

A BUSCA DE EQUIVALENTES PARA A ELABORAÇÃO DE UM DICIONÁRIO TERMINOLÓGICO MULTILÍNGUE DAS FEIRAS DE NEGÓCIOS

Ariane Dutra Fante Godoy*

Resumen: Una feria es la puerta de entrada de los productos brasileños en los mercados extranjeros y de los productos extranjeros en el mercado brasileño. Este contexto favorece la aparición de material especializado y crea la demanda de traducción. Por lo tanto, nos proponemos analizar la terminología multilingüe (Portugués-Inglés-Francés-Italiano) este sector, para la preparación de un diccionario terminológico para el uso de los profesionales, investigadores, estudiantes, y especialmente intérpretes y traductores. La investigación se basa en los conceptos y principios de la Terminología Multilingüe y Equivalencia Terminológica (Dubuc 1985, 1992), la Teoría Comunicativa de la Terminología (Cabré, 1993, 1999), la Variación Terminológica (Faulstich, 1998, 2001), y Lingüística Corpus (Sinclair 1966; Berber Sardinha, 2004). Para desarrollar este trabajo, hemos reunido corpus en francés e italiano (libros, artículos y revistas especializadas, guías y manuales del expositor). Para la recogida de los términos usamos las herramientas WordSmith tools (versión 6.0), desarrollado por Mike Scott (2012), y almacenar los términos en los registros de terminología creado con el apoyo de la herramienta Access 2010. A continuación, se organizan los términos en los sistemas conceptuales y procedemos al análisis semántico para la búsqueda y el establecimiento de equivalencias. Teniendo en cuenta la importancia de las ferias para la expansión de las exportaciones, nuestra investigación será útil para profesionales, intérpretes y traductores que producen textos en las lenguas de nuestro estudio.

Palabras-clave: terminología multilingüe, traducción, ferias, comercio exterior

Resumo: Uma feira de negócios é o portão de entrada de produtos brasileiros no mercado externo e de produtos estrangeiros no mercado brasileiro. Esse contexto estimula o surgimento de material especializado e cria a demanda por tradução. Desse modo, propomos analisar a terminologia multilíngue português-inglês-francês-italiano do setor feirístico, para a elaboração de um dicionário terminológico para uso de profissionais, pesquisadores, estudantes e, principalmente, intérpretes e tradutores. Para tanto, utilizamos como base teórica os conceitos e princípios da Terminologia Multilíngue e Equivalência Terminológica (Dubuc, 1985, 1992), da Teoria Comunicativa da Terminologia (Cabré, 1993, 1999), da Variação Terminológica (Faulstich, 1998, 2001), e da Linguística de Corpus (Sinclair, 1966; Berber Sardinha, 2004). Para desenvolver esse trabalho, reunimos corpora em francês e em italiano (livros, artigos e revistas especializadas, guias e manuais do expositor). Para a coleta dos termos utilizamos o software WordSmith tools (versão 6.0), desenvolvido por Mike Scott (2012), e os armazenamos em fichas terminológicas criadas com o apoio da ferramenta Access 2010. Em seguida, organizamos os termos em sistemas conceituais e procedemos à análise semântica para a busca e o estabelecimento das equivalências. Considerando a relevância das feiras para a expansão das exportações, nossa pesquisa será útil para profissionais da área, intérpretes e tradutores que produzem textos nas línguas de nosso estudo.

Palavras-chave: terminologia multilíngue, tradução, feiras, comércio exterior

Abstract: A trade fair is the gateway of Brazilian products in foreign markets and foreign products in the Brazilian market. This context encourages the emergence of specialized material and creates the demand for translation. Thus, we propose to analyze the multilingual terminology (Portuguese-English-French-Italian) of the trade fair sector in order to develop a terminological dictionary to be used by professionals, researchers, students and specially interpreters and translators. The research is based on the concepts and principles of Multilingual Terminology and Terminological Equivalence (Dubuc, 1985, 1992), Communicative Theory of Terminology (Cabré, 1993, 1999), Terminological Variation (Faulstich, 1998, 2001), and Corpus Linguistics (Sinclair 1966; Berber Sardinha, 2004). To develop this work, we gathered corpora in French and Italian (books, specialized articles and magazines, guides and manuals for exhibitors). To collect the terms WordSmith tools (version 6.0) developed by Mike Scott (2012) is being used, and the key terms are being stored in terminological records created from Microsoft Access (2010). Finally, these terms are being organized in conceptual systems and a semantic analysis is being made for the establishment of equivalencies. Considering the importance of trade fairs for the expansion of exports, our research will be useful for professionals in the field, interpreters and translators who produce texts in the languages of our study.

Keywords: multilingual terminology, translation, trade shows, foreign trade

Cómo citar este artículo: Godoy, Ariane Dutra Fante (2016). "A busca de equivalentes para a elaboração de um dicionário terminológico multilíngue das feiras de negócios". *Debate Terminológico* 16. 28-38.

