



Eurocopa 2020: qué hay detrás del aluvión de marcas chinas que patrocinan el torneo europeo

TAREFAS DO ALUNO

Copiar texto. Quando possível, copie o primeiro parágrafo do texto.

Marcar palavras iguais e parecidas. Esta tarefa deve ser realizada antes da leitura e tradução do texto. Olhe para o texto e marque todas as palavras iguais e parecidas com as palavras da língua portuguesa.

Ler e traduzir: Leia o texto abaixo e o traduza. A tradução pode ser realizada no seu caderno, no seu computador ou mentalmente.

Montar vocabulário. Anote no seu caderno (ou outro local de sua preferência) todas as palavras que não conseguiu entender no momento da leitura. Anote também o significado dessas palavras.

TEXTO

Eurocopa 2020: qué hay detrás del aluvión de marcas chinas que patrocinan el torneo europeo

Todos los ojos estaban puestos en el balón durante el tenso partido de fútbol entre Inglaterra y Alemania de esta semana por la Eurocopa 2020, incluidos los míos.

Pero casi cada vez que veía una marca patrocinada en las vallas publicitarias digitales que recorrían la circunferencia del campo en Wembley, había un logotipo de una marca china.



Durante la última Eurocopa, celebrada en 2016, solo hubo un patrocinador chino: el fabricante de televisores HiSense.

En esta ocasión, TikTok, Vivo y Alipay se han unido a HiSense en las vallas publicitarias.

No hay señales de equivalentes de EE.UU. Ni Facebook, Google, Amazon ni Apple, por ejemplo, figuran en la lista oficial de "socios".

El organizador del torneo, UEFA, dijo a la BBC que "no tenía una estrategia específica" con respecto a las colaboraciones chinas.

"Sin embargo, buscamos involucrar a una audiencia global, al igual que las marcas que se unen a nuestro programa comercial", agregó.

TikTok, que afirma que su plataforma global se mantiene separada de su operación en China, se ha asociado con la UEFA solo para este torneo y ha aportado una tonelada de apoyo promocional para el evento en su plataforma, incluidos los efectos de realidad aumentada de marca y desafíos de hashtags.

La UEFA incluso lanzó su propia cuenta oficial del torneo para la ocasión, seguida por 4,2 millones de personas.

Alipay, una plataforma de pago china, ha traído consigo una subsidiaria, Antchain, una empresa de blockchain. Ambas son parte del gigante tecnológico