglês, inglês-português: termos técnicos, expressões, siglas e abreviaturas usuais em importação, exportação e câmbio*. 4 ed. São Paulo: Aduaneiras, 1999.

_____. *Dicionário sobre comércio exterior português-inglês, inglês-português, siglas e abreviaturas usuais*. 3ed. São Paulo: Aduaneiras, 1990.

POTTIER, Bernard. *Théorie et analyse en Linguistique*. 2. ed. Paris: Hachette, 1987.

_____. *Linguistique générale: théorie et description*. Paris: Klincksieck, 1985.

_____. *Sémantique générale*. Paris : PUF, 1992.

QR Code Tradeshow Marketing Guide. Disponível em: <http://tradeshowguyblog.com/downloads/QRCode_Tradeshow_Marketing_Guide.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2012.

RANZANI, Erika Cristina. *Dicionário terminológico onomasiológico bilingue italiano-português: busca de equivalentes e tratamento dos dados em português*. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de pós-graduação em Estudos Linguísticos da Unesp, campus São José do Rio Preto, 2006.

Report on UFI member exhibitions and venue activity. Disponível em: <http://www.ufi.org/medias/pdf/membersarea/studies_reports/2008_ufi_member_exhibitions_and_venue_activity.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2012.

(*)Revista Feira&Cia. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 14, n.100, 2011.

RONDEAU, Guy. *Introduction à la terminologie*. 2e éd. Québec: Gaëtan Morin, 1984.

ROSE, Sheldon. Chapter 7. Working the Trade Show. In: *Guide to Managing Media and Public Relations in the Linux Community*. Canada: Linux Professional Institute, 2005. Disponível em: <<http://www.tldp.org/LDP/Linux-Media-Guide/Linux-Media-Guide.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2012.

SABINO, Marilei Amadeu. *Dicionário de Falsos Cognatos e Cognatos Enganosos Italiano-Português: subsídios teóricos e práticos*. Araraquara, Tese (Doutorado em Letras: Linguística e Língua Portuguesa) - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, 2002, 345p.

_____. *Mudanças na forma ou no sentido das palavras de Línguas Estrangeiras Modernas*. São Paulo: Editora Unesp, 2012.

(*)SAENZ, Daniel Rodriguez. *How to Successfully Participate in International Trade Show*. Miami, 2007.

SANDRONI, Paulo. *Dicionário de administração e finanças*. São Paulo: Círculo do Livro, 1996.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 10 jul. 2011.

Shell stand or space-only? Disponível em: <<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Exhibitions+and+Trade+Fairs+-+Part+1>>. Acesso em 11 mar. 2013.

SHIMP, Terence A. *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications*. London: Dryden Press, 1997.

_____. *Comunicação Integrada de Marketing: propaganda e promoção*. 7ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Shipping instructions. Disponível em: <<http://messe.no/en/nor-shipping/For-Exhibitors/Shipping-instructions/>>. Acesso em 10 out. 2013.

Showcase quality products, Trade Fair exhibitors told. Disponível em: <<http://www.times.co.zm/?p=20372>>. Acesso em 29 jun. 2013.

SILVA, Eduardo Batista da. *Proposta de um Dicionário Eletrônico Terminológico Onomasiológico Bilingue Inglês- português no Domínio das Redes Neurais Artificiais*. 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – IBILCE, Universidade Estadual Paulista, São José do Rio Preto.

SILVA, Manoel Messias Alves da; NADIN, Odair Luiz. *A variação na terminologia da nanociência/nanotecnologia*. Disponível em: <www.revistas.usp.br/flp/article/download/59870/62979>. Acesso em 20 dez. 2013.

SILVA, Zander Campos da. *Dicionário de marketing e propaganda*. 2ed. Goiânia, GO: Referência, 2000.

SINCLAIR, John M. *Corpus, concordance and collocations*. Oxford: Oxford University Press, 1991.

SKRABE, Celso. *Exposições, Feiras & Bons Negócios*. Disponível em: <<http://www.marketingemsaude.com.br/home/download/DicasFeiras1.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

SOUZA, Luis Gonzada de. *Memórias de economia: a realidade brasileira*. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/32.htm> (origem das feiras) >. Acesso em 01 mar. 2014.

(*) *Successful Participation in Trade Fairs*. Disponível em: <http://www.auma.de/_pages/e/12_Download/download/TradeFairPreparation/Successful_participation.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2012.

TAGNIN, Stella Esther Ortweiller. Collecting data for a bilingual dictionary of verbal collocations: from scraps of paper to corpora research. In: *PALC' 99 Practical applications in Language Corpora*. Lodz: Lodz University Press, 1999.

_____. (2002). "Os Corpora: instrumentos de auto-ajuda para o tradutor". In *Cadernos de Tradução IX*. Florianópolis: UFSC. Disponível em: <<http://www.cadernos.ufsc.br/online/9/stella.htm> - notas>. Acesso em 01 mar. 2014.

_____. (2004). *Corpora: o que são e para quê servem*. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/dlm/comet/>>. Acesso em 01 mar. 2014.

The Dictionary of International Business Terms. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=6zQ2-1S0A-UC&printsec=frontcover&dq=international+business+dictionary&hl=pt-PT&sa=X&ei= XKg0UZS5HMq70QGc2YGgCg&redir_esc=y>. Acesso em 04 mar. 2013.

The finish Fair corporation (two storey booth). Disponível em: <<http://web.finnexpo.fi/en/Naytteilleasettajat/productsandservices/planning/twostorey/Pages/default.aspx>>. Acesso em: 30 jan. 2013.

The Legal Aspects of Trade Show Intelligence. Disponível em: <<http://www.rhesq.com/CI/The%20Legal%20Aspects%20of%20Trade%20Show%20Intelligence.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2012.

The Purpose and Value of Trade Shows. Disponível em: <<http://www.creativetraining.com/train/docs/Purpose.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2012.

(*)*The Role Of Exhibitions In The Marketing Mix*. Disponível em: <http://www.ufi.org/medias/pdf/ufiactivities/education/ufi_education.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2013.

(*)*Tips for Trade Show Success*. Disponível em: <<http://www.adlerdisplay.com/resources/Tips-for-TradeShow-Success.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2012.

TOGNINI-BONELLI, Elena. *Corpus linguistics at work*. Amsterdã/Atlanta, GA: John Benjamins, 2001.

Trade Fair Exhibit Contract. Disponível em: <http://02a90cb.netsohost.com/downloads/RES_2012_TRADE_%20FAIR_EXHIBITOR_CONTRACT.pdf>. Acesso em: 18 mai. 2012.

