

**A TERMINOLOGIA DAS FEIRAS DE NEGÓCIOS: ANÁLISE DAS
VARIANTES LINGUÍSTICAS**
TERMINOLOGY OF TRADE FAIRS: ANALYSIS OF LINGUISTIC
VARIANTS

Ariane Dutra Fante GODOY
Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – (UNESP)
ariane.fante@gmail.com

Maurizio BABINI
Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – (UNESP)
maurizio@ibilce.unesp.br

Abstract: The trade fair industry has great relevance in the national and international economic environment and it is constantly expanding. The general objective of this work is to analyze the main linguistic variants found in the trade fair terminological set. Our research is based on the theories of Cabré (1993, 1999), Barros (2004), Krieger & Finatto (2004), Alves (2007), Barbosa (2009), Dubuc (1985), Berber Sardinha (2004), Babini (2006) and Faulstich (1998, 2001). For this work we constitute two corpora of specialized texts, one for English language and another for Portuguese language. Successively we performed a collection of terms using software for corpora processing. These terms were organized into two notional systems, one in English and another in Portuguese. Then we analyzed the main types of variants found in our terminological set. Among them, those who had higher productivity are the lexical variants, followed by graphical, morphological and syntactic variants.

Key-words: trade fair; terminology; linguistic variation; terminological variant.

Resumo: O Setor feirístico tem grande relevância no cenário econômico nacional e internacional e está em constante expansão. O objetivo geral deste trabalho é analisar as principais variantes linguísticas encontradas no conjunto terminológico das feiras de negócios. Nossa pesquisa está baseada nas teorias de Cabré (1993, 1999), Barros (2004), Krieger & Finatto (2004), Alves (2007), Barbosa (2009), Dubuc (1985), Berber Sardinha (2004), Babini (2006) e Faulstich (1998, 2001). Para efetuarmos esse trabalho constituímos dois corpora de textos especializados, um para a língua inglesa e outro

para a língua portuguesa. Sucessivamente, procedemos à coleta dos termos por meio de software para processamento de *corpora* e esses termos foram organizados em dois sistemas nocionais, um para a língua portuguesa e outro para a língua inglesa. Em seguida, procedemos à análise dos principais tipos de variantes encontradas em nosso conjunto terminológico. Dentre elas, as que tiveram maior produtividade são as variantes lexicais, seguidas das variantes gráficas, morfológicas e sintáticas.

Palavras-chave: feira; terminologia; variação linguística; variante terminológica.

Introdução

No presente artigo, apresentaremos a análise das variantes terminológicas de nossa pesquisa terminológica bilíngue do domínio das feiras, projeto que conta com o apoio e financiamento da FAPESP. A seguir, trazemos algumas informações sobre o setor feirístico e sua importância.

Em relação à 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).

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. “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-Brasil, 2011).

As feiras fazem parte de um dos elementos do marketing mix, a *promoção*. Segundo Boone e Kurtz (1998, p. 392), a “promoção tem a função de informar, persuadir e influenciar as decisões de compra dos consumidores e a mensagem promocional procura despertar o interesse para o produto ou serviço”. O estágio seguinte é estimular desejos, convencendo o comprador potencial da capacidade do

produto satisfazer os seus desejos e produzir uma ação em forma de uma compra ou de uma atitude mais favorável que possa levar a uma compra futura.

Para Pipkin (2003, p. 107), “a feira consiste, basicamente, em um ponto de encontro entre os interessados em vender e aqueles interessados em comprar”. Trata-se de um instrumento de promoção comercial de exportações diferenciado dos demais veículos, uma vez que possibilita a apresentação do produto ao vivo ao seu potencial comprador.

Para Nickels (1999), 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 o autor, “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, 1999). A empresa deve sempre 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.

Segundo o Manual “Como participar de Feiras, Exposições e Eventos Internacionais”, elaborado pela Agência de Promoção de Exportações (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” (APEX, s.d).