* Doutoranda em Estudos da Tradução pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Tradução pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP, sob a orientação da Profª. Dra. Adriana Zavaglia. E-mail: ariane.fante@gmail.com

1. Introdução

O setor feirístico tem grande relevância no cenário econômico nacional e internacional e está em constante expansão, oferecendo oportunidades para as empresas tornarem-se conhecidas, expandirem seus negócios, gerarem empregos e aumentarem as suas receitas. Como instrumento de promoção comercial diferenciado, uma vez que possibilita a apresentação do produto ao vivo ao seu potencial comprador, as feiras são o portão de entrada de produtos nacionais no mercado externo e de produtos estrangeiros no mercado brasileiro e são, portanto, o gatilho das exportações.

De acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), no período de janeiro a julho de 2016, entre os principais países de destino das exportações brasileiras, com a China em primeiro lugar e os Estados Unidos em segundo, estão a Itália, na 9ª posição, o Reino Unido, na 14ª posição e a França, na 19ª posição (MDIC, 2016), países de interesse da pesquisa, conforme pode ser observado na Tabela a seguir:

		JANEIRO-JULHO				
DISCRIMINAÇÃO		2016 (A)	Part %	2015 (B)	Part %	Var. % A/B
TOTAL GERAL		106.585.403.211	100	112.862.205.795	100	-5,56
#	TOTAL DOS PRINCIPAIS PAÍSES	88.981.410.541	83,48	91.177.105.458	80,79	-2,41
1	China	23.139.942.801	21,71	22.576.138.294	20,00	2,50
2	Estados Unidos	12.568.792.793	11,79	14.105.471.255	12,50	-10,89
3	Argentina	7.553.478.488	7,09	7.689.625.751	6,81	-1,77
4	Países Baixos (Holanda)	6.440.552.947	6,04	5.946.821.244	5,27	8,30
5	Alemanha	2.732.673.392	2,56	3.259.738.467	2,89	-16,17
6	Japão	2.685.043.991	2,52	2.631.273.348	2,33	2,04
7	Chile	2.213.017.787	2,08	2.337.354.820	2,07	-5,32
8	México	2.171.362.286	2,04	2.003.650.678	1,78	8,37
9	Itália	1.934.510.556	1,81	1.885.222.477	1,67	2,61
10	Bélgica	1.761.581.596	1,65	1.841.157.146	1,63	-4,32
11	Coreia do Sul	1.730.154.543	1,62	1.606.814.044	1,42	7,68
12	Espanha	1.612.270.712	1,51	1.698.326.086	1,50	-5,07
13	Índia	1.549.884.170	1,45	2.051.996.824	1,82	-24,47
14	Reino Unido	1.549.387.515	1,45	1.785.884.230	1,58	-13,24
15	Arábia Saudita	1.444.961.358	1,36	1.521.287.876	1,35	-5,02
16	Hong Kong	1.354.028.705	1,27	1.276.649.379	1,13	6,06
17	Canadá	1.351.277.963	1,27	1.227.709.738	1,09	10,06
18	Uruguai	1.323.463.423	1,24	1.528.580.494	1,35	-13,42
19	França	1.313.137.643	1,23	1.469.428.874	1,30	-10,64

Tabela 1: Exportação brasileira: principais países de destino - US\$FOB
Fonte: Secretaria de Comércio Exterior/MDIC, Jan-Jul 2016

Desse modo, considerando os dados do comércio bilateral entre o Brasil, o Reino Unido, a França e a Itália, podemos afirmar que o aumento das exportações brasileiras está diretamente relacionado à participação das empresas em feiras internacionais, já que se trata de um importante mecanismo de penetração no mercado externo para a internacionalização da marca, a apresentação e adequação de produtos, o fechamento de negócios e o consequente aumento das vendas. Nickels e Wood (1999, p. 364) acrescentam que “as feiras de negócios internacionais permitem que empresas de todo o mundo se reúnam e troquem informações sobre os produtos”.

Por conseguinte, uma empresa que pretenda internacionalizar-se e exportar seus produtos para o exterior deve, a princípio, divulgá-los no mercado escolhido por meio da participação em feiras para, então, tornar

sua marca conhecida pelos compradores locais. Essa é, portanto, a maneira mais segura e confiável de penetração em um mercado externo.

Tal contexto se dá numa perspectiva multilíngue, uma vez que a comunicação se realiza entre expositores de diversos países e, evidentemente, diversas línguas. Essa realidade implica o surgimento de diferentes materiais escritos em diferentes línguas, como os manuais do expositor, e, conseqüentemente, a demanda por traduções. Ainda que seja uma área forte no Brasil e no mundo, não se encontram materiais terminográficos disponíveis para os profissionais envolvidos, sejam eles expositores, organizadores, promotores e visitantes ou tradutores e intérpretes.

Assim, nossa pesquisa de doutorado, fundamentada especialmente na Terminologia Multilíngue e Equivalência Terminológica (Dubuc, 1985, 1992), na Variação Terminológica (Faulstich, 1998, 2001) e na Linguística de *Corpus* (Sinclair, 1966; Berber Sardinha 2004), vem contribuir para preencher essa lacuna com a proposta da elaboração de um dicionário multilíngue dos termos fundamentais do setor feirístico.

