

**UM LEVANTAMENTO DE COLOCADOS COM USO DAS FERRAMENTAS
DA LINGUÍSTICA DE CORPUS: UM ESTUDO DE COMBINAÇÕES
LEXICAIS RELACIONADAS A SERVIÇOS E ESTRUTURAS OFERECIDOS
DENTRO DA REDE HOTELEIRA MUNDIAL**

**A Collection of Collocates Produced through Corpus Linguistics Tools: a study on
combinations of lexical items related to services and facilities offered by
International Hotel chains**

José Roberto LOURENÇO

Faculdade de Tecnologia de São Paulo (FATEC), São Paulo, Brasil

RESUMO: *O trabalho teve por objetivo fazer levantamento e estudo de vocabulário da área de hotelaria envolvendo especificamente serviços e instalações em hotéis 4 e 5 estrelas. Os achados da pesquisa visam contribuir com a ampliação de conhecimentos de professores e alunos da Faculdade de Tecnologia de São Paulo envolvidos com o curso de Gestão de Turismo. Para realização da pesquisa, utilizamos a ferramenta eletrônica AntConc 3.2.4w para seleção e estudo de termos e colocados. Destacamos as palavras-chave com presença estatisticamente expressiva no corpus e os colocados mais frequentes. Os resultados mostraram algumas combinações lexicais comuns dentro dos materiais didáticos utilizados na instituição, outras combinações, porém, são inusitadas.*

Palavras-chave: Hotelaria; Língua inglesa; Vocabulário especializado

ABSTRACT: *The work aimed to collect and study vocabulary in the hotel business area involving specifically services and facilities in four and five star hotels. The findings of the research are intended to enhance the knowledge of teachers and students at the Technology College of São Paulo involved with the Tourism Management course. To carry out the research, we utilized the electronic tool AntConc 3.2.4w for the selection and study of words and collocates. We selected expressively present key-words in the corpus and the most frequent collocates. The results showed some lexical combinations present in the tourism teaching materials employed in the institution, but some combinations are totally new.*

KEYWORDS: *Hotel business; English language; Specialized vocabulary*

1. Introdução

O potencial do Brasil em turismo e hotelaria é evidente. Essas áreas desempenham papel destacado na economia do país, mas dependem de políticas favoráveis e investimentos bem direcionados para que todos usufruam dos benefícios sociais e econômicos que podem proporcionar Carvalho (2000). Na verdade, carecemos de iniciativas conjuntas que envolvem necessariamente o setor público, o governo, e diferentes setores privados relacionados de alguma forma às áreas em questão. Outra parte que poderá desempenhar papel importante é aquela representada pelas instituições de pesquisa e ensino Imbernón (2009). Acredito que cabe a elas serem centros de excelência para o desenvolvimento de novos conhecimentos abrangendo não somente as áreas citadas, mas também as áreas que envolvem comunicação, quadro em que figura com grande destaque a língua inglesa. Quanto mais entendermos diferentes culturas, mais facilmente nós seremos integrados ao complexo mundo globalizado em que hoje vivemos, dentro do qual a atividade do turismo desempenha importante papel.

Os materiais didáticos adotados na Faculdade de Tecnologia de São Paulo procuram contemplar as necessidades da área de turismo visando a inserção dos alunos no mercado de trabalho; promovem a interação dos aprendizes em situações de comunicação pertinentes ao seu ramo de atividade. Porém, para que se garanta compatibilidade com as exigências do mercado, são importantes evidências empíricas: pesquisas que permitam um levantamento da linguagem autêntica presente nos textos Berber Sardinha (2011). A proposta poderá contribuir com a produção de novos conhecimentos sobre a linguagem hoteleira e suas formas de propaganda, representando um modelo alternativo de consulta, pesquisa e aprendizagem do idioma (Conrad, Dusicka, Pfeiffer (2009).

O objetivo deste trabalho é desenvolver um banco de dados com textos da área de hotelaria destacando vocabulário relacionado à estrutura (instalações) e serviços oferecidos por hotéis internacionais presentes em diferentes regiões do mundo. Com base no *corpus*, extrair palavras-chave (substantivos) e levantar as combinações lexicais, os adjetivos a eles relacionados. Complementarmente, fazer estudo comparativo entre as diferentes áreas selecionadas na coleta, utilizando como critério a frequência das palavras-chave presentes nos textos. Finalmente, disponibilizar o material para a comunidade de usuários da Faculdade de Tecnologia de São Paulo, professores e alunos interessados na pesquisa.