Trade fair objectives. Disponível em: http://www.kindundjugend.com/media/kindundjugend/downloads_13/pdf_15/Trade_fair_objectives.pdf. Acesso em 10 out. 2013.

(*)*Trade Show Executive Magazine, June 2012 Issue*. Disponível em: <<http://www.tradeshowexecutive.com/RecentIssues.asp>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

(*) *Trade Show Executive Magazine, July 2012 Issue*. Disponível em: <<http://www.tradeshowexecutive.com/RecentIssues.asp>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

(*) *Trade Show Executive Magazine, August 2012 Issue*. Disponível em: <<http://www.tradeshowexecutive.com/RecentIssues.asp>>. Acesso em: 12 aug. 2012.

(*) *Trade Show Marketing Best Practices*. Disponível em: <http://www.ggcomm.com/TradeShow_WhitePaper.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2012.

(*) *Trade Show Teacher's Tips and Tricks "From the Trade Show Trenches"*. Disponível em: <http://www.tsteacher.com/resources/tradeshow_teacher_article_tips_and_tricks_from_the_trade_show_trenches.php>. Acesso em: 17 jan. 2013.

VAZQUEZ, José. *Dicionário de comércio exterior*. São Paulo: Atlas, 2001.

WERNECK, Paulo de Lacerda. *Comércio Exterior: Política Aduaneira e Fiscal*. Rio de Janeiro: [s. n.], 2008. Disponível em: <<http://www.jparra.adv.br/wp-content/uploads/2010/04/adm.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

Who had the most sustainable stand at this year's Ecobuild. Disponível em: <<http://www.ukgbc.org/news/who-had-most-sustainable-stand-year%E2%80%99s-ecobuild>>. Acesso em: 14 mar. 2013.

WOOD, Roy C.; BROTHERTON, Bob. *The SAGE Handbook of Hospitality Management*. Great Britain: Cromwell Press, 2008.

WUSTER, Eugen. *Introducción a la teoria general de la terminología y a la lexicografía terminológica*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, 1998. F

ZITTA, Carmem. *Organização de Eventos: da ideia à realidade*. Brasília: Editora SENAC-DF, 2011.

(*) Estas referências aparecem tanto no corpo de nosso trabalho, como nas fontes do nosso glossário.

FONTES DO GLOSSÁRIO

ABF Exhibitors General Manual 2012. Disponível em: <http://www.portaldofranchising.com.br/Arquivos/ABF_Expo/2012/2012_Exhibitor_General_Manual_ABF_Expo.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2012.

ABF Exhibitors General Manual 2011. Disponível em: <http://www.btsinforma.com.br/main.asp?cod_nucleo=10&cod_evento=19&cod_menu=113&cod_menu=349&cod_idioma=1>. Acesso em 10 jun. 2012

About Brunei Consumer Fair. Disponível em: <<http://www.brunelconsumerfair.com/>>. Acesso em 10 out. 2013.

A história da maior feira mundial de tecnologia da informação. Disponível em: <<http://www.dw.de/a-hist%C3%B3ria-da-maior-feira-mundial-de-tecnologia-da-informa%C3%A7%C3%A3o/a-466311>>. Acesso em 10 out. 2013.

A importância da participação das empresas em feiras e exposições internacionais. Disponível em <<http://www.abinee.org.br/abinee/dri/dri5.htm>>. Acesso em: 31 out. 2012.

ALMEIDA, Joana; OLIVEIRA, Joana. *Feiras Temáticas*. 2006. Universidade do Minho. Disponível em: <<http://foreigners.textovirtual.com/edit-value/feiras-tematicas.pdf>>. Acesso em: 26 fev. 2012.

All about different types of trade show displays. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/impacttradedisplays/all-about-different-types-of-trade-show-displays-8592495>>. Acesso em: 28 mai. 2013.

APPLEGATE, Edd; JOHNSON, Art. *Cases in Advertising and Marketing Management: Real situations for tomorrow's managers*. United Kingdom: Rowman & Littlefield Publishers, 2007.

Application and Contract for Exhibit Space. Disponível em: <<http://www.exhibitoronline.com/exhibitorshow/EXHIBITOR2013SpaceApplication.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

Architectural systems intelligently combined with custom-building. Disponível em: <<http://messengerli3d.com/en/trade-fair-stands/mixed-stand-construction/>>. Acesso em 23 jun. 2013.

Asia's leading biennial trade fair for technical textiles and nonwovens announces dates for 2014. Disponível em: <<http://www.asiatoday.com/pressrelease/asias-leading-biennial-trade-fair-technical-textiles-and-nonwovens-announces-dates-2014>>. Acesso em 10 out. 2013.

Barraca na Feira Livre - Seja Autônomo! Disponível em: <<http://trabalhoeinvestimento.blogspot.com.br/2013/09/barraca-na-feira-livre-seja-autonomo.html>>. Acesso em 01 mar. 2014.

(*) *Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries.* Disponível em: <<http://www.intracen.org/search-results.aspx?searchtext=basics%20for%20organizing%20trade%20fairs>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

Booth construction regulations. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CGQQFjAE&url=http%3A%2F%2Fdownload.101com.com%2Fgig%2FEvents%2Fdownload%2F2013%2FBooth_Construction_Regulations.pdf&ei=ED-TUu-SHMLAkQfb2YC4Ag&usg=AFQjCNERHHgd42FD6xG6TManfh-VAm32Uw&sig2=W3_HDjNuYOfrfIMWjaH4Q&bvm=bv.56988011,d.eW0>. Acesso em: 15 mar. 2013.

Booth Rental Agreement. Disponível em: <<https://www.agreementsetc.com/booth-rental/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

Branch trade fairs and conferences as well as media patronages. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0CF4QFjAH&url=http%3A%2F%2Fwww.abrys.pl%2Fuploads%2Fmedia%2FCommunal_Review_01.pdf&ei=1TFMU5zMDYu40QGc7IFw&usg=AFQjCNHsEAbC7ughD0KgeFI5gee8s2Y0GQ&bvm=bv.64542518,d.dmQ>. Acesso em 14 abr. 2014.

BROWNE, T. *The social Trade Show: Leveraging Social Media and Virtual Events to Connect With Your Customers*. U.S: Pearson Education, 2012.

BTS Exhibitor's General Manual 2012. Disponível em: <http://cs.btsmedia.biz/pdf/2012_BTSInforma_Exhibitors_General_Manual_07-05-2012.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2012.

Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras. Disponível em: <http://www.brasilglobalnet.gov.br/arquivos/Publicacoes/CalendarioFeiras2012_P.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2012.

Canton Fair 2013. <Disponível em: <http://feiracantonfair.com.br/>>. Acesso em 14 out. 2013.