O presente trabalho propõe apresentar parte de pesquisa de doutorado em andamento¹, uma continuidade do mestrado (Godoy, 2014)², que se insere na área das feiras de negócios. No presente trabalho será apresentada parte da referida pesquisa, a saber: a metodologia utilizada para encontrar as equivalências terminológicas do domínio das feiras de negócios, num contexto unidirecional, do português para o inglês, o francês e o italiano. Para tanto, serão desenvolvidas as seguintes seções: a base teórica que fundamenta a busca pelas equivalências, os materiais e métodos utilizados para esse fim e as considerações finais.

2. Referencial teórico para a busca de equivalentes

Tradução e Terminologia são campos distintos de conhecimento e de atuação, apesar de suas zonas de confluência, uma vez que a tradução “constitui uma finalidade nela mesma ao produzir um texto em outra língua, enquanto que a Terminologia aplicada, ao elaborar obras de referência, oferece instrumentos pragmáticos para facilitar o trabalho de tradutores” (Krieger; Maciel, 2001: 159). Porém, esses campos do conhecimento se concentram, segundo Cabré (2010, p. 357), em dois objetos diferentes: “a tradução trata do estudo do processo de tradução e da análise do texto traduzido, e a terminologia centra-se na forma e conteúdo dos nós lexicais que representam o conhecimento estruturado na mente dos especialistas”³. Assim, a relação entre a Tradução e a Terminologia é uma via de mão dupla, em que ambas desfrutam de um enriquecimento e auxílio mútuos (Aubert, 2001).

No caso do presente trabalho, a relação entre a Tradução e a Terminologia aparece mais nitidamente na busca pelas equivalências. De um lado, as estabelecemos de fato, ou seja, traduzimos um termo numa língua por outro em outra língua, de outro, utilizamos uma abordagem teórica da Terminologia que nos auxilia nesse processo. Em outras palavras, inserimo-nos no conjunto das pesquisas que objetivam munir tradutores, pesquisadores e estudantes de tradução de instrumentos de trabalho dotados de maior grau de precisão e confiabilidade.

Ao realizar um trabalho terminológico comparativo entre duas ou mais línguas, contrapõem-se automaticamente realidades linguísticas distintas, e disso resulta o grande desafio para o terminólogo, ou seja, encontrar o termo utilizado em cada comunidade linguística. Para tanto, utilizamos os ganchos

¹ *Dicionário Multilíngue dos Termos Fundamentais do Setor Feirístico*. Pesquisa de doutorado em andamento. Processo FAPESP nº. 2015/06562-6.

² *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 Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de São José do Rio Preto. Processo FAPESP nº. 2012/09499-5.

³ Translation deals with the study of the translation process and the analysis of the translated text, and terminology focuses on the lexical form and content nodes representing knowledge as structured in the experts' mind (Cabré, 2010: 357). Todas as traduções são de autoria da autora, salvo quando especificado.

terminológicos⁴ como recurso para a busca dos equivalentes dos termos fundamentais do setor das feiras de negócios.

Sabe-se que em Terminologia o contexto é essencial e o termo deve aparecer em seu uso real. Por contexto compreendemos “parte de um texto ou enunciado, em que está incluída uma unidade lexical, com a função de contribuir para a determinação do seu significado” (Pavel; Nolet, 2001: 118). O contexto fornece informações sobre os traços semânticos de um conceito ou sobre o uso de um termo. Assim, os contextos são “discursos manifestados em que são engendrados conceitos, por distintos processos. Tais conceitos constituem as principais fontes de que são extraídos os correspondentes traços semântico-conceptuais” (Barbosa, 2001: 72). Por essa razão, os candidatos a termo de nosso dicionário são analisados em seus contextos de uso reais.

No que diz respeito à questão da busca dos equivalentes para os termos estudados nas quatro línguas, nos valeremos dos conceitos de Dubuc (1985). Para o autor, “dois termos são *equivalentes* se possuem uma identidade quase completa de sentido e de usos dentro de um mesmo domínio de aplicação”⁵; dois termos são *correspondentes* quando “o termo da língua A só recobre parcialmente o campo de significação do termo da língua B e vice-versa”⁶ (Dubuc, 1985: 69). Pode ocorrer, ainda, uma ausência de equivalência ou correspondência entre línguas diferentes, quando o termo da língua A não encontra nenhum termo na língua B, ou vice-versa.

Podemos citar como exemplo o termo “feira virtual” e seus equivalentes nas quatro línguas: *virtual fair* (ing.), *salon virtual* (fr.) e *fiera virtuale* (it.), como pode ser observado no esquema abaixo. São exemplos de termos equivalentes, pois possuem o mesmo sentido dentro do domínio das feiras de negócios. As feiras virtuais são feiras que surgiram com a chegada da internet e que se opõem às feiras tradicionais, presenciais, realizadas nos pavilhões de exposições.