As palavras-chave e as diferentes combinações lexicais poderão ser utilizadas para consulta, estudo e aplicação em aulas de língua inglesa na instituição. Para utilização em aulas dentro do curso de Gestão de Turismo, os professores pesquisadores poderão optar pelos exemplos mais significativos e pertinentes aos objetivos das aulas. Berber Sardinha (2011:309). As combinações lexicais poderão ser pesquisadas em contextos mais amplos

com acesso às linhas de concordância levantadas a partir dos textos do banco de dados, com utilização da ferramenta eletrônica AntConc 3.2.4w, com acesso aos grandes corpora, como o BNC (*British National Corpus*), o COCA (*Corpus of Contemporary American English*) em <http://corpus.byu.edu> e com acesso a sites da área na própria rede.

Iniciamos o artigo com breve introdução sobre a linguística de *corpus*, a seguir apresentamos a coleta e a seleção de textos base para a pesquisa, em seguida destacamos a metodologia para o desenvolvimento do trabalho e a discussão dos dados; finalmente, as conclusões.

2. A linguística de *corpus* e a linguagem autêntica

O'keefe & McCarthy (2010) destacam a organização dos primeiros *corpora*, os procedimentos de coleta utilizados e os estudos de léxico, o que nos remete a épocas remotas na história. Os primeiros registros, segundo os autores, nos fazem viajar séculos no tempo, pois envolvem trabalhos em literatura antiga e a própria Bíblia. Um exemplo disso é o trabalho do jesuíta Roberto Busa que, na década de 1950, fez compilações da extensa obra de Tomás de Aquino.

Segundo Berber Sardinha,

A linguística de *corpus* ocupa-se da coleta e da exploração de *corpora*, ou conjuntos de dados linguísticos textuais coletados criteriosamente, com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística. Como tal, dedica-se à exploração da linguagem por meio de evidências empíricas, extraídas por computador. (SARDINHA, 2004, p.3)

Ainda segundo o autor, outro elemento central da conceituação em que a Linguística de *Corpus* se baseia é a visão probabilística da linguagem. A visão da linguagem como sistema probabilístico pressupõe que, embora muitos traços linguísticos sejam possíveis teoricamente, não ocorrem com a mesma frequência.

O autor ressalta ainda que uma teoria da linguagem deve incorporar a probabilidade de ocorrência dos traços além da possibilidade teórica de ocorrência baseada na intuição ou introspecção do falante nativo. Afirma:

Para saber qual a probabilidade de um traço ou estrutura é necessária, portanto, a observação empírica da frequência do emprego realizado por diversos usuários em contextos definidos. (SARDINHA, 2004:31-32).

2.1. A importância do léxico no contexto da Linguística de Corpus

Essa discussão estimula reflexão e ação sobre as possibilidades da Linguística de Corpus e suas ferramentas na medida em que nos coloca em contato com a linguagem autêntica, com o texto propriamente dito. Permite-nos vislumbrar uma luz no final do túnel e soluções para as questões mais complicadas envolvendo a léxico-gramática, bem como seu uso nas diferentes situações de comunicação das quais somos cotidianamente ativos participantes. As linhas de concordância e a utilização dos grandes corpora são elementos de grande importância para o desenvolvimento de nosso trabalho, em especial para pesquisa e atividades de ensino. A visão dos autores, abordada a seguir, contribuiu grandemente para a execução do trabalho, como se procurará demonstrar.

Tribble (2010) define concordância, citando Sinclair: “A concordance is a collection of the occurrences of a word-form, each in its own textual environment, in its simplest form, it is an index.” Sinclair (1991:32). Segundo ele, a definição de Sinclair é muito importante porque nos lembra dos tempos em que os levantamentos de léxico eram feitos manualmente, o que sem dúvida, reforça a ideia da importância do computador e o papel que tem na coleta e análise de dados, especialmente no tocante às concordâncias e aos colocados, combinações envolvendo em especial substantivos com adjetivos. Eles nos permitem acesso às diversas combinações lexicais presentes na língua. As palavras-chave, por sua vez, possibilitam acesso a palavras importantes nos textos, importantes por apresentarem frequência estatística diferente no *corpus* de estudo e no *corpus* de referência. O *corpus* de referência é um *corpus* geral, maior que funciona como termo de comparação para análise; fornece uma norma com a qual se faz a comparação das frequências do *corpus* de estudo (SARDINHA, 2004, p.96-97). Berber Sardinha define *corpus* (palavra de origem latina que tem como forma plural *corpora*) como: “Uma coletânea de textos naturais, escolhidos para caracterizar um estado ou variedade de linguagem” (SARDINHA, 2004).

A pesquisa poderá contribuir com a ampliação de conhecimentos dos professores da área de Turismo sobre as particularidades léxico-gramaticais presentes na língua inglesa em textos de propaganda hoteleira, instrumentalizando-os academicamente e profissionalmente na área em que atuam e estimular a pesquisa no ambiente da instituição.