A APEX-Brasil atua para “promover produtos e serviços brasileiros no exterior e para atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira” (apexbrasil.com.br). Além disso, apoia técnica e financeiramente feiras e missões internacionais, objetivando levar empresas brasileiras para expor e comercializar produtos e serviços em espaço apropriado. Estas empresas ainda podem participar de outras atividades promocionais em paralelo, tais como, rodadas de negócios, seminários, visitas comerciais, etc.

De acordo com o Manual “Exportação Passo a Passo”, elaborado pelo Ministério das Relações Exteriores, participar de uma feira internacional

pode significar negócios para a empresa. Nesse sentido, é muito importante o contato pessoal com potenciais compradores. Vale lembrar, porém, que os resultados desses contatos devem ser planejados a médio e longo prazo. Cabe ao exportador analisar a conveniência de participar de determinada feira e de, se for o caso, incluir o evento no projeto de exportação da empresa. Inicialmente, deve-se escolher de qual feira participar. Para isso, é necessário definir o objetivo da participação no evento: conquistar o mercado ou promover vendas do produto no mercado (Manual Exportação Passo a Passo: MRE, 2011).

E ainda, segundo 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:

- o *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.
- o *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.
- o *Importância Econômica:* A participação em feiras internacionais permite o desenvolvimento intenso de contatos comerciais e novos negócios, gerando divisas para o país.
- o *Importância Tecnológica:* É um dos principais meios de divulgação e conhecimento das inovações e novas tecnologias, serviços e produtos.
- o *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 (EMBRATUR, s.d).

Tendo em vista a importância atual das feiras para o crescimento da economia interna e para expansão das exportações do país e a falta de estudos sobre a terminologia bilíngue desse domínio, acreditamos que nosso trabalho possa servir tanto para os profissionais envolvidos 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.

Perspectiva Teórica

Nossa pesquisa fundamenta-se nos princípios teóricos da Terminologia tendo como autores de referência, Barros (2004), Krieger e Finatto (2004), Alves (2007) e Barbosa (2009); nos conceitos de Terminologia Multilíngue e Equivalência Terminológica (DUBUC, 1985); na Teoria Comunicativa da Terminologia (CABRÉ, 1993, 1999); nos conceitos de Linguística de *Corpus* (BERBER SARDINHA, 2004); nos conceitos de Dicionário Onomasiológico (BABINI, 2006) e nos conceitos de Variação Terminológica de Faulstich (1998, 2001).

O levantamento das unidades terminológicas é feito através de um *corpus* que, de acordo com Berber Sardinha, consiste em “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” (BERBER SARDINHA, 2004, p.17). E a Linguística de *Corpus* ocupa-se da “coleta e da exploração de *corpora*, com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística” (BERBER SARDINHA, 2004, p. 3). 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 esses reflitam de fato a variedade escolhida.

Para a análise de *corpus* podem ser utilizadas diferentes ferramentas, dentre elas uma das mais utilizadas é o programa *WordSmith Tools*. Trata-se de um programa que reúne as principais ferramentas que o linguista de *corpus* precisa para identificar e comparar frequências e listar palavras no seu contexto original. É composto de três ferramentas principais: *wordlist*, que “propicia a criação de listas de palavras”; *keywords*, que “permite a seleção de uma lista de palavras (ou mais) por meio da comparação de sua frequência com uma lista de referências” e *concord*, que “produz concordâncias ou listagens das ocorrências de um item específico, acompanhado do texto ao seu redor” (BERBER SARDINHA, 2004, p. 91-105).

Cabré (1993, p. 107) considera que a “equivalência terminológica é a chave da terminologia multilíngue e que a estruturação da realidade de uma língua de especialidade pode não coincidir em línguas diferentes, especialmente em campos pouco estruturados, como o das ciências humanas ou sociais”¹.

Deste modo, a análise semântico-conceptual dos termos pesquisados faz-se de extrema importância. Dubuc (1985) não se refere apenas a equivalentes, mas faz uma distinção clara entre equivalentes e correspondentes. “Dois termos são equivalentes se possuírem “uma identidade quase completa de sentido e de usos dentro de um mesmo domínio de aplicação”² (DUBUC, 1985, p. 69). Entretanto, segundo o autor, a equivalência total e perfeita nem sempre é possível. Ocorre, frequentemente, que um “termo da língua A só recubra parcialmente o campo de significação de um termo da língua B ou vice-versa”³ (DUBUC, 1985, p. 69). Neste último caso, prefere-se falar de correspondência, que, por natureza, é uma equivalência parcial.