Canton Fair is the largest biannual China trade fairs held in Guangzhou. Disponível em: <<http://www.chinatours.org/index.php/canton-fair-is-the-largest-biannual-china-trade-fairs-held-in-guangzhou/>>. Acesso em 23 jun. 2013.

Cartilha Comércio Exterior – 2. ed. – Vitória: SEBRAE/ES, 2006. Disponível em: <[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/2390285A6B21C64B832573A90068AD73/\\$File/cartilhaco_mercioexterioralta.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/2390285A6B21C64B832573A90068AD73/$File/cartilhaco_mercioexterioralta.pdf)>. Acesso em: 22 mai. 2012.

(*) CENSI, Juliana Fonseca e. *A participação em feiras de negócios como importante estratégia organizacional*. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade de São Paulo. 2004. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/academicos/paper/monografias/feiras_de_negocios.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2012.

(*) *Como Participar em Feiras nos Mercados.* Disponível em: <<http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/GuidoExportador/Paginas/7ComoParticiparemFeirasnosMercados.aspx>>. Acesso em: 25 jul. 2011.

Construction and Dismantling Time. Disponível em: <<http://www.aqua-fisch.de/af-en/exhibitors/construction-and-dismantling-time.php>>. Acesso em 18 nov. 2013.

Contrato aluguel de estande. Disponível em: <http://www.ieee.org.br/t-dlamerica2010/Contrato-Aluguel_Estande.doc>. Acesso em: 14 fev. 2012.

Contrato de Locação de Estande com Montagem Básica. Disponível em: <<http://pegasus.f.mrp.usp.br/projeto/encontro/imagens/contrato.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2012.

DAEMON, Dalton; GUERREIRO, Bruno. *Marketing internacional: um enfoque latino-americano*. São Paulo: Editora Saraiva, 1979.

Dicas comportamentais para a equipe do stand SEBRAE. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br/abinee/dri/dri5.htm>>. Acesso em 14 nov. 2012.

Dicas de Como Participar de Feiras. Vitória: SEBRAE, 2004. Disponível em: <<http://vix.sebraes.com.br/arquivos/biblioteca/Dicas%20de%20como%20participar%20de%20feiras.pdf>>. Acesso em 09 jan. 2012.

Dicas para Exposição. Disponível em: <<http://www.mercopar.com.br/expositores.asp?area=1&idRegistro=55>>. Acesso em 14 out. 2013.

Dicionário online de português. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/mostruario/>>. Acesso em 05 mar. 2013.

Displays2go. Disponível em: <<http://www.displays2go.com/P-19082/Portable-Display-Cabinet-for-Exhibitions-With-Included-Carrying-Case>>. Acesso em 03 ago. 2013.

Displays pantográficos. <Disponível em: <http://www.portabanners.com.br/displays-pantograficos.html>>. Acesso em 11 nov. 2013.

DOs and DON'Ts for Effective Trade Show Booths. Disponível em: <<http://alexisexhibits.com/blog/bid/60096/DOs-and-DON-Ts-for-Effective-Trade-Show-Booths>>. Acesso em 13 out. 2013.

DONELSON, Dave. *Trade Shows – The Dynamic Manager's Handbook on How to Maximize your Expo Investment.* USA: Donelson SDA, Inc., 2011.

Educational Forum and Trade Show 2013. Disponível em: <http://www.prontario.org/index.php/ci_id/8125.htm>. Acesso em 14 out. 2013.

eGuide 2011- Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues. Disponível em: <<http://www.aeo.org.uk/files/eguide.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

eGuide 2012 - Common Regulative Policy for Major UK Exhibition Venues. Disponível em: <http://www.aev.org.uk/files/july_2012.pdf>. Acesso em: 16 aug. 2012.

Elaboração de Programas Detalhados para Exposições e Feiras. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CDsQFjAD&url=http%3A%2F%2Fportal.iefp.pt%2Fxeobd%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D8613319%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=DDCBUsL3AoflkQfK5YGA Dg&usg=AFQjCNGJ5MfunTGcCeUxa7cPGe4bXNMzfg&bvm=bv.56146854,d.eW0>. Acesso em 11 nov. 2013.

Embratur abre inscrições para participação em feiras. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/03/embratur-abre-inscricoes-para-participacao-em-feiras>>. Acesso em 10 abr. 2014.

()Entenda os tipos de estande – Stand básico.* Disponível em: <<http://www.stand8.com.br/tiposstand.html?start=1>>. Acesso em 31 jan. 2013.

Estandes de Birigui têm boa visitação na Franca. Disponível em: <<http://www.apiceshoes.com.br/texto.asp?C%F3digo=220>>. Acesso em 03 aug. 2013.

Estandes nas feiras: abertos ou fechados? Disponível em: <<http://www.exclusivo.com.br/Noticias/58565/Estandes-nas-feiras:-abertos-ou-fechados?.eol>>. Acesso em 30 jan. 2013.

Estudo de mercado brasileiro de feiras 2008. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/DC9AE867A394C2D3832574F800652F2D/\\$File/NT0003A3CE.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/DC9AE867A394C2D3832574F800652F2D/$File/NT0003A3CE.pdf)>. Acesso em 02 mai. 2012.

()Euro Fair Statistics 2010.* Disponível em: <http://www.auma.de/pages/d/16_Download/download/FKM/EuroFairStatistics2010.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2012.

Event Guide for the Miami Beach Convention Center. Eventos Internacionais. - 2ªed., rev. e atualizada. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005. Disponível em: <http://www.miamibeachconvention.com/uploadedFiles/12_MBCC-EventGuide2010-Apr.pdf>. Acesso em: 02 mai. 2012.

()Eventos Internacionais.* Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C3F4B07E011187D08325789B005227A3/\\$File/1196-SEBRAEMG-S%C3%A9rie%20Coopera%C3%A7%C3%A3o%20Internacional%20-%20Eventos%20Internacionais.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C3F4B07E011187D08325789B005227A3/$File/1196-SEBRAEMG-S%C3%A9rie%20Coopera%C3%A7%C3%A3o%20Internacional%20-%20Eventos%20Internacionais.pdf)>. Acesso em: 02 mai. 2012.

Exhibition Stand Howto. Disponível em: <<http://www.edmonds.co.uk/exhibition-stand-howto.html>>. Acesso em 13 out. 2013.

Exhibition Stand, how to make it work for you. Disponível em: <<http://www.edmonds.co.uk/exhibition-stand-howto.html>>. Acesso em 19 ago. 2013.

Exhibitions Work - The case for a powerful, cost-effective marketing. Disponível em: <http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradeairsector/exhibition_promotion/ufi_exhibitions_work.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2012.