3. Seleção de textos

Optamos pela internet para efetuarmos a coleta do material necessário para a pesquisa pela abrangência e a facilidade de acesso às informações. Selecionamos 160 textos de sites presentes na rede que veiculavam informações sobre hotéis 4 e 5 estrelas em diferentes partes do mundo. A coleta abrangeu 8 áreas distintas, ou seja, Oceania, Ásia, África/Oriente Médio, Europa Oriental, Europa Ocidental, América do Norte, América Central e América do Sul. Cada uma das 8 áreas contou com 20 textos relacionados aos continentes citados com destaque para países regularmente visitados. O

corpus total conta com 101.425 palavras e foi formado com levantamento feito na área dos sites que informam sobre *services* e *facilities* dos hotéis. Os países não incluídos nessa fase da pesquisa deverão fazer parte de seleções futuras pelo fato de a coleta ser um processo permanente. Por exemplo, na Europa ocidental, priorizamos países muito procurados para o turismo como o Reino Unido, a França, a Alemanha, a Itália e a Espanha; demos o mesmo tratamento às outras áreas estudadas. Como mencionado na seção “objetivos” os substantivos relacionados à estrutura e aos serviços oferecidos pelos hotéis e os adjetivos relacionados a eles são o objeto de estudo.

Os textos da rede são fonte importante de estudo constituindo em elemento essencial para o desenvolvimento desta pesquisa. Segundo Berber Sardinha,

[...] com a abundância de arquivos em formato digital em rede, os praticantes da Linguística de *Corpus* não precisam mais, em muitos casos, esperar para que terceiros criem e disponibilizem *corpora*. Pelo contrário, eles mesmos podem criar seus próprios *corpora* para seus propósitos. Isso é positivo visto que o cenário dos gêneros digitais modifica-se rapidamente, sempre atrelado ao desenvolvimento de novas tecnologias e à melhoria da infraestrutura de transmissão de dados. (SARDINHA, 2011, p.327).

4. Metodologia

Para cumprirmos os objetivos estabelecidos para a pesquisa, observamos os seguintes passos: fizemos levantamento de hotéis principalmente 4 e 5 estrelas de diferentes nacionalidades em sites de propaganda presentes na rede; o material foi utilizado para a composição de um banco de dados que deverá ser renovado ou ampliado periodicamente. Em seguida, acessamos as informações disponíveis sobre os hotéis destacados, em especial, textos de propaganda e informações gerais sobre a estrutura, as instalações (*facilities*) e os serviços por eles oferecidos. Concluída essa fase, selecionamos os textos que foram salvos em txt, (texto sem formatação) forma que permite estudo linguístico adequado. Finalmente, com utilização da ferramenta eletrônica de análise linguística, o *AntConc* 3.2.4w fizemos levantamento e estudo do léxico presente nos textos. Elaboramos listas de palavras e palavras-chave por frequência do *corpus* total e posteriormente das diferentes áreas, considerando os substantivos (palavras-chave) relacionados à estrutura e aos serviços oferecidos pelos hotéis. Fizemos complementarmente levantamento das palavras-chave e das combinações lexicais presentes no *corpus* total e nos *corpora* de diferentes áreas. O *corpus* e as combinações lexicais selecionadas serão mantidos em um banco de dados para consulta e estudo dos professores e alunos da área e realimentado periodicamente como citado acima. O *corpus* de estudo contou com 160 textos e 101.425 palavras, o *corpus* de referência é o BNC, o *British National Corpus-World* com 110.691.482 palavras. Para a definição do *corpus*, adotamos a abordagem impressionística, que considera um *corpus* de estudo contendo

entre 20 mil e 200 mil palavras, um *corpus* pequeno, porém representativo para o fim a que se propõe Aston (1997).

4.1. Números gerais - *word tokens* e *word types* por área pesquisada.

Região/Continente	Word tokens	Word types
Oceania	12.715	2.959
África/Oriente Médio	20.594	4.062
Ásia	13.399	3.323
Europa Oriental	13.797	3.017
Europa Ocidental	10.434	2.576
América do Norte	10.779	2.797
América Central	8.799	2.466
América do Sul	10.908	2.846

5. Resultados e discussão

Apresentamos inicialmente uma lista com 20 palavras-chave de alta frequência presentes no *corpus* total, abrangendo todas as áreas, 10 palavras relacionadas à estrutura e 10 palavras relacionadas a serviços. Em seguida, uma lista com 10 palavras de alta frequência presentes em cada área estudada, 5 palavras relacionadas à estrutura e 5 palavras relacionadas a serviços por área. Finalmente, selecionamos para estudo, 4 palavras-chave do *corpus* total, 2 palavras relacionadas à estrutura e 2 palavras relacionadas a serviços e seus colocados e 2 palavras-chave de diferentes corpora, 1 palavra relacionada à estrutura e 1 palavra relacionada a serviços e seus colocados (substantivos, adjetivos e participios passados). Os achados da pesquisa são apresentados e discutidos a seguir. Destacamos aqui marcas estatísticas e o sentido das combinações lexicais nos diferentes contextos em que são utilizadas.

