

## RESSALVA

Atendendo solicitação da autora, o texto completo desta dissertação será disponibilizado somente a partir da autorização do Conselho de Curso do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos.



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"  
Câmpus de São José do Rio Preto

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<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. 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

**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.

## 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:

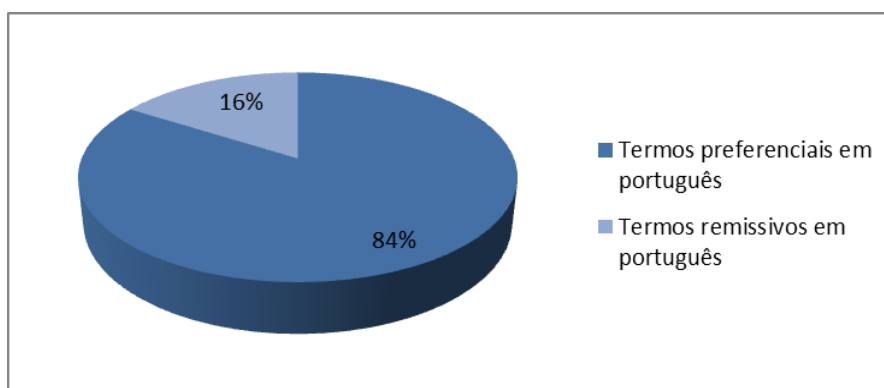


Gráfico 3: Termos preferenciais e remissivos em português

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:

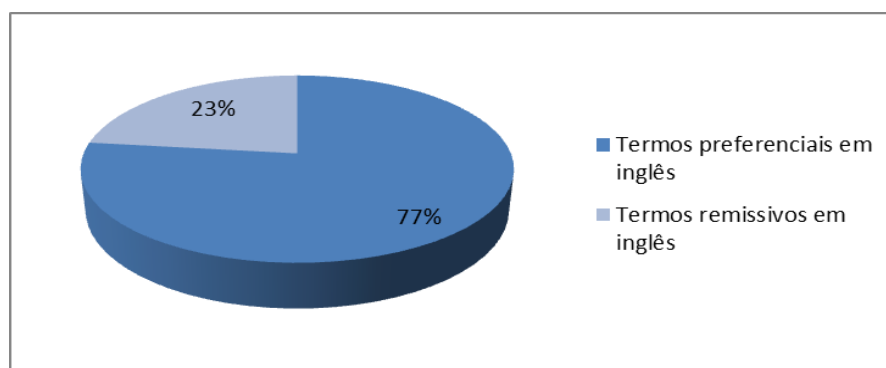


Gráfico 4: Termos preferenciais e remissivos em inglês

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:

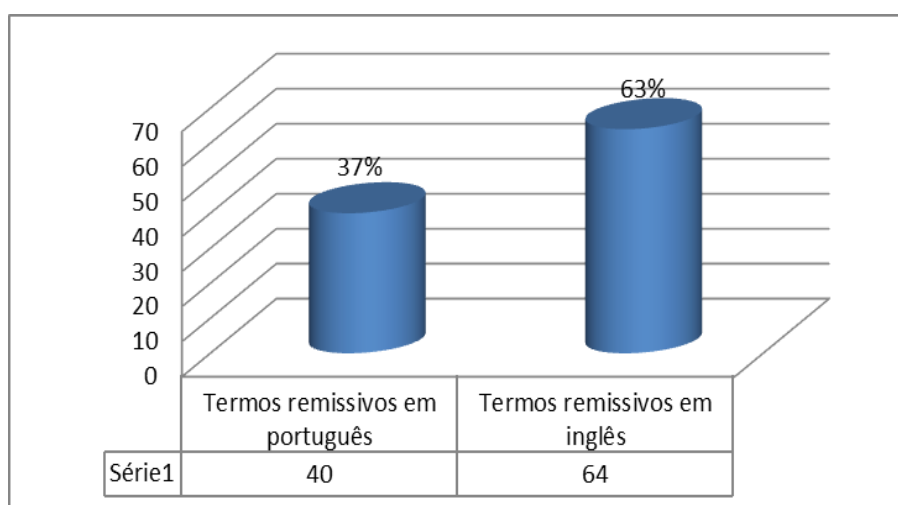


Gráfico 5: Total de termos remissivos

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:

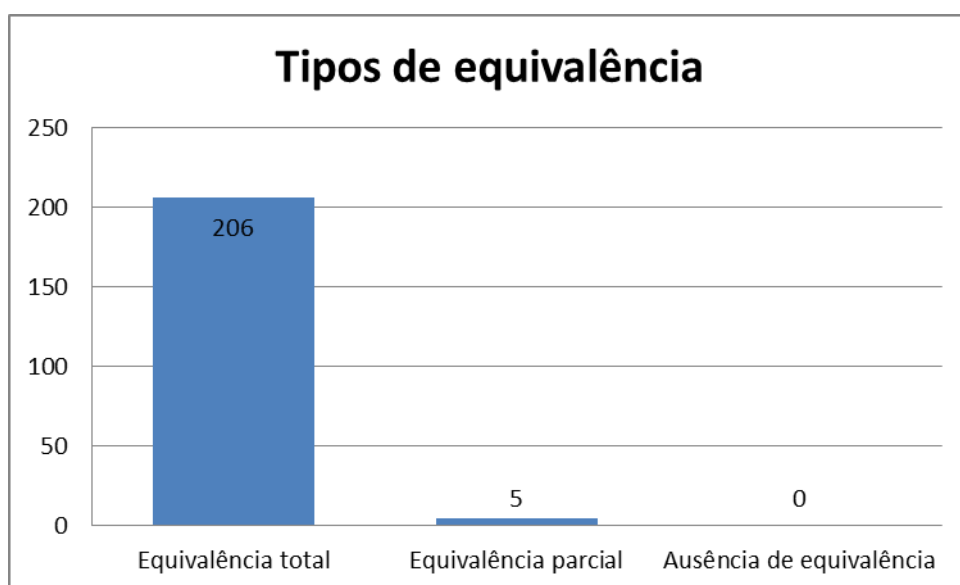


Gráfico 6: Tipos de equivalências

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.