Exhibitor credentials information 2014. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0CG8QFjAJ&url=http%3A%2F%2Fwww.louisvilleboatshow.com%2Fassets%2Fcabinets%2FCabinet113%2FExhibitor%2520Credentials%2520Information.pdf&ei=WXKCUv79LrXIsASjwoH4Bw&v6u=https%3A%2F%2Fs-v6exp1-v4.metric.gstatic.com%2Fgen_204%3Fip%3D189.68.74.58%26ts%3D1384280666266652%26auth%3D6zgsnh4qo7lxxppwuipge56c37c4efnd%26rndm%3D0.9881574393766261&v6s=2&v6t=65952&usg=AFQjCNGA1NPKhljQUcIyf2d8mUEWlvs73A&sig2=cx0XK07VEq3U6DPQ3eyzfw&bvm=bv.56343320,d.cWc>. Acesso em 12 nov. 2013.

Exhibitor credential order form. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CFoQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.kansasstatefair.com%2Fuploaded%2Fvendors%2FTicket_Order.pdf&ei=WXKCUv79LrXIsASjwoH4Bw&usg=AFQjCNHFK1aOatcp6NwTsnxO3ZjL7BvalQ&sig2=06bMYLjC3Qmv4tVSAWdAtQ&bvm=bv.56343320,d.cWc>. Acesso em 12 nov. 2013.

Exhibitor Rules and Regulations. Disponível em: <<http://www.acep.org/uploadedFiles/ACEP/MeetingSites/SA08/Exhibit/Exhibitor%20Rules%20and%20Regulations.pdf>>. Acesso em 07 mar. 2013.

EXPO-ABRH tem lançamentos e brincadeiras para atrair público. Disponível em: <<http://maisrh.wordpress.com/2010/08/19/expo-abrh-tem-lancamentos-e-brincadeiras-para-atrair-publico/>>. Acesso em 30 jan. 2013.

2013 Expogef Rio Exhibitor manual. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fsys2.sbgf.org.br%2Fcongresso%2Farquivos%2FExhibitor_Manual_English_Version.pdf&ei=90ZdUofzGrGziQf2vYCABQ&usg=AFQjCNEZNw4nCf8NeJwiZB0e-d-T1KxJQw&bvm=bv.53899372,d.aGc>. Acesso em 14 out. 2013.

Exponor – O Recinto. Disponível em: <<http://www.exponor.com.br/exponor-portugal/>>. Acesso em 14 out. 2013.

Exportação Passo a Passo / Ministério das Relações Exteriores. Brasília: MRE, 2004. Disponível em: <<http://www.schualm.com.br/artigos/Exportação.pdf>>. Acesso em 10 jan. 2012.

Exportação Passo a Passo/ Ministério das Relações Exteriores. Brasília: MRE, 2011. Disponível em: <<http://www.brasilglobalnet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/Manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

Expositores. Disponível em: <<http://ehcbr.com.br/expositores.php>>. Acesso em 18 nov. 2013.

Feiplar Composites & Feipur 2014. Disponível em: <http://www.feiplar.com.br/seja_mega.html>. Acesso em 08 fe v. 2014.

Feira 1 a 99 Brasil. Disponível em: <<http://www.portalradar.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=9348>>. Acesso em: 06 jun. 2013.

Feiras Internacionais – Roteiro para expositores. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=375&%5E%5E=>>>. Acesso em 14 out. 2013.

Feira do livro de Frankfurt 2013 - Orientações Gerais. Disponível em: <<http://www.abeu.org.br/Apresentacao-ABEU-Frankfurt-2013-Novo.pdf>>. Acesso em 23 jun. 2013.

Feiras Livres. Disponível em: <<http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/o-que-visitar/atrativos/pontos-turisticos/2836-feiras-livres>>. Acesso em 01 mar. 2014.

Feira Mista. Disponível em: <<http://www.jornalcana.com.br/noticia/Jornal-Cana/10469+Feira-mista>>. Acesso em 03 ago. 2013.

Feiras são vitrines dos pequenos negócios. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/rio-grande-do-norte/areas-de-atuacao/ampliao-do-mercado/feiras-e-eventos>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

Feiras Temáticas. Disponível em: <<http://foreigners.textovirtual.com/edit-value/feiras-tematicas.pdf>> . Acesso em: 10 mar 2012.

Feiras virtuais de negócios. Disponível em: <<http://www.arkadin.com/br/sobre-voce/necessidades/feiras-virtuais>>. Acesso em 23 jun. 2013.

2014 Home & Garden Show Floorplan. Disponível em: <<http://www.fresnoshows.com/floorplan/>>. Acesso em 19 nov. 2013.

FURINI, Elias; SPONCHIADO, Renato; SENGGER, Carine Maria; PANNO, Fernando; SENGGER, Igor. Participação em Feiras Comerciais como Ação Promocional dos Expositores. *IV Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação Estratégicas e Identidades Midiáticas.* UFSM. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/sipecom/anais/artigos/acaopromocional/SENGGER,%20PANNO,%20SENGGER,%20SPONCHIADO%20e%20FURINI.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

Futurecom exhibitor manual 2013. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.futureshare.com.br%2FFuturecom_Ano15%2FManual_do_expositor%2FExhibitors_Manual_ano15_Futurecom.pdf&ei=wuVHU5OYNrPF0AHkqIG4Dw&usq=AFQjCNGHqZAxNqD8s0xLTT8ILcC7sE7FqQ&sig2=WP1GNCPKJrkK3do7yZV6fw&bvm=bv.64542518,d.dmQ>. Acesso em 10 abr. 2014.

Gambia's Biennial Trade Fair Commences. Disponível em: <<http://gambianewsonline.blogspot.com.br/2011/12/gambias-biennial-trade-fair-commences.html>>. Acesso em 10 out. 2013.

General Terms of Participation in International Exhibitions. Disponível em: <http://belagro.minskexpo.com/en/belagro_uslov>. Acesso em 19 nov. 2013.

2013 Georgia National Fair. Disponível em: <<http://www.georgianationalfair.com/fair-map/>>. Acesso em 15 out. 2013.

Germany's biggest fair-trade exhibition expands its product portfolio. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0CHIQFjAJ&url=http%3A%2F%2Fwww.westfaltenhallen.de%2Fmessen%2Ffair%2Fen%2F1858.pdf&ei=mH-CUtkJ4m0sASC44DYBw&usq=AFQjCNGzdGgcWCE2xZhYBRwqdej4rN7ovA&bvm=bv.56343320,d.cWc>>. Acesso em 12 nov. 2013.