Observamos nessa sequência palavras relacionadas à estrutura, predominância de léxico relacionado aos aposentos propriamente ditos, ou seja, *rooms* e *suítes*, palavras com grande destaque. Porém, chama atenção a presença de quatro palavras sem qualquer relação com acomodação. Trata-se de *spa*, *pool*, *courts* e *equipment*. A presença de palavras relacionadas a esse tipo de estrutura pode indicar uma valorização das áreas de

saúde e lazer dentro dos hotéis. A área da gastronomia é contemplada na sequência com expressiva presença das palavras *restaurant* e *bar*; *bathroom* e *terrace* vem em seguida com presença menos expressiva no *corpus* em relação às anteriores.

Observamos nessa sequência palavras relacionadas a serviços, predominância de léxico relacionado à cozinha com presença significativa das palavras *dining*, *banquets*, *cuisine* e *breakfast* na última posição, porém com um número também elevado de ocorrências. Possivelmente, a área culinária recebe destaque pelo fato de o levantamento envolver hotéis de nível internacional. A palavra *banquets* em especial, expressa formalidade, requinte; *cuisine*, por sua vez, destaca as especificidades de uma região. Em segundo plano, mas também de forma expressiva aparecem as palavras *fitness*, *treatments*, *massage*, *sauna* e *bath*, todas ligadas à área de saúde e lazer. Porém, o grande destaque refere-se à palavra *internet*, um recurso tecnológico presente em todos os espaços hoje, nos lares, nas empresas e também nos hotéis de luxo como podemos observar. Em meio aos benefícios oferecidos pela indústria hoteleira, desponta a indispensável ferramenta eletrônica, o computador e a rede.

Observamos nessa sequência em palavras-chave relativas à estrutura hoteleira, a presença expressiva da palavra *room* e sua forma plural *rooms*, o que confirma o resultado observado no levantamento global. O que chama atenção é a presença da palavra *spa* com número de ocorrências superior a *room(s)* em duas regiões, em África/Oriente Médio e Ásia. Curiosamente, a palavra não aparece na área correspondente à América Central. Nas outras áreas, ela aparece sempre em segundo lugar, logo após *room(s)*. A palavra *pool*, juntamente com *spa*, apresenta alta frequência, elevado número de ocorrências, confirmando também os números do levantamento global. O resultado gera uma reflexão: por que há a valorização da área de saúde na rede hoteleira em todas as regiões estudadas, exceto em uma, na América Central? Fica a questão para um debate ou novas pesquisas que possam elucidar a ocorrência. A palavra *suíte* e sua forma *suítes* vem a seguir com frequência pouco expressiva.

Observamos nessa sequência palavras-chave relativas a serviços, a presença expressiva das palavras *dining*, *fitness* e *banquets* com ocorrência em todas as áreas estudadas. *Dining* aparece como palavra mais frequente, ficando a palavra *fitness* na segunda posição em uma área, na Ásia; na terceira posição em cinco áreas, na África/Oriente Médio, Leste Europeu, América do Norte, Oceania e América do Sul; na quarta posição em duas áreas, na América Central e na Europa Ocidental. *Banquets*, por sua vez, ocupa a terceira posição em duas áreas, na América Central e na Europa Ocidental; ocupa a quarta posição em cinco áreas, na Ásia, Leste Europeu, América do Norte, Oceania e América do Sul; ocupa a quinta posição apenas na África/Oriente Médio. Interessante observar que há uma predominância de palavras relacionadas à culinária/cozinha seguida de uma palavra relacionada à área de saúde e lazer. O que chama atenção é a alta frequência apresentada pela palavra *Internet*, que aparece em terceiro lugar em apenas uma área, na Ásia; em todas as outras áreas, ela aparece em segundo lugar por frequência, ficando atrás apenas da palavra *dining*. Isso pode indicar

o elevado grau de importância da rede na vida das pessoas nos dias de hoje, não sendo exceção a rede hoteleira; esse dado confirma o resultado da pesquisa global. Palavras relacionadas à área de transporte, como *transportation* e *taxi*, com presença pouco expressiva, apareceram na quinta posição em duas áreas apenas, na América do Norte e na Europa Ocidental. O mesmo ocorreu com as palavras *coffee*, *treatments*, *cuisine*, e *bath* com presença em apenas uma ou duas das áreas estudadas. Por exemplo, a palavra *cuisine* aparece com algum destaque nas regiões correspondentes à América Central e à Oceania apenas.

A partir das listas do *corpus* total, destacamos palavras para estudo como mencionado acima; são elas: *rooms* e *bar*, relacionadas à estrutura; *cuisine* e *massage*, relacionadas a serviços. Seleccionamos as 15 combinações mais recorrentes no *corpus*.