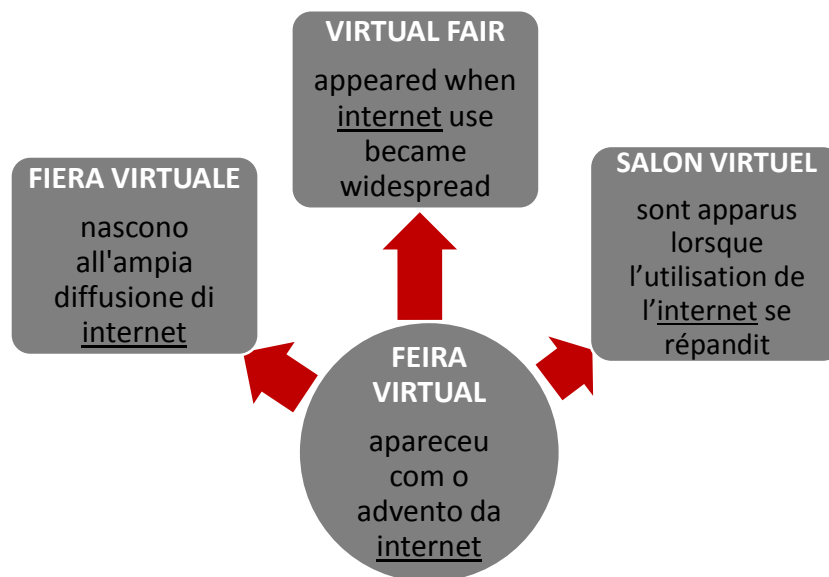


Figura 1: Termo “feira virtual” e seus equivalentes
Fonte: Elaborado pela autora

⁴ Os ganchos terminológicos são definidos por Dubuc (1985) como “descritores comuns aos contextos que acompanham os termos em uma ficha terminológica” (DUBUC, 1985, p. 72). Por descritores o autor entende “os elementos reveladores do conceito contidos no contexto” (Ibid., p. 62).

⁵ 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 (Ibid., p. 69).

⁶ Le terme de la langue A ne recouvre que partiellement le champ de signification du terme de la langue B ou vice versa (Id.).

Por outro lado, para o termo “aluguel de estande”, temos um exemplo de correspondência, já que o termo em português recobre parcialmente o campo de significação do termo em inglês. Isso ocorre porque no inglês existe a distinção entre o aluguel de estande para participar de uma feira pela primeira vez (*stand rental*) e o aluguel de estande como parte do *marketing mix*, utilizado de forma regular (*stand lease*). No italiano, encontramos: *affitto* (aluguel com finalidade comercial); *locazione* (aluguel sem finalidade comercial) e *noleggio* (aluguel de telefone, flores, equipamentos...). Desse modo, temos o termo *affitto dello stand* para “aluguel de estande”, em italiano. No francês, encontramos o termo *location du stand*.

3. A busca pelas equivalências: métodos e análises

Para desenvolver a pesquisa de doutorado, fizemos um levantamento bibliográfico do domínio das feiras e reunimos *corpora* em francês e em italiano⁷ (livros, artigos e revistas especializados, estudos de mercado das feiras, guias e manuais do expositor, trabalhos acadêmicos, manuais de participação em feiras produzidos por órgãos públicos e leis sobre feiras). Para este trabalho, utilizamos apenas guias e manuais do expositor⁸, indispensáveis para a participação em qualquer feira, seja no Brasil, no Reino Unido, na Itália ou na França.

Para a coleta dos termos utilizamos o *software* para processamento de *corpora*, *WordSmith tools* (versão 6.0), desenvolvido por Mike Scott (2012) e suas ferramentas *WordList* e *KeyWords* para a busca e a coleta de candidatos a termo e a ferramenta *Concord* para a análise dos contextos e a busca das equivalências. As *WordLists* elaboradas a partir de nossos *corpora* de estudo foram comparadas a *WordLists* dos *corpora* de referência nas quatro línguas, a saber: BNC (*British National Corpus*), para o inglês, Folha de São Paulo para o português, *French WaC* para o francês e *Italian WaC* para o italiano, para a obtenção das listas de *KeyWords* da terminologia das feiras de negócios. Em seguida, fizemos a pesquisa de concordância desses candidatos a termo no *Concord* para identificarmos a posição em que aparecem na frase, os termos colocados à direita e à esquerda e, principalmente, para realizarmos a busca e o estabelecimento das equivalências, por meio da análise dos contextos, utilizando a metodologia dos ganchos terminológicos proposta por Dubuc (1985), conforme será apresentado mais adiante.

Em seguida, organizamos os termos em quatro sistemas conceituais e procedemos à análise semântica dos mesmos, destacando os principais problemas encontrados na tradução, busca e estabelecimento das equivalências, objetivo do presente artigo. Apresentamos, a seguir, a árvore de domínio em francês, contendo os principais galhos do sistema nocional *foire*:

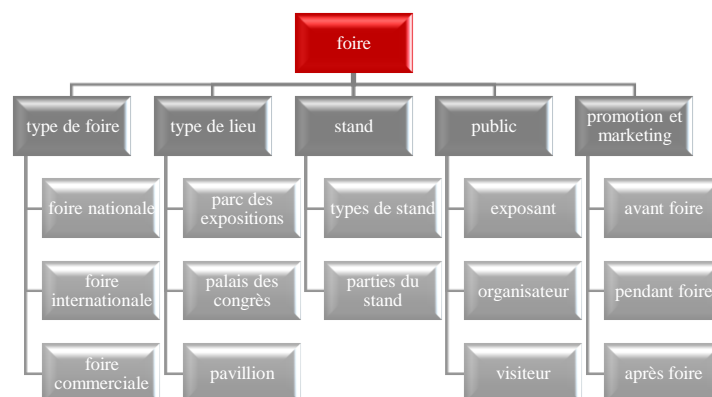


Figura 2: Árvore de domínio em francês
Fonte: Adaptado de Godoy (2014, p. 88)

⁷ Os *corpora* em português e inglês já foram constituídos e os termos levantados durante o mestrado, mas serão complementados, se necessário.