Great Exposure. Great Selling Opportunities. Great Results. Disponível em: <<http://www.npe.org/show-floor-plan>>. Acesso em 14 abr. 2014.

Green Trade Show Displays FAQ. Disponível em: <<http://boothster.com/green-displays-faq/>>. Acesso em 11 out. 2013.

Grupo Feira & Cia. Disponível em: <<http://www.feiraecia.com.br>>. Acesso em 10 jul. 2012.

Guia de Boas Práticas de Comunicação em Feiras e Eventos – Práticas e Procedimentos. Disponível em: <<http://www.abracom.org.br/guiafeirasecongressos.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2012.

()Historical Development of Fairs & Exhibitions.* Disponível em: <http://www.ufi.org/Public/Default.aspx?Clef_SITESMAPS=152>. Acesso em: 06 jun. 2012.

How to exhibit - Maximising the power of exhibitions. UFI - the Global Association of the Exhibition Industry. Disponível em: <http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradefairsector/exhibition_promotion/ufi_how_to_exhibit.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2012.

How to exhibit. Disponível em: <<http://www.eco.co.uk/p/how-to-exhibit/84>>. Acesso em: 21 ago. 2012.

How to Get the Most out of Exhibitions and Trade Shows - Tools for effective small business marketing. Disponível em: <<http://www.clarity-in-communication.com/getattachment/15a6bfd-0321-41d0-b1ee-cf5f853f8f7e/How-to-get-the-Most-out-of-Exhibitions-and-Trade-S.aspx>>. Acesso em: 29 ago. 2012.

Influence of Trade Fairs on a Host City Brand. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=32&ved=0CDEQFjABOB4&url=http%3A%2F%2Fwww.mruni.eu%2F%2Fmokslo_darbai%2Fvpa%2Farchyvas%2Fdwn.php%3Fid%3D340114&ei=_5-LUp-xBOjksATyuICYCw&usg=AFQjCNHFS3ab99FQ597sSYCTq8teW7rTDg&bvm=bv.56643336,d.eW0>. Acesso em 19 nov. 2013.

InnoTrans exhibitor manual 2014. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CD8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.innotrans.de%2Fmedia%2Fen%2Ffinno%2Ffinno_media%2Ffinno_pdf%2Fanmeldeunterlagen%2Fteilnahmebedingungen.pdf&ei=ZkGTUvvGLYXukQfhl4CQAg&usg=AFQjCNF2b0WKsfIsPu5-ARJZ6Um4I727IQ&sig=3cBhkKz2rkcM7yLJ_UHRTw&bvm=bv.56988011,d.eW0>. Acesso em: 15 set. 2013.

International Trade Fair Plastics and Rubber Exhibitor Manual 2014. Disponível em: <http://www.interplastica.de/cipp/md_ww2/lib/pub/object/downloadfile,oid,27231/lang,2/ticket,g_u_e_s_t/src,ip_check_in_2014/~INTERPLASTICA_2014_Check_in_WEB_Version.pdf>. Acesso em 05 mai 2013.

Introduction to How Trade Shows Work. Disponível em: <<http://money.howstuffworks.com/trade-show.htm>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

IP Protect Expo 2012 Exhibitors Manual. Disponível em: <<http://www.ip-protectexpo.com/IP-Protect-Expo-2012-Exhibitor-Manual.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2012.

(*)KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. *Principals of Global Marketing*. São Paulo: Editora Saraiva, 1999.

KOVACS, Erica Piros; OLIVEIRA, Brigitte Renata Bezerra de; ALBUQUERQUE, Steven Paul Smrekar. *Participação em Feiras: Uma Pesquisa Exploratória sobre Expositores Brasileiros e Estrangeiros em Eventos Internacionais*. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/379.pdf>>. Acesso em 12 mar. 2012.

MADOYAN, Annie. *Les Mots-clés Du Commerce International*. France: Breal Edition, 1998.

Mais de 12 mil pessoas visitaram a Brazil Automation 2012. Disponível em: <<http://www.manutencaoesuprimentos.com.br/conteudo/7430-mais-de-12-mil-pessoas-visitaram-brazil-automation-2012/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

Making the Most of Your Exhibition - A Structured Approach. Disponível em: <http://www.2seastrade.eu/images/uploads/Making_the_Most_of_Exhibitions_-_Advice_notes.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2012.

Manual do Expositor CIOSP 2013. Disponível em <http://www.ciosp.com.br/anexos/manual_formularios_expositor.pdf>. Acesso em: 14 out. 2012.

Manual do expositor XXXVII Congresso Brasileiro de Oftalmologia. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=20&ved=0CGAQFjAJOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.congressocbo.com.br%2Fcbo2013%2Farquivos%2Fexposicao-comercial%2Fmanual-do-expositor.pdf&ei=qWRVUv_xOpDS9ATxn4HACA&usg=AFQjCNG7ZkZDjT8EGh_i5eG_p5skI0RFLA&bvm=bv.53760139,d.eWU>. Acesso em: 09 out. 2013.

Manual do Expositor ExpoFood 2012. Disponível em: <<http://www.superrio.com.br/ManualExpositor2013.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2013>.

(*)*Manual do Expositor Feiplar Composites & Feipur 2012*. Disponível em: <http://www.feiplar.com.br/images/manual/manual_feiplar.pdf>. Acesso em: 24 set. 2012.

Manual do Expositor Feira ArtRio 2013. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.artrio.art.br%2Fvendor%2Fapplication%2FArtRio-App-2013.pdf&ei=4adWUs7yGtLh4APYsYDACQ&usg=AFQjCNF0NHnflgB-OwsNRzKcmamBTE827g&bvm=bv.53760139,d.dmg>>. Acesso em 10 out. 2013.

Manual do Expositor Feira do Empreendedor 2012. Disponível em: <<http://feiradoempreendedor-rs.com.br/wp-content/uploads/2012/05/BS-0003-12AE-Manual-Expositor.pdf>>. Acesso em 14 nov. 2012.

(*)*Manual de Feiras e Exposições SEBRAE*. Disponível em: <[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/2CEC7501C11CC400832573E0005C945F/\\$File/NT000374AE.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/2CEC7501C11CC400832573E0005C945F/$File/NT000374AE.pdf)>. Acesso em 30 abr. 2012.

(*)*Manual do Expositor FISA 2012*. Disponível em: <<http://www.fi-events.com.br/download/Call%20for%20papers2012/Manual%20Fisa%202012%20-%20Portugues.pdf>>. Acesso em 27 out. 2012.

Manual do Expositor Fispal 2011. Disponível em: <http://www.btsinforma.com.br/main.asp?cod_nucleo=10&cod_evento=19&cod_menu=113&cod_menu=349&cod_idioma=1#>. Acesso em: 30 abr. 2012.