Nessa sequência observamos dois colocados de alta frequência, ou seja, *guest* e *meeting*, com o nódulo *rooms*, o que não apresenta surpresa pelo fato de *guest* ser uma palavra fundamental dentro do contexto da hotelaria e *meeting* por ser uma palavra naturalmente presente em ambientes de hotéis de luxo, para formar *meeting room*, sala de reuniões em português. Na sequência, porém, observamos a presença de combinações lexicais que merecem atenção e estudo por trazerem uma variedade de informações relacionadas aos tipos de espaço dentro de um hotel que não são tão comuns.

Temos então, os colocados *treatment* e *function*. O primeiro refere-se a uma sala onde o hóspede pode receber diferentes tipos de tratamento, como aplicação de massagens ou cuidados com a pele. A palavra *function* por sua vez aparece combinada com *rooms* representando um espaço de eventos, como festas ou reuniões de negócios. As palavras *superior*, *executive*, *spacious*, *comfortable*, *deluxe*, e *luxurious* apresentam uma mescla de luxo e espaço em destaque, um padrão comumente observado em hotéis 4 ou 5 estrelas. Os colocados *conference* e *non-smoking*, por sua vez são claros, ou seja, referem-se a uma sala utilizada para conferências e quartos onde o fumo não é permitido. Finalmente, dois destaques, combinações lexicais menos frequentes em comparação com as acima destacadas. São elas: *steam* e *locker*. A primeira refere-se a um quarto com banho a vapor, um tipo de sauna com calor úmido e temperatura média de 45 graus. A segunda refere-se a uma sala com armários e cadeados para guarda de roupas e apetrechos dos hóspedes. Devido à baixa frequência dessas combinações, são provavelmente estruturas ou serviços pouco comuns em hotéis desse porte.

Nessa sequência observamos o nódulo *bar* em diversas combinações com destaque inicial para *mini*, combinação muito comum em hotéis de diferentes classificações. Espaço representado por um bar com bebidas alcoólicas, não alcoólicas, petiscos e às vezes até artigos de toalete. Em seguida, temos *lounge*, formando *lounge bar*, espaço mais luxuoso e caro que a média dos bares em hotéis. *Restaurant*, formando *restaurant bar*, espaço que serve prioritariamente bebidas, porém com opção de cardápio e refeições. *Lobby*, formando *lobby bar*, espaço no lobby do hotel ou num terraço especialmente reservado para seu funcionamento. *Pool (side)* formando *pool (side) bar*, um bar na área da piscina e *private*, formando *private bar*, sinônimo de *minibar*, ou

frigobar em português, instalado no quarto do hotel. Na sequência, observamos *juice* formando *juice bar*, espaço para venda de sucos com ausência de bebidas alcoólicas. *Brewery* formando *brewery bar*, instalação muito comum na Inglaterra; um hotel conjugado com uma cervejaria (pub); a palavra *brewery* normalmente sugere produção própria ou local de cerveja que é vendida numa área reservada do hotel. *Coffee*, formando *coffee bar*, espaço que vende exclusivamente café, em especial o café expresso, o que difere o lugar dos chamados *coffee shops* que oferecem alguns pratos rápidos além do café. *Wine*, formando *wine bar*, local que serve ou comercializa vinhos. *Candy*, formando *candy bar*, espaço dentro do quarto de hóspedes que oferece doces em geral e diferentes tipos de chocolates. *Sushi*, formando *sushi bar*, espaço de culinária japonesa. Finalmente, dois destaques: *wet* e *canvas*, formando *wet bar* e *canvas bar* respectivamente. O primeiro refere-se a um bar equipado com uma pia, especialmente utilizada para mistura dos *drinks* e serviço de lavagem e troca rápida de copos, o que representa um diferencial no atendimento. O segundo refere-se a um bar decorado com obras de arte, em especial quadros e pinturas, o que dá ao local um toque de requinte e cultura.

Nessa sequência temos uma série de colocados com o nódulo *cuisine* que se assemelham; fazem referência à culinária de renome mundial. São elas: *Italian* e *French*, formando *Italian cuisine* e *French cuisine* e *international* e *first-class*, formando *international cuisine* e *first-class cuisine* respectivamente. Os quatro colocados são seguidos da palavra *local*, para formar *local cuisine*, que indica cozinha típica da região onde o hotel está situado, uma combinação lexical muito comum também no português. A seguir, temos *contemporary*, formando *contemporary cuisine*, combinação utilizada para designar atualidade e também qualidade dos produtos utilizados na elaboração dos pratos, uma forma que faz referência mais especificamente à culinária americana. Vemos na sequência, *gourmet* e *exquisite*, formando *gourmet cuisine* e *exquisite cuisine* respectivamente com significado muito semelhante; ressaltam a excelência, a elegância e o refinamento da cozinha, enfim, a alta qualidade dos pratos servidos no espaço do hotel. A palavra *haute* formando *haute cuisine* guarda uma semelhança de significado com os dois colocados anteriores pelo fato de também destacar a alta qualidade da cozinha e sua cuidadosa elaboração, além de fazer referência à culinária francesa.