⁸ Os manuais do expositor são disponibilizados nos sites das feiras de negócios a cada vez que uma feira é realizada. As principais feiras aqui analisadas são: foire de Paris, fiera Milano, feiras do Olympia Exhibition Centre, em Londres, e feiras do Expo Center Norte e Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. Os manuais dessas feiras são considerados documentos oficiais porque fazem parte do contrato de locação de estande e, portanto, devem ser lidos e analisados pelos expositores antes de se inscreverem para participarem de uma feira. Desse modo, as fontes têm um grau elevado de confiabilidade.

Para o presente artigo apresentaremos os termos “feiras de negócios”, “expositor” e “estande” e seus respectivos equivalentes em inglês, francês e italiano. Estes termos foram escolhidos devido a sua representatividade e frequência dentro do domínio estudado. Ao analisarmos os termos em seus contextos de uso, estabelecemos as equivalências de acordo com DUBUC (1985, 1992). Para tanto, utilizamos a Linguística de *Corpus* como instrumental para a coleta dos termos e análise dos contextos, como mencionado anteriormente, uma vez que ela contribui para a descoberta de novos dados e formulações de hipóteses que possivelmente não teríamos acesso sem a utilização de ferramentas computacionais, o que torna a nossa pesquisa mais eficiente e confiável.

A seguir, analisamos os termos supracitados que comporão a macroestrutura de nosso dicionário terminológico das feiras de negócios, nas quatro línguas. Esses termos foram coletados de *corpora* especializados e, portanto, são apresentados em seus contextos reais. Os ganchos terminológicos que atestam a equivalência conceitual entre os termos aparecerão destacados no texto e entre colchetes, como pode ser observado, a seguir, nos Quadros 1 a 9.

Em relação à equivalência terminológica em inglês, para o termo “feira de negócios”, temos:

<p>feira de negócios: são eventos <u>B2B (Business to Business)</u> [...]. O evento geralmente é <u>aberto</u> apenas <u>ao público especializado</u> e à imprensa. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</p>	<p>trade show⁹: are <u>B2B events</u> [...]. Generally trade shows are <u>open to trade visitors</u>. Fonte: UFI: The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.</p>
<p style="text-align: center;">Ganchos terminológicos: [eventos B2B] ↔ [B2B events] [aberto ao público especializado] ↔ [open to trade visitors]</p>	

Quadro 1: Termos feira de negócios e *trade show*
Fonte: Godoy (2014, p. 315)

Como podemos observar [eventos B2B ↔ B2B events] e [aberto ao público especializado ↔ open to trade visitors] são os ganchos terminológicos que comprovam a equivalência de sentido entre os termos “feira de negócios” e *trade show*.

No que diz respeito à equivalência terminológica em francês, para o termo “feira de negócios”, temos:

<p>feira de negócios: são eventos <u>B2B (business to business)</u> [...]. O evento geralmente é <u>aberto</u> apenas <u>ao público especializado</u> e à imprensa. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</p>	<p>salon professionnel: sont des <u>événements business-to-business (B2B)</u>. Généralement les salons professionnels ne sont pas ouverts au public et <u>ne peuvent s’y rendre que des représentants d’entreprises</u> et des membres de la presse. Fonte: UFI - Le Rôle des Foires et Salons dans le Marketing Mix.</p>
<p style="text-align: center;">Ganchos terminológicos: [eventos B2B] ↔ [événements business-to-business] [aberto ao público especializado] ↔ [ne peuvent s’y rendre que des d’entreprises]</p>	

Quadro 2: Termos feira de negócios e *salon professionnel*
Fonte: Elaborado pela autora

Nesse exemplo, encontramos os ganchos terminológicos destacados nos contextos de uso [eventos B2B ↔ événements business-to-business] e [aberto ao público especializado ↔ ne peuvent s’y rendre que des représentants d’entreprises] que trazem a equivalência de sentido entre “feira de negócios” e *salon professionnel*.

⁹ *Trade show*: termo utilizado nos EUA para feiras de negócios. *Trade fair*: termo utilizado na Europa e Ásia para feira de negócios.