Manual do Expositor FIT – Feira Internacional do Setor Infante-Juvenil 2012. Disponível em: <http://www.fit016.com.br/MANUAL_2012nov12.pdf>. Acesso em: 24 set. 2012.

Manual do Expositor Look Hair – Profissional Norte 2013. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=58&ved=0CFMQFjAHODI&url=http%3A%2F%2Fwww.lookhair.com.br%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F10%2FManual-do-Expositor-2013-Revisado.pdf&ei=x_hbUr61OaTAigLI54CoBA&usg=AFQjCNHzY5GJ8ZU8LtO->

dtJvqEV75miDzA&bvm=bv.53899372,d.cGE>. Acesso em 14 out. 2013.

Manual do Expositor SBD Rio 2012. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.dermato2012.com.br%2Fexpositor%2Fmanual_sbd.pdf&ei=IAZIU7eaCITV0QG84GYAQ&usg=AFQjCNHBKHoV3rr0t6GbRBaUYuTO0ZvmGw&sig2=2T3DrQi5zPihc-I1ScHxwA&bvm=bv.64542518,d.dmQ>. Acesso em 10 abr. 2014.

(*)*Manual de Participação em Feiras Internacionais*. Disponível em: Fonte: <http://www.fbcvb.org.br/hotsite/inscrição/manual_de_apoio.asp>. Acesso em 01 mar. 2012.

MARTINS, Plínio Filho. *Edusp: Um Projeto Editorial*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

Maximize Your Trade Show Investment With E-Mail. Disponível em: <<http://www.clickz.com/clickz/column/2138906/maximize-your-trade-show-investment-with-email>>. Acesso em 14 abr. 2014.

(*)MELIM, José Maria. *Como participar de uma feira ou exposição*. Joinville: Fundação Empreender. Disponível em: <http://www.nucleus-international.net/Nuc_Portugues/P10_Download/P04_Special_Activities/P04-01_Trade_Fair/P81_Feiras_Melim.pdf>. Acesso em: 22 set. 2012.

Mercado vertical x mercado horizontal. Disponível em: <<http://empresasefinancas.hsw.uol.com.br/exposicoes-profissionais3.htm>>. Acesso em: 11 mar. 2013.

(*)MILLER, Steve. *How to Get the Most out of Trade Shows*. 3rd ed. USA: NTC Business Book, 1999.

_____. *Stop wasting your time at Trade Shows and start making money – a handbook for exhibit staffers*. USA: Hikelly Productions, Inc., 2006.

(*)MUSGROVE, Linda. *The Complete Idiot's Guide to Trade Shows*. USA: Penguin Group, 2009.

NEVES, Maria Cristina Baeta; RAMAL, Silvina. *Pequenos Negócios em Comércio e Serviços*. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2005. 160p.

New York Trade Shows Booth Rental. Disponível em: <<http://www.exhibitsusa.com/new-york-city-nyc-trade-shows-displays-exhibit-booth-rentals>>. Acesso em 10 out. 2013.

(*)*Noções básicas: 02 - tipos de estandes*. Disponível em: <<http://www.falandodefeiras.info/2009/05/noco-es-basica-02-tipos-de-estandes.html>>. Acesso em 30 jan. 2013.

NZSIF exhibitor manual 2013. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CEkQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.gosnow.co.nz%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F04%2FWholesale_Info_13_NM.pdf&ei=vrlaUp2TFdGzKAe354DIBA&usg=AFQjCNF-_yYgNk1xAc802XrjNHFCFgxmIw&bvm=bv.53899372,d.eW0>. Acesso em 13 out. 2013.

Obtendo Sucesso em Feiras Internacionais. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br/abinee/dri/dri5.htm>>. Acesso em : 25 jul. 2011.

O desafio das feiras de negócios. Disponível em: <<http://www.connecton-mkt.com.br/noticia.php?id=9>>. Acesso em 06 jun. 2013.

O estande que é a cara da sua empresa. Disponível em: <http://www.diarioweb.com.br/sua_casa/corpo_noticia.asp?idCategoria=102&idNoticia=12226>. Acesso em 18 nov. 2013.

O mercado brasileiro de feiras 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/B181DA87B44053BE832573E0005BEE1E/\\$File/NT000374AA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/B181DA87B44053BE832573E0005BEE1E/$File/NT000374AA.pdf)>. Acesso em 02 mai. 2012.

ONKVISIT, Sak; SHAW, John. J. *International Marketing: Strategy and Theory*. New York: Routledge, 2009.

(*)*Orientações Básicas para participação em feiras internacionais.* Disponível em: <<http://wiki.apexbrasil.com.br/@api/deki/files/1354/=OrientacoesBasicasParticipaçãoFeirasInternacionais.pdf>>. Acesso em 26 fev. 2012.

Os bastidores de uma feira livre. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=34&ved=0CDkQFjADOB4&url=http%3A%2F%2Fpuc-riodigital.com.puc-rio.br%2Fmedia%2F13%2520-%2520os%2520bastidores%2520de%2520uma%2520feira%2520livre.pdf&ei=fokTU6nwGM75kQfQhCgDA&usq=AFQjCNGUKfvfK0LcDnByWc37E5d82knSHA&bvm=bv.62286460,d.eW0>>. Acesso em 01 mar. 2014.

OTGAAR, Alexander H. J; BERG, Leo Van Den; BERGER, Christian.; FENG, Rachel Xiang. *Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise*. Netherlands: Ashgate Publishing Company, 2010.

Paralela Gift - Feira de negócio. Disponível em: <<http://www.paralelagift.com.br/paginas/default.aspx>>. Acesso em 23 jun. 2013.

Participation in a trade fair. Disponível em: <<http://www.carbon-composites.eu/en/performance-spectrum/participation-a-trade-fair>>. Acesso em 11 out. 2013.

PDAC exhibitor manual 2014. Disponível em: <<http://www.pdac.ca/convention/exhibit-presentation-opportunities/exhibitor-manual-trade-show-investors-exchange/section-7-shipping-customs>>. Acesso em 14 abr. 2014.

Personalized stand design - Mixed solutions. Disponível em: <<http://www.arounder.eu/3adesigneu/persmixed/mixed.html>>. Acesso em 19 nov. 2013.

Petink Soluções Inovadoras para PDV. Disponível em: <<http://www.petink.com.br/display-de-chao-petink>>. Acesso em 28 mai. 2013.

Planejamento eficaz de feira comercial. Disponível em: <http://brasil.smetoolkit.org/brasil/pt_br/content/pt_br/50/Planejamento-eficaz-de-feira-comercial>. Acesso em 14 out. 2013.