Os colocados *wholesome*, *seasonal*, *crafted* e *farm-to-table* também apresentam uma semelhança de sentido entre si. Formam as combinações *wholesome cuisine*, *seasonal cuisine*, *crafted cuisine* e *farm-to-table cuisine* respectivamente. Todas elas enfatizam a qualidade dos produtos utilizados no preparo dos pratos oferecidos, mas com algumas particularidades. Por exemplo, *wholesome* destaca o aspecto saudável dos produtos, *seasonal* destaca a utilização de produtos da época ou o melhor da época na elaboração da comida, *crafted* destaca a elaboração manual, artesanal dos pratos sem processos mecanizados; finalmente *farm-to-table* destaca o aproveitamento rápido dos produtos para a elaboração dos pratos, com pouquíssimo tempo de armazenamento antes do uso, o que contribui para o seu frescor. Finalmente, temos *zesty*, formando *zesty cuisine* e *winning-award*, formando *winning-award cuisine*, com sentidos bem específicos. O

primeiro colocado refere-se a um tipo de comida com sabor acentuado, com adição de temperos, em especial à base de frutos cítricos, o que dá um sabor picante e diferenciado ao prato. O segundo colocado, faz referência a uma cozinha que é premiada, pela reconhecida qualidade que apresenta no mundo da hotelaria.

Nessa sequência observamos o nódulo *massage* com colocados envolvendo um substantivo mais preposição e um adjetivo. Trata-se de *variety of* e *relaxing*, formando *variety of massage* e *relaxing massage*, o primeiro indicando tipos diferentes de massagem e o segundo, uma qualidade propriamente dita, relaxante. Um segundo par com o mesmo sentido aparece na sequência. São eles: *in-room massage* e *in-suite massage*, referindo-se à aplicação de massagem no quarto de hóspedes. Em seguida, observamos combinações muito específicas. *Four hands massage*, indicando massagem a quatro mãos, isto é, aplicação feita por dois profissionais massagistas, *deep tissue massage*, sugerindo uma massagem especificamente muscular e *Swedish massage*, com sentido semelhante à imediatamente anterior.

Na verdade, *deep tissue massage* concentra-se nos tecidos conjuntivos e o objetivo maior é corrigir os movimentos e a postura do paciente enquanto *Swedish massage* visa melhorar a circulação sanguínea e linfática relaxando os músculos em sua área mais superficial. Na sequência, temos os colocados *underwater* e *aromatherapy* formando as combinações *underwater massage* e *aromatherapy massage* respectivamente; a primeira combinação está relacionada à hidromassagem e a segunda a um tipo de massagem aplicada com utilização de óleos extraídos de plantas aromáticas e medicinais. Em seguida, destacamos um tipo específico de massagem de origem japonesa, expressa pela combinação *shiatsu massage*, um tipo realizado por meio de pressão dos dedos do massagista sobre diferentes áreas do corpo com o objetivo de manter o bem estar físico e mental do paciente bem como de curar doenças. Temos a seguir, dois colocados que formam combinações semelhantes na aplicação. Trata-se de *hot stone massage* e *hot shells massage*.

Há, porém, uma diferença essencial entre as duas. A primeira faz uso de pedras aquecidas como extensão das mãos do massagista para a execução do processo; a segunda utiliza conchas cheias com uma mistura de minerais e algas com água do mar e óleos. Quando esses elementos são combinados dentro da concha, criam uma reação química que produz calor, que dura entre uma e duas horas. Finalmente temos mais uma vez combinações com sentido bastante específico. São elas: *pregnancy massage*, *tailored massage* e *wine massage*. A primeira refere-se a um serviço de massagem oferecido a mulheres hóspedes grávidas que tem a função de melhorar a saúde, diminuir o estresse e aliviar as tensões musculares das futuras mães. Funciona como um complemento aos exames pré-natais. A segunda representa uma aplicação feita de acordo com a necessidade do cliente/hóspede (*tailored*); há uma variedade de aplicações possíveis aqui. A terceira sugere uma aplicação feita com utilização de vinho e também suco de uva na massagem, o que ajuda a melhorar a aparência da pele e a circulação.

A partir das listas do *corpus* por área, também destacamos palavras para estudo; são elas: *pool*, relacionada à estrutura e *treatments*, relacionada a serviços. Seleccionamos as 10 combinações mais recorrentes no *corpus*. A palavra *pool*, presente na área correspondente à África/Oriente Médio e a palavra *treatments*, presente na área correspondente à Ásia.