E em relação à equivalência terminológica em italiano, para o termo “feira de negócios”, temos:

<p>feira de negócios: são eventos <u>B2B (Business to Business)</u> [...]. O evento geralmente é <u>aberto apenas ao público especializado</u> e à imprensa. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</p>	<p>fiera B2B (Business to Business) sono eventi rivolti agli operatori. In genere, le <u>fiere B2B</u> sono <u>aperte agli operatori</u> di settore. Sono frequentate da rappresentanti di aziende e addetti stampa. Fonte: UFI: Il Ruolo delle Fiere nel Marketing Mix.</p>
<p style="text-align: center;">Ganchos terminológicos: [eventos B2B] ↔ [fiere B2B] [aberto ao público especializado] ↔ [aperte agli operatori]</p>	

Quadro 3: Termos feira de negócios e *fiera B2B*
Fonte: Elaborado pela autora

Da mesma maneira, nesse exemplo, [eventos B2B ↔ fiere B2B] e [aberto ao público especializado ↔ aperte agli operatori] são os ganchos terminológicos pelos quais podemos dizer que há equivalência de sentido entre “feira de negócios” e *fiera B2B*.

Portanto, por meio da análise dos ganchos terminológicos nas quatro línguas, podemos constatar a equivalência conceitual entre os termos “feira de negócios”, *trade show*, *salon professionnel* e *fiera B2B*. No quadro abaixo, trazemos o termo “expositor” e seus equivalentes nas quatro línguas a fim de seguirmos com a análise da função dos ganchos terminológicos na busca dos equivalentes em inglês, francês e italiano.

No que se refere à equivalência terminológica em inglês, para o termo “expositor”, temos:

<p>expositor: o expositor somente poderá <u>apresentar no estande produtos de sua marca</u>. Fonte: Manual Geral do Expositor BTS 2012.</p>	<p>exhibitor: more than 1.000 exhibitors are expected to <u>showcase their products at the trade fair</u> this year. Fonte: UFI -The Role of Exhibitions in the Marketing Mix.</p>
<p style="text-align: center;">Ganchos terminológicos: [apresentar no estande produtos de sua marca] ↔ [showcase their products at the trade fair]</p>	

Quadro 4: Termos expositor e *exhibitor*
Fonte: Adaptado de Godoy (2014, p. 333)

Nesse exemplo, destacamos os ganchos terminológicos nos contextos de uso [apresentar no estande produtos de sua marca ↔ showcase their products at the trade fair] que indicam a equivalência de sentido entre os termos “expositor” e *exhibitor*.

Como equivalente terminológico em francês, para o termo “expositor”, temos:

<p>expositor: o expositor somente poderá <u>apresentar no estande produtos de sua marca</u>. Fonte: Manual Geral do Expositor BTS 2012.</p>	<p>exposant: personne physique ou morale qui contracte directement avec l’organisateur d’une manifestation commerciale et <u>présente sur son stand ses propres produits ou services</u> par l’intermédiaire de son propre personnel. Fonte: Mode d’Emploi de la Nouvelle Réglementation [...] des Manifestations Commerciales.</p>
<p style="text-align: center;">Ganchos terminológicos: [apresentar no estande produtos de sua marca] ↔ [présente sur son stand ses propres produits ou services]</p>	

Quadro 5: Termos expositor e *exposant*
Fonte: Elaborado pela autora

Como podemos perceber, os ganchos terminológicos [apresentar no estande produtos de sua marca ↔ présente sur son stand ses propres produits ou services] apresentados acima trazem a equivalência de sentido entre “expositor” e *exposant*.

E no que tange à equivalência terminológica em italiano, para o termo “expositor”, temos:

<p>expositor: o expositor somente poderá <u>apresentar no estande produtos de sua marca</u>. Fonte: Manual Geral do Expositor BTS 2012.</p>	<p>espositore: quanti <u>partecipano alla rassegna per presentare, promuovere o diffondere beni e servizi</u>, siano essi produttori o rivenditori o enti pubblici o associazioni operanti nei settori economici oggetto delle attività fieristiche o i loro rappresentanti. Fonte: Legge sul Settore Fieristico, 11 gennaio 2001.</p>
<p>Ganchos terminológicos: [apresentar no estande produtos de sua marca] ↔ [partecipano alla rassegna per presentare, promuovere o diffondere beni e servizi]</p>	

Quadro 6: Termos expositor e *espositore*
Fonte: Elaborado pela autora

Assim, em [apresentar no estande produtos de sua marca ↔ partecipano alla rassegna per presentare, promuovere o diffondere beni e servizi] estão os ganchos terminológicos que demonstram a equivalência de sentido entre “expositor” e *espositore*.

Logo, após a análise dos ganchos terminológicos destacados nos contextos acima, os termos “expositor”, *exhibitor*, *exposant* e *espositore* são, segundo nossas análises, equivalentes, ou seja, possuem equivalência de sentido e são utilizados nas mesmas situações comunicativas.

A correspondência formal, em muitos casos, pode induzir a erros no que diz respeito à busca pelas equivalências em uma análise terminológica bilíngue ou multilíngue. Isso pode ser observado em relação ao termo “expositor”, por exemplo, em que o equivalente em francês é *exposant*, em vez de *expositeur*, como poderia ser esperado. Assim, a análise de contextos desse termo, por meio da ferramenta *Concord*, nos mostrou qual é, em francês, o termo realmente utilizado no contexto pesquisado. Na sequência, apresentamos os termos “estande” e seus equivalentes em inglês, francês e italiano.