Plast-ISO Plásticos de Engenharia & Acrílico. Disponível em: <<http://www.plastiso.com.br/>>. Acesso em 23 jun. 2013.

Product 'totems' for Belgian dealers and tradeshow. Disponível em: <http://www.banksys.com/index/en_US/0000/5745383/Product%E2%80%98totems%E2%89-for-Belgian-dealers-and-tradeshow-.htm>. Acesso em 06 jun. 2013.

7 Reasons To Attend Trade Fairs. Disponível em: <http://www.key4communications.com/en/key4/tendencias/7-reasons-to-attend-trade-fairs_226.html>. Acesso em 12 nov. 2013.

Regulamento Geral da Feira 1 a 99 Brasil – 25ª edição. Disponível em <<http://www.feira199brasil.com.br/upload/arquivos/regulamento.pdf>>. Acesso em 14 fev. 2012.

Relatório de Inteligência em Feiras - SEBRAE 2011. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/CCCB3CAE80DF83CC8325795A00417405/\\$File/NT00047266.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/CCCB3CAE80DF83CC8325795A00417405/$File/NT00047266.pdf)>. Acesso em: 02 mai. 2012.

Revista Feira&Cia. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 8, n. 65, 2006.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 9, n.68, 2006.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 9, n.70, 2006.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 9, n.72, 2006.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 10, n.74/75, 2007.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 10, n.77, 2007.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 11, n.85, 2009.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 11, n.88, 2009.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 13, n.94, 2010.

(*)_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 14, n.100, 2011.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 14, n.102, 2011.

_____. São Paulo: Sansei Editora Ltda, ano 15, n.105, 2012.

RISPOLI, Reginaldo. Feiras e Exposições. In:____ *Eventos Como Fazer*. Brasília: Editora Redgraf, 2007.

Riverwalk market fair – The art of a summer saturday. Disponível em: <<http://riverwalkmarketfair.org/>>. Acesso em 04 mar. 2014.

RODRIGUES, Rui Miguel da Silva. *O contributo das Feiras Internacionais na Performance Exportadora das Empresas: a Percepção dos Empresários*. 2010. Dissertação (Mestrado em Economia e Gestão Internacional) - Faculdade de Economia da Universidade do Porto, 2010. Disponível em: <<http://www.repositorio->

aberto.up.pt/bitstream/10216/26924/2/RUI%20RODRIGUES%20%20EGI.pdf>. Acesso em 03 mar. 2012.

RONEY, Michael; UTVICH, Michael; STEVE, Marcus. *The guerilla guide to high-tech trade shows*. United States: Random House, 1996.

(*)SAENZ, Daniel Rodriguez. *How to Successfully Participate in International Trade Show*. Miami, 2007.

Seja um expositor – Feiplastic 2015. Disponível em: <<http://www.feiplastic.com.br/Expor/Seja-um-Expositor/>>. Acesso em 10 abr. 2014.

SERINGHAUS, F. H. Rolf; ROSSON, Philip J. (1998) "Management and performance of international trade fair exhibitors: government stands vs independent stands", *International Marketing Review*, Vol. 15 Iss: 5, pp.398 – 412. Disponível em: <<http://www.emarketing.net.cn/upload/file/2009/03/18/221237387403913.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2012.

SITF exhibitors to part with minimum of 4500 euros. Disponível em: <<http://www.times.co.sz/index.php?news=15645>>. Acesso em 01 fev. 2014.

Sponsors. Disponível em: <<http://invitra.co.uk/sponsors/>>. Acesso em 18 nov. 2013.

Stand Builder Guideline. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=13&ved=0CDoQFjACOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.breadandbutter.com%2Fdownloads%2FStand_builder_guideline_W14.pdf&ei=ZImCUqObDtDJsQS9-YD4DA&usg=AFQjCNHZqPFWqtnezk7grKpg5yV8wHcEeg&bvm=bv.56343320,d.cWc&ad=rja>. Acesso em 12 nov. 2013.

Stand Cleaning Expopharm. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=30&ved=0CG4QFjAJOBQ&url=http%3A%2F%2Fwww.expopharm.de%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F05%2FB_76_2.pdf&ei=jH2CUu3yNOTIsATSvoDYDA&usg=AFQjCNF1K036JGHccLDJdThDu9UwoD8jtA&bvm=bv.56343320,d.cWc>. Acesso em 12 nov. 2013.

Stand construction. Disponível em: <<http://www.remadays.com/index.php/en/for-exhibitors/stand-construction>>. Acesso em 18 nov. 2013.

Successful Exhibit Marketing. Disponível em: <<http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradefairsector/howtoexhibit.pdf>>. Acesso em: 09 jan. 2012.

Stand Project and Quote. Disponível em: <http://www.euroshop-tradefair.com/cipp/md_euroshop/custom/pub/show,lang,2/oid,8038/xa_nr,2356384/~Web-ProdDdatasheet/prod_ddatasheet>. Acesso em 15 out. 2013.

(*)*Successful Participation in Trade Fairs*. Disponível em: <http://www.auma.de/_pages/e/12_Download/download/TradeFairPreparation/Successful_participation.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2012.

SuisseEMEX B2B trade show. Disponível em: <<http://www.suisse-emex.ch/english/>>. Acesso em 12 nov. 2013.

Sumter County Fair 2012. Disponível em: <<http://www.sumterfair.com/Docs/BOOTH-RENTAL-2012.pdf>>. Acesso em 15/03/2013.

Tampere Trade fairs Ltd. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=19&ved=0CHMQFjAIOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.exigo-finland.com%2Fnews%2Fali-hankinta_on_the_road_press_release21092010.pdf&ei=81tHU4XKBueU0gHzuYH4Dw&usg=AFQjCNHnniowL7ri4APdm2Yd5vRcbub4Q&sig2=oVr9VjLxh_-HbNWZeBMTWQ&bvm=bv.64542518,d.dmQ>. Acesso em 10 abr. 2014.

(*) *The Role Of Exhibitions In The Marketing Mix*. Disponível em: <http://www.ufi.org/medias/pdf/ufiactivities/education/ufi_education.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2013.

The Role of the Interpreter in International Trade Fairs. Disponível em: <<http://www.tesionline.com/intl/thesis.jsp?id=22403>>. Acesso em: 23 jun. 2013.

The Trade Show for Kids' First Years. Disponível em: <http://www.kindundjugend.com/en/kindundjugend/fuer_besucher/eintrittskarten_katalog/index.php>. Acesso em: 10 out. 2013.

The world map of exhibition venues and future trends. Disponível em: <http://www.ufi.org/Public/Default.aspx?Clef_SITESMAPS=142&Clef_SITESMAPS=144>. Acesso em: 26 nov. 2012.