Nessa sequência observamos alguns colocados interessantes com o nódulo *pool*. O primeiro e grande destaque é representado pela combinação *swimming pool*, forma muito comum em língua inglesa para piscina. Também com destaque, aparecem em seguida, dois colocados que fazem referência à ocupação de espaços dentro do hotel. São eles: *indoor* e *outdoor* formando as combinações *indoor pool* e *outdoor pool* respectivamente, correspondendo a piscinas cobertas e piscinas descobertas. Na sequência, observamos um colocado bastante específico, *infinity*, formando a combinação *infinity pool*, estrutura aparentemente presente apenas em alguns hotéis de luxo. É um tipo de piscina construída de forma a criar uma ilusão ótica que lhe confere a imagem aparente de infinidade.

Uma das quatro paredes é construída num nível inferior em relação às outras, o que gera a impressão de que o volume de água está ligado a um grande rio ou oceano. Outros dois colocados que vemos a seguir em combinação com *pool*, são *toddler* e *splash*, formando *toddler pool* e *splash pool* respectivamente; fazem referência a usuários específicos. A primeira combinação representa uma piscina para crianças ainda na primeira infância (*toddlers*); a segunda, uma piscina com dois ou três pés de profundidade, para usuários que não pretendem nadar, mas apenas se molhar ou se refrescar. Em seguida, observamos uma dupla de colocados muito comuns, com presença expressiva em diferentes áreas, não apenas na rede hoteleira. São eles: *olympic* e *heated*, formando as combinações *olympic pool* e *heated pool*, respectivamente, exemplos representativos de piscinas de dimensões olímpicas e de piscinas aquecidas.

Os dois últimos destaques são colocados que formam combinações menos comuns com *pool*. Trata-se de *rooftop* e *private*, formando *rooftop pool* e *private pool*. A primeira combinação indica uma piscina instalada no topo do edifício do hotel, que propicia uma visão panorâmica da cidade onde se encontra; algumas se assemelham às *infinity pools* pela ausência de uma das paredes, o que pode dar a impressão aos usuários de uma possível queda ao nadar. Na verdade, há uma extensão da piscina num nível inferior impossibilitando a ocorrência de acidentes. Esse tipo de piscina é uma atração à parte no ambiente de hotéis de luxo no mundo. A segunda combinação indica uma piscina particular instalada em alguns quartos; estes, normalmente apresentam em sua estrutura uma varanda e acesso para o espaço da piscina, em alguns casos com a presença de um jardim. A estrutura representa um diferencial sofisticado e é encontrada apenas em hotéis muito luxuosos e requintados em certas regiões do globo.

Nessa sequência temos a presença de colocados com sentidos diversos. Os dois primeiros são *body* e *massage*, formando as combinações *body treatments* e *massage treatments*; segundo o texto, referem-se a terapias e massagens para o corpo. A seguir,

temos os adjetivos *specialized* e *simple* formando as combinações *specialized treatments* e *simple treatments*. A primeira, segundo o texto original, refere-se à combinação de tratamentos com propriedades curativas originários da Ásia antiga e receitas de beleza à base de produtos naturais. A segunda, simplesmente faz referência a tipos de tratamentos representados por massagens relaxantes. Em seguida, temos dois adjetivos que fazem referências bastante específicas a tratamentos de beleza. São eles, *natural* e *beautifying*, formando as combinações *natural treatments* e *beautifying treatments*.

O primeiro, de acordo com o texto, combina tratamentos ocidentais, suíços mais especificamente, com os métodos de tratamento naturais de Bali, na Indonésia; contemplam a beleza e a saúde. O segundo destaca tratamentos de beleza à base de ervas e óleos, cuja aplicação traz benefícios para a pele e a saúde em geral; é originário de Taiwan. Os próximos colocados são *top-of-the-line* e *aesthetic* que aparecem numa mesma sequência no texto, formando as combinações *top-of-the-line treatments* e *aesthetic treatments* respectivamente. Os tratamentos de primeira linha (*top-of-the-line*) oferecidos pelo *spa* do hotel referem-se, segundo o texto, a rituais estéticos e holísticos especializados, ou seja, preocupam-se com o corpo em sua totalidade em detrimento das partes isoladamente, aparentemente algo valorizado em países orientais (o texto em questão é de um hotel em Singapura). Os dois últimos colocados abordados são *delightful* e *beauty*, formando as combinações *delightful treatments* e *beauty treatments* respectivamente. Elas formam combinações que se assemelham pelo seu sentido corriqueiro; as duas fazem referência a tratamentos básicos de beleza como cuidados com a pele e o cabelo, massagens e serviços de manicure e pedicure.