É preciso, porém, 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 como “os descritores comuns aos contextos que acompanham os termos em uma ficha terminológica”⁴ (DUBUC, 1985, p. 72). Por descritores o autor entende “os elementos reveladores do conceito contidos no contexto”⁵ (DUBUC, 1985, p. 62).

No que tange à correspondência e à falta de equivalência entre termos de línguas diferentes, isso pode estar ligado à visão de mundo, pois cada cultura recorta de maneira diferente a sua realidade extralinguística. Segundo Alpízar, “isso depende das

1 « La equivalencia terminológica es la clave de la terminología multilingüe e que 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).

2 « une identité à peu près complète de sens et d’usage à l’intérieur d’un même domaine d’application » (DUBUC, 1985, p. 69).

3 « 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).

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

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

necessidades de precisão denominativa que possuem os falantes dos diversos sistemas linguísticos”⁶ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 102).

Para este autor, “a correspondência entre termos de idiomas diferentes se situa em um diapasão de probabilidades que vai desde o total recobrimento do conteúdo do termo da língua A por um da língua B, até a total falta de equivalência, passando por uma variada gama de recobrimentos parciais”⁷ (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 101).

Em nossa pesquisa, 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 que diz respeito à variação terminológica, baseamo-nos nos conceitos de Faulstich (1998) a qual classifica as variantes em dois grupos: variantes linguísticas (fonológicas, morfológicas, sintáticas, lexicais e gráficas) e variantes de registro (geográficas, de discurso e temporais).

As variantes terminológicas linguísticas: “são aquelas cujo fenômeno propriamente linguístico determina o processo de variação” (FAULSTICH, 1997, p. 145) e podem ser fonológicas, morfológicas, sintáticas, lexicais e gráficas (FAULSTICH, 2002, p. 68-69):

- o Variantes fonológicas: Segundo Faulstich este tipo de variação ocorre quando “a escrita surge de formas decalcadas da fala” (FAULSTICH, 1998, p. 7).
- o 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, 1998, p. 7).
- o Variantes sintáticas: Faulstich denomina variante sintática como aquela em que “há a substituição de uma parte do item lexical por outro com estrutura

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

7 « la correspondência entre términos de idiomas diferentes se situa en um diapasón de probabilidades que va desde el total recubrimiento del contenido de término de la lengua A por uno de la lengua B, hasta la total falta de equivalências, pasando por una variada gama de recubrimientos parciales » (ALPÍZAR-CASTILLO, 1995, p. 101).

semelhante, formando uma mesma unidade terminológica” (FAULSTICH, 1998, p. 7).

- o Variantes lexicais: De acordo com Faulstich, esta variação se dá quando “algum item da estrutura lexical da unidade terminológica complexa sofre apagamento ou movimento de posição, mas o conceito do termo não se altera” (FAULSTICH, 1998, p. 7). Pode ocorrer, ainda, a substituição de um dos elementos por outro de igual valor nos mesmos contextos.
- o Variantes gráficas: Segundo Faulstich as variantes gráficas são aquelas que “se apresentam sob forma gráfica diversificada, de acordo com as convenções da língua” (FAULSTICH, 1998, p. 7).

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” (FAULSTICH, 1997, p. 145) e podem ser geográficas, de discurso e temporais (FAULSTICH, 2002, p. 70):

- o 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, acadêmico, profissional, etc.
- o Variante temporal: “Aquela 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).
- o 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, 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” (FAULSTICH, 2001, p. 40).

Metodologia

A primeira etapa de nosso trabalho de pesquisa foi o estabelecimento de dois *corpora* nas duas línguas-alvo (português e inglês). Os *corpora* são constituídos de livros, artigos e revistas especializados, manuais, estudo de mercado das feiras, trabalhos acadêmicos e leis sobre feiras. Para a coleta dos termos adotamos a metodologia de pesquisa utilizada na terminologia bilíngue ou multilíngue.