(*) *Tips for Trade Show Success*. Disponível em: <<http://www.adlerdisplay.com/resources/Tips-for-TradeShow-Success.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2012.

Top Ten List of Rental Display Advantages. Disponível em: <http://www.tsteacher.com/resources/tradeshows_teacher_article_top_ten_list_of_rental_display_advantages.php>. Acesso em: 29 ago. 2012.

Top Types of Displays. Disponível em: <http://www.tsteacher.com/resources/tradeshows_teacher_article_top_types_of_displays.php>. Acesso em: 29 ago. 2012.

Trade fair and exhibitions. Disponível em: <http://www.exporthelp.org/modules/8_export_plan/promotion/trade_fairs.html>. Acesso em: 17 jan. 2013.

Trade Fair Stand Package. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.internetworld-messe.de%2Feng%2Fcontent%2Fdownload%2F888%2F9963%2Ffile%2FIIW13_Application_StandPackage.pdf&ei=q1uKUuXZMcaqkAfJ7IHOCQ&usg=AFQjCNGUcSuHa-JpSyJ2zwgJtYCwUk8A_Q&bvm=bv.56643336,d.eW0>. Acesso em 18 nov. 2013.

Trade Show Booths Are Like Real Estate: Location, Location, Location. Disponível em: <http://www.smarttradeshows.com/articles/booth_location.htm>. Acesso 11 out. 2013.

Trade Show Budgeting. Disponível em: <<http://www.tradeshowinstitute.com/downloads/Trade%20Show%20Budgeting.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2012.

(*)*Trade Show Executive Magazine, June 2012 Issue.* Disponível em: <<http://www.tradeshowexecutive.com/RecentIssues.asp>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

(*)*Trade Show Executive Magazine, July 2012 Issue.* Disponível em: <<http://www.tradeshowexecutive.com/RecentIssues.asp>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

(*)*Trade Show Executive Magazine, August 2012 Issue.* Disponível em: <<http://www.tradeshowexecutive.com/RecentIssues.asp>>. Acesso em: 12 aug. 2012.

Trade show focus. Disponível em: <<http://www.tradeshowfocus.com/tag/floor-displays/>>. Acesso em: 23 jun. 2013.

Trade Shows in USA. Disponível em: <<http://www.expodatabase.com/trade-shows-america/usa/>>. Acesso em 18 nov. 2013.

(*)*Trade Show Marketing Best Practices.* Disponível em: <http://www.ggcomm.com/TradeShow_WhitePaper.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2012.

Trade Show Marketing Manual - How to Make the Most of and Get the Most out of Tradeshow exhibiting. Disponível em: <<http://www.wcfexpo.com/pdf/tsmm2.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2012.

(*)*Trade Show Teacher's Tips and Tricks "From the Trade Show Trenches".* Disponível em: <http://www.tsteacher.com/resources/tradeshow_teacher_article_tips_and_tricks_from_the_trade_show_trenches.php>. Acesso em: 17 jan. 2013.

Trade Union Congress 2012. Disponível em: <http://www.tuc.org.uk/the_tuc/tuc-21061-f0.cfm>. Acesso em 15 mar. 2013.

Trends of Beauty Vienna cosmetics trade fair. Disponível em: <<http://trendsofbeautyenglish.wordpress.com/2013/07/24/73/#more-73>>. Acesso em 12 nov. 2013.

Union Displays. Disponível em: <<http://www.uniondisplays.com.br/loja/feiras-e-exposicoes/display-pop-up-magnetico>>. Acesso em 28 mai. 2013.

Varsity records excellent performance at trade fair. Disponível em: <<http://www.uonbi.ac.ke/node/4359>>. Acesso em 23 nov. 2013.

VILELA, Lamounier Erthal. Feiras Setoriais em Arranjos Produtivos Locais como Lócus de Inovação e Empreendedorismo – O caso da FEVEST de Nova Friburgo – RJ. *Revista Administração em Diálogo*, São Paulo, Vol.12, n.2, p. 121-150, Mai./Jun./Jul./Ago.2010.

Vinexpo, a maior feira internacional de vinhos, mostra resultados. Disponível em: <http://www.academiadovinho.com.br/_ablog.php?art=75>. Acesso em 08 fev. 2014.

What are the Different Types of Trade Show Displays? Disponível em: <<http://www.wisegeek.com/what-are-the-different-types-of-trade-show-displays.htm>> Acesso em: 18 ago. 2013.

What Is a Trade Fair? Disponível em: <<http://www.wisegeek.com/what-is-a-trade-fair.htm>>. Acesso em 14 abr. 2014.

Watch Out For End Cap Booth Spaces At Your Next Trade Show. Disponível em: <<http://alexisexhibits.com/blog/bid/36224/Watch-Out-For-End-Cap-Booth-Spaces-At-Your-Next-Trade-Show>>. Acesso em 12 out. 2013.

Will a Trade Show Truss System Work For You? Disponível em: <<http://makingsense.hubpages.com/hub/Why-Trade-Show-Truss-Systems-Are-So-Popular>>. Acesso em: 06 jun. 2013.

Your success at a Trade Fair. Disponível em: <<http://www.dega-expoteam.de/en/messebau-standbau/messen-erfolgreich-planen.html>>. Acesso em 14 abr. 2014.

ZINATELLI, Jennifer et al. *Feiras de Negócios: O papel das Relações Públicas na Participação de Expositores*. Trabalho apresentado no XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1049-1.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2012.

ZOETEMAN, Kees. *Sustainable Development Drivers*. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=-WfWdp_ny0YC&pg=PA66&lpg=PA66&dq=Fair+trade+is+an+organized+social+movement+that+aims+to+help+producers+in+developing+countries+to+make+better+trading+conditions+and+promote+sustainability&source=bl&ots=ubWZWLi2oZ&sig=-SgnZLS7AxpukzHbzcZFQBOyrNk&hl=pt-BR&sa=X&ei=ll6PU76FFof54QTsp4HQAaw&ved=0CFcQ6AEwBQ#v=onepage&q=Fair%20trade%20is%20an%20organized%20social%20movement%20that%20aims%20to%20help%20producers%20in%20developing%20countries%20to%20make%20better%20trading%20conditions%20and%20promote%20sustainability&f=false>. Acesso em 07 fev. 2014.

(*) Estas referências aparecem tanto no corpo de nosso trabalho, como nas fontes do nosso glossário.

Autorizo a reprodução xerográfica para fins de pesquisa.

São José do Rio Preto, 02 de julho de 2014.

ARIANE DUTRA FANTE GODOY