Conclusões

A coleta de textos da rede com informações sobre estrutura e serviços hoteleiros mostrou ser de grande utilidade por atender satisfatoriamente aos objetivos a que nos propusemos no início da pesquisa. O *corpus* de estudo selecionado inicialmente poderá ser realimentado periodicamente, permitindo uma ampliação do volume de léxico e conseqüentemente novas possibilidades de pesquisa sobre o que a rede hoteleira pode oferecer em diferentes partes do mundo.

A primeira sequência abordada, estrutura e serviços hoteleiros presentes no *corpus* global, propiciou uma visão mais abrangente da estrutura e dos serviços oferecidos pelos hotéis 4 e 5 estrelas no mundo. Os destaques representados pelas áreas de saúde/lazer e culinária certamente estimulam novas incursões com pesquisas de léxico envolvendo hotéis de diferentes classificações, o que abre campo para estudos comparativos relacionados aos diversos padrões ou níveis de sofisticação da rede hoteleira presente nos oito continentes.

A segunda sequência referente ao estudo lexical de estruturas e serviços por área veio confirmar uma tendência observada na abordagem anterior, global, ou seja, a

presença expressiva de léxico envolvendo as áreas de saúde e culinária. Veio confirmar também a importância da rede, a internet e suas ferramentas na atualidade. Os serviços mais presentes acima citados, saúde e culinária, tem sua posição ameaçada pela presença da palavra *internet*, que aparece com alta frequência em todas as áreas pesquisadas. O fenômeno sugere uma atenção especial dos pesquisadores para a área de sistemas informatizados em uso no ambiente dos hotéis.

A terceira sequência relativa às palavras-chave do *corpus* total e colocados destacadas para estudo trouxe à tona combinações com significados muito diversificados, em especial aquelas relacionadas à área de serviços com as palavras *cuisine* e *massage*. Algumas delas exigiram ampliação do estudo com consultas em diferentes sites presentes na rede para levantamento de significados, parte importante de nossa proposta de pesquisa.

A quarta sequência, relacionada às palavras-chave do *corpus* por área e colocados destacadas para estudo, (outras farão parte de futuras seleções para pesquisa) propiciou alguns achados interessantes e exigiu também uma ampliação da abordagem como na sequência discutida no parágrafo anterior. Pelo fato de serem combinações lexicais muito gerais, foi necessária uma volta aos textos do banco de dados para levantamento e análise de linhas de concordância, o que permitiu acesso a significados e discussões mais abrangentes e enriquecedoras.

Destacamos mais uma vez que a pesquisa envolve não somente o levantamento e a criação de um *corpus* de estudo na área de estruturas e serviços oferecidos pelos hotéis, mas também a possibilidade ilimitada de uma recriação ou ampliação desse acervo para estudos linguísticos a qualquer momento, hoje e no futuro. A proposta representa um campo aberto e rico em alternativas; tem à disposição um universo vasto como a rede, importante referência; e o léxico, produto colhido, estudado e utilizado de acordo com as necessidades de pesquisadores, alunos e interessados na área em geral.

Referências Bibliográficas

- ASTON. G. Small and Large Corpora in Language learning. In: Palc Conference, Lodz, University of Lodz, 1997.
- BERBER SARDINHA, T. Linguística de Corpus. Barueri: Manole, 2004.
- _____. Como usar a Linguística de Corpus no ensino de língua estrangeira. In: Viana, V.; TAGNIN, S. (Orgs.). Corpora no ensino de línguas estrangeiras. São Paulo: HUB Editorial, 2011. p. 302-356, 2004.
- CARVALHO, A. F. Políticas Públicas em Turismo no Brasil. Sociedade e Cultura, v. 3, n. 1 e 2, jan/dez. 2000, p. 97-109, 2000.
- CONRAD. S.; DUSICKA. P; PFEIFFER. P. Work in Progress. A new approach for understanding student and workplace writing in engineering. 39th Frontiers in Education Conference. San Antonio, Texas, 2009

IMBERNÓN, F. Formação docente e Profissional. Formar-se para a mudança e a incerteza. São Paulo: Cortez, 2009.

O'KEEFFE, A e McCARTHY, M. What are corpora and how Have They Evolved? In: O'KEEFFE, A.; M. McCARTHY. (Eds.). The Routledge Handbook of Corpus Linguistics. London/New York: Routledge, 2010

SINCLAIR, J. Corpus, Concordance, Collocation. Oxford: Oxford University Press, 1991.

TRIBBLE, C. What are concordances and how are they used?. In: O'KEEFFE, A.; M. McCARTHY. (Eds.). The Routledge Handbook of Corpus Linguistics. London/New York: Routledge, 2010

José Roberto LOURENÇO is Professor of Business English and English chair responsible for the courses in Secretariat and Tourism at (FATEC-SP). He received his PhD in Applied Linguistics with a focus on Corpus Linguistics from PUC-SP. His interests include educational development in the areas of Business and English. E-mail: jr_lourenco@yahoo.com.br.