Os dados foram coletados por meio de software para processamento de *corpora*, neste caso a ferramenta utilizada foi o *WordSmith tools*, versão 6.0. Através da ferramenta foram confeccionadas duas *wordlists*, uma em português e uma em inglês. Estas *wordlists* foram comparadas a *wordlists* de *corpus* de referência nas duas línguas de estudo. Deste modo, obtivemos como resultado os termos-chave (*keywords*) de nossa pesquisa.

Em seguida selecionamos os termos-chave e fizemos a pesquisa de concordância destes termos no *concord*, para identificarmos a posição em que eles apareciam na frase, quais são os termos coligados à direita e à esquerda e descobrimos que a maioria aparece à esquerda, como por exemplo, em: desmontagem da feira; mapa da feira; planejamento da feira, visitante da feira, etc. Observamos também muitas ocorrências à direita, como em: feira internacional, feira setorial, feira de consumo, feira virtual, etc. Este procedimento foi adotado para todos os *keywords* do nosso glossário, a fim de localizarmos o contexto em que cada termo ocorreu e quais palavras estão a eles associadas.

Todos os dados de nossa pesquisa foram armazenados em fichas terminológicas em uma base de dados eletrônica, que implementamos por meio do software *Microsoft Access*.

Em seguida, os termos de cada língua foram organizados em um sistema nacional. Por meio da análise semântica dos termos, procedemos ao estabelecimento das equivalências terminológicas nas duas línguas e à análise das variantes terminológicas linguísticas encontradas.

Os termos preferenciais do conjunto vocabular do setor feirístico foram estabelecidos por meio de análise qualitativa e quantitativa dos dados e também por

meio da ajuda de especialista da área das feiras de negócios. Após esta análise, determinamos o conjunto dos termos preferenciais e as variantes de nosso conjunto terminológico, que serão analisadas no próximo item.

Análise dos dados

Uma vez encontrados os termos em língua inglesa, procedemos à análise das principais variantes linguísticas encontradas no conjunto das feiras de negócios. Para essa análise baseamo-nos nos conceitos de Faulstich (1998). No conjunto terminológico do domínio das feiras de negócios, encontramos variantes linguísticas lexicais, gráficas, morfológicas e sintáticas.

De acordo com Faulstich (1998, p. 7), a variante lexical ocorre quando há a troca ou a supressão de um ou mais elementos do termo estendido e esta variação se dá quando “algum item da estrutura lexical da unidade terminológica complexa sofre apagamento ou movimento de posição, mas o conceito do termo não se altera”. Ainda de acordo com a autora, constitui-se variante lexical a ocorrência de substituição de um dos elementos por outro de igual valor nos mesmos contextos. A seguir, apresentamos o quadro com algumas variantes lexicais em inglês e em português:

Quadro 1: Variantes lexicais em inglês

business visitor	trade visitor
carpet	floor covering
co-exhibitor	co-participant
cross-aisle	cross-gangway
customer	client
discussion room	discussion area
dividing wall	sharing wall
domestic exhibitor	national exhibitor
elevated floor	raised floor
ending hours	closing hours/closing time
exhibition ground	fair ground/show ground
exhibition hall	expo hall/show hall
fairground layout	fairground plan

food court	food concession/food stand
green booth	eco-friendly booth/ sustainable stand
individual stand	individual booth
island stand	island booth
joint stand	shared stand/booth sharing
lateral elevation	side elevation

Quadro 2: 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

Depois das variantes lexicais procedemos à análise das variantes gráficas. Segundo Faulstich as variantes gráficas são aquelas que “se apresentam sob forma gráfica diversificada, de acordo com as convenções da língua” (FAULSTICH, 1998, p. 7). A seguir, apresentamos um quadro com algumas variantes gráficas em inglês e em português encontradas em nossa pesquisa:

Quadro 3: Variantes gráficas em inglês

expocenter	expo center
fairground	fair ground
floor plan	floorplan
give-aways	giveaways

post-show	postshow
pre-show	preshow

Quadro 4: Variantes gráficas em português

após a feira	pós-feira
co-expositor	coexpositor
serviço de bufê	serviço de buffet

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, 1998, p. 7). A seguir, apresentamos o quadro com algumas variantes morfológicas em inglês encontradas em nossa pesquisa:

Quadro 5: Variantes morfológicas em inglês

car park	car parking
carpet	carpeting
direct sale	direct selling
entry ticket	entrance ticket
furniture	furnishing

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, 1998, p. 7). Tais unidades terminológicas são usadas para se evitar a repetição de uma ou de outra forma, como elementos de coesão textual. A seguir apresentamos o quadro com algumas das variantes sintáticas em inglês encontradas em nossa pesquisa:

Quadro 6: 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

Quadro 7: Variantes sintáticas em português

área de exposição	área expositiva
feira de comércio	feira comercial

Como podemos ver por meio das tabelas acima, as variantes lexicais são as que têm maior produtividade no conjunto terminológico estudado, seguidas das variantes gráficas, morfológicas e sintáticas.

Considerações Finais

Em nossa pesquisa coletamos 525 termos, sendo 251 termos em português e 274 termos em inglês. Em língua portuguesa, 210 são termos preferenciais e representam 84% do total e 41 são variantes e representam 16% do total; 210 são termos preferenciais do inglês e representam 77 % do total e 64 são variantes e representam 23% do total. É interessante observar que, em inglês, temos 64 termos remissivos, ou seja, 23 termos a mais em relação a quantidade de termos remissivos em português, o que representa 63% do total de termos remissivos presentes em nosso glossário.

Em nossa análise sobre as variantes terminológicas linguísticas, constatamos que as variantes que têm maior produtividade são as variantes lexicais. Um dos fatores principais que contribuiu para esse número maior de variantes lexicais em inglês foi a questão da diferença entre o inglês britânico e americano. No que diz respeito às demais variantes, destacamos a presença de variantes gráficas. Nesse caso, também o inglês apresentou um número maior de variantes em relação ao português.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALPÍZAR-CASTILLO, Rodolfo. *Como Hacer um Dicionário Científico-Técnico?* La Habana: Félix Varela, 1995.

- ALVES, Ieda Maria. *As Ciências do Léxico: Lexicologia, Lexicografia, Terminologia*. Vol. 3. Campo Grande: Editora UFMS, 2007.
- BABINI, Maurizio. *Do conceito à Palavra: os Dicionários Onomasiológicos*. São Paulo: Ciência e Cultura, 2006.
- BARBOSA, Maria Aparecida. *Terminologia aplicada: percursos interdisciplinares*. Polifonia (UFMT), v. IV, p. 29-44, 2009.
- BARROS, Lídia Almeida. *Curso Básico de Terminologia*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.
- BERBER SARDINHA, Tony. *Linguística de Corpus*. São Paulo: Editora Manole, 2004.
- BOONE, Louis E, KURTZ, David L. *Marketing Contemporâneo*: Editora LTC, 1998.
- BOUTIN-QUESNEL, Rachel et al. *Vocabulaire systématique de la terminologie*. Québec: Publications du Québec, 1985. (Cahiers de l'Office de la langue française).
- CABRÉ, Maria Teresa. 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, 1999a, p.109-127.
- _____. *La terminología: teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Editorial Antartida/Empuries, 1993.
- CAMARGO, Diva Cardoso de. *Metodologia de Pesquisa em Tradução e Linguística de Corpus*. São Paulo : Cultura Acadêmica ; São José do Rio Preto : Laboratório Editorial do IBILCE, UNESP, 2007.
- DUBUC, Robert. *Manuel pratique de terminologie*. 2ªed. Québec: Linguattech, 1985.
- FAULSTICH, E. 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.
- GIACAGLIA, Maria Cecília. *Organização de eventos: teoria e prática*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- 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*. São Paulo: Universidade Mackenzie, 2006.
- ISQUERDO, Aparecida Negri; ALVES, Ieda Maria. *As Ciências do Léxico: Lexicologia, Lexicografia, Terminologia*. Vol. 3. Campo Grande: Editora UFMS, 2007.
- KRIEGER, Maria da Graça; FINATTO, Maria José Bocorny. *Introdução à Terminologia: teoria e prática*. São Paulo: Contexto, 2004.