Em relação à equivalência terminológica em inglês, para o termo “estande”, temos:

<p>estande: o estande é como <u>a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado</u>, estrutura em que se materializa a participação da entidade e suas empresas <u>numa feira</u> e, como tal, não devem ser poupados esforços na sua elaboração. É a imagem que tem por objetivo chamar a atenção do público-alvo. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</p>	<p>stand¹⁰: prepare to hire additional personnel that you might need to help you at the stand. Be at the fair at least two days before the fair opens up to ensure that your <u>products are exhibited on the stand</u> the way you want. Fonte: Trade Promotion Program.</p>
<p>Ganchos terminológicos: [a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado numa feira] ↔ [products are exhibited on the stand]</p>	

Quadro 7: Termos estande e *stand*
Fonte: Adaptado de Godoy (2014, p. 324)

¹⁰ *Stand*: termo utilizado na Europa e Ásia para estande. *Booth*: termo utilizado nos EUA para estande.

Como podemos observar, em [a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado numa feira ↔ products are exhibited on the stand] estão os ganchos terminológicos que comprovam a equivalência de sentido entre os termos “estande” e *stand*.

No que diz respeito à equivalência terminológica em francês, para o termo “estande”, temos:

<p>estande: o estande é como <u>a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado</u>, estrutura em que se materializa a participação da entidade e suas empresas <u>numa feira</u> e, como tal, não devem ser poupados esforços na sua elaboração. É a imagem que tem por objetivo chamar a atenção do público-alvo. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</p>	<p>stand: le stand est également un <u>lieu idéal pour présenter de nouveaux produits, ou un savoir-faire</u>. Fonte: Laurie Fontanet. La participation à un salon professionnel [...], 2013.</p>
<p>Ganchos terminológicos: [a vitrine do produto ou serviço a ser ↔ [lieu idéal pour présenter de nouveaux produits, ou un savoir-faire] divulgado e negociado numa feira]</p>	

Quadro 8: Termos estande e *stand* (em francês)
Fonte: Elaborado pela autora

Nesse exemplo, a análise dos contextos e dos ganchos terminológicos destacados em [a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado numa feira ↔ lieu idéal pour présenter de nouveaux produits, ou un savoir-faire] indica que os termos “estande” e *stand* são equivalentes.

Por fim, por equivalente terminológico em italiano, para o termo “estande”, temos:

<p>estande: o estande é como <u>a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado</u>, estrutura em que se materializa a participação da entidade e suas empresas <u>numa feira</u> e, como tal, não devem ser poupados esforços na sua elaboração. É a imagem que tem por objetivo chamar a atenção do público-alvo. Fonte: APEX Brasil – Manual de Orientação para Feiras no Exterior.</p>	<p>stand: il concetto dello stand rappresenta un modo tridimensionale di promuovere un’azienda. <u>Colori, luci, design ed effetti audiovisivi sono utilizzati per presentare prodotti e servizi</u>. Nel progettare lo stand è importante assicurarsi che il personale abbia a disposizione <u>spazio sufficiente per esporre i prodotti e dimostrarne l’impiego</u>. Fonte: Il Ruolo delle Fiere nel Marketing Mix.</p>
<p>Ganchos terminológicos: [a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado numa feira] ↔ [spazio per esporre i prodotti e dimostrarne l’impiego] [é a imagem que tem por objetivo chamar a atenção do público-alvo] ↔ [colori, luci, design ed effetti audiovisivi sono utilizzati per presentare prodotti e servizi]</p>	

Quadro 9: Termos estande e *stand* (em italiano)
Fonte: Elaborado pela autora

De maneira similar, temos aqui mais um exemplo de equivalência entre termos, já que a observação e análise de [a vitrine do produto ou serviço a ser divulgado e negociado numa feira ↔ spazio per esporre i prodotti e dimostrarne l’impiego] e [é a imagem que tem por objetivo chamar a atenção do público-alvo ↔ colori, luci, design ed effetti audiovisivi sono utilizzati per presentare prodotti e servizi] revelam essa equivalência de sentido entre “estande” e *stand*.

Por conseguinte, os ganchos terminológicos que, de acordo com Dubuc (1985), contribuem para a verificação da equivalência de sentido e de uso entre os termos foram essenciais para a busca dos equivalentes do termo “estande” em língua inglesa, francesa e italiana. Essa análise foi possível graças ao acesso a dados reais, por meio dos manuais do expositor, nas quatro línguas.

Os últimos exemplos apresentados acima nos mostram um caso muito comum na terminologia das feiras de negócios, ou seja, o uso de termos em inglês na terminologia em língua francesa (francês da França) e na terminologia em língua italiana. As referidas línguas utilizam o termo *stand* para designar o espaço utilizado pelo expositor para a exposição de seus produtos em uma feira, assim como é utilizado no inglês. Em língua portuguesa (português do Brasil), entretanto, o termo utilizado é “estande”, ou seja, um decalque.