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.

MATIAS, Marlene. *Organização de eventos*. Barueri: Manole, 2002.

NICKELS, William G; WOOD, Marian B. *Marketing, relacionamentos, qualidade, valor*. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1999.

PIPKIN, Alex. *Marketing internacional*. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

_____. *Marketing internacional: uma abordagem estratégica*. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

Outras fontes:

ApexBrasil. Disponível em: <http://www2.apexbrasil.com.br/>. Acesso em 11 mar. 2014.

Como participar de Feiras, Exposições e Eventos Internacionais. Disponível em: <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/moveis/comext_feiras2.htm>. Acesso em: 20 dez. 2013.

Enciclopédia Online Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Feira>. Acesso em 11 mar. 2013.

GODOY, Ariane Dutra Fante; BABINI, Maurizio. *Glossário Bilingue dos Termos Fundamentais do Setor Feirístico: Busca de Equivalências em Inglês*. Disponível em <http://www.letras.catalao.ufg.br/uploads/508/original_ANAIS_SINALEL_-_Parte_1.pdf >. (pág. 174). Acesso em: 20 dez. 2013.

_____. *Glossário Bilingue dos Termos Fundamentais do Setor Feirístico*. Disponível em:

<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.letras.ufmg.br%2FgtlexNovo%2Fdata1%2FArquivos%2FArianeDutraFanteGodoyMaurizioBabini.doc&ei=BZq8UuKiJoLWkQe9_YGYDg&usg=AFQjCNGiBvx9kTx8zTF_XbcZVYhdsOKYzw&sig2=A95XtwJX0csdu2mCuFGOBg&bvm=bv.58187178,d.eW0>. Acesso em: 20 dez. 2013.

Manual de Exportação Passo a Passo (MRE). Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.brasilglobalnet.gov.br%2FARQUIVOS%2FPublicacoes%2FManuais%2FPUBExportPassoPasso2012.pdf&ei=mnIgU7uzK9LokQfft4GQDQ&usg=AFQjCNFTgndNqKhpYVcn-k3TpSvQx2zLFA&sig2=Uadx9VZQ7UoYXUqt4dlrqA&bvm=bv.62788935,d.eW0>. Acesso em 01 mar. 2012.

Manual de Participação em Feiras Internacionais (EMBRATUR). 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-BRASIL). Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CEAQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww2.apexbrasil.com.br%2Fmedia%2Fckeditor%2F>

1443_NOVO_manual_de_procedimentos_novo_regulamento_04112012183205.pdf&ei=0WAgU4r0LIG3kQfZv4H4AQ&usg=AFQjCNFJMVGZhLwL9C9zfpkn1KN096dKMw&sig2=qBNIDCpO7Eahwmbud3_O_w&bvm=bv.62788935,d.eW0. Acesso em 03 mar. 2013.

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Disponível em <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1311278871.doc>. Acesso em: 10 jul. 2012.

RANZANI, Érica Cristina. *Dicionário Terminológico Onomasiológico Bilíngue italiano-português: Busca de Equivalentes e Tratamento dos Dados em Português*. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0C DYQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.livrosgratis.com.br%2Farquivos_livros%2Fcp079791.pdf&ei=roi8Ut3cIpHfkQelpoCICw&usg=AFQjCNFU7x4GV0jQli3qfy77tVjXpKrupw&sig2=zLOAX6oh17Ik97BNcfTapA&bvm=bv.58187178,d.eW0>. Acesso em 20 dez. 2013

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 10 fev. 2012.

SOUSA, Gonzaga de Luis. *Memórias de Economia*. Disponível em: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/32.htm>. 2004. Acesso em 13 mar. 2014.