Em resumo, a verificação dos termos em seu uso real, nesse caso, nos *corpora* especializados das feiras de negócios, e a análise dos contextos em que esses termos ocorrem são de extrema importância para o desenvolvimento de uma pesquisa terminológica multilíngue, uma vez que a análise dos ganchos terminológicos, ou seja, “dos elementos reveladores do conceito contidos no contexto”, como afirma Dubuc (1085, p. 62), nos trazem a noção de equivalência e/ou correspondência semântico-conceitual entre os termos nas diferentes línguas.

4. Considerações finais

Para este trabalho procuramos demonstrar a metodologia utilizada para encontrar as equivalências em português, inglês, francês e italiano de três termos fundamentais do universo das feiras: “feira de negócios”, “expositor” e “estande”.

Considerando a importância da participação em feiras nacionais e internacionais para o crescimento da economia interna e para a expansão das exportações, o objetivo desta pesquisa é compilar um dicionário terminológico multilíngue para o uso de profissionais do setor, pesquisadores, estudantes das áreas de comércio exterior e relações internacionais, tradutores e intérpretes, contribuindo, assim, para a área feirística e para o desenvolvimento dos estudos terminológicos.

A procura pelos equivalentes é, evidentemente, a tarefa de maior complexidade em nossa pesquisa. Para desenvolvê-la com sucesso é preciso analisar cada termo em português em seus contextos reais, levantar os candidatos a equivalentes em inglês, em francês e em italiano e, em seguida, identificar os ganchos terminológicos presentes nesses contextos de uso, para identificar a equivalência conceitual entre os termos nas quatro línguas.

Como evidenciamos, é necessário ter cautela e desenvolver uma análise investigativa desses possíveis “candidatos a termo” em seus contextos de usos reais, para atestar de fato tal equivalência e, assim, não incorrer em erros, como no caso do termo *exposant*, equivalente de “expositor”, em detrimento do termo *expositeur*.

Assim, para o estabelecimento das equivalências entre os termos foi realizada uma análise comparativa do conteúdo semântico-conceitual das unidades terminológicas levantadas em português, inglês, francês e italiano em seus contextos de uso reais.

Pretendemos, portanto, com esta pesquisa, contribuir com a área feirística elaborando um material terminográfico multilíngue que poderá colaborar com a redução de possíveis falhas de comunicação no setor e facilitar os processos de preparação, participação e pós-feira nos quatro idiomas estudados sobre o tema em questão.

Referências bibliográficas

Aubert, Francis Henrik (2001). “Tradução técnico-científica e terminologia: um ensaio exploratório de uma via de mão dupla”. *TradTerm* 7. 41-52.

Barbosa, Maria Aparecida (2001). “Sistema conceptual e sistema terminológico”. *TradTerm* 7. 71-94.

Berber Sardinha, Tony (2004). *Linguística de corpus*. São Paulo: Editora Manole.

Cabré, M. Teresa (2010). "Terminology and translation". In: Gambier, Yves; Doorslaer, Luc van (ed.). *Handbook of translation studies*. Vol. 1. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Cabré, M. Teresa (1999). "Una nueva teoría de la terminología: de la denominación a la comunicación". In: Cabré, M. Teresa. *La terminología: representación y comunicación. Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada. 109-127.

Cabré, M. Teresa (1993). *La terminología: teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Editorial Antártida/Empúries.

Dubuc, Robert (1985). *Manuel pratique de terminologie*. 2 ed. Québec: Linguatex.

Dubuc, Robert (1992). *Manuel pratique de terminologie*. Montreal: Linguatex.

Faulstich, Enilde (2001). "Aspectos de terminologia geral e terminologia variacionista". *TradTerm* 7. 11-40.

Faulstich, Enilde (1998). "Entre a sincronia e a diacronia: variação terminológica no código e na língua". In: *Simpósio Ibero-Americano de Terminologia*. Paris: Riterm. 7-12.

Godoy, Ariane Dutra Fante (2014). *Glossário bilíngue dos termos fundamentais do setor feirístico: busca de equivalências em inglês*. São José do Rio Preto: Unesp. [Dissertação de mestrado apresentada ao programa de pós-graduação em Estudos Linguísticos]

Krieger, Maria da Graça; Maciel, Anna Maria Becker (2001). *Temas de terminologia*. Porto Alegre/São Paulo: Ed. Universidade/ UFRGS/ Humanitas/USP.

Ministério do desenvolvimento, indústria e comércio exterior (MDIC). Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=567>>.

Nickels, William G., Wood, Marian Burk (1999). *Marketing: relacionamentos, qualidade, valor*. Tradução de Luiz Roberto M. Gonçalves. Rio de Janeiro: Editora LTC.

Pavel, Silvia; Nolet, Diane (s. f.). *Manual de terminologia*. Traduzido por Enilde Faulstich. Disponível em: <<https://linguisticadocumentaria.files.wordpress.com/2011/03/pavel-terminologia.pdf>>.

Scott, Mike (2012). *WordSmith tools: version 6.0*. Oxford: Oxford University Press.

Sinclair, John (1966). "Beginning the study of lexis". In: Bazell, C.; Catford, J.; Halliday, M.; Robins, R. (ed). *In memory of J. R. Firth*. London: Longman. 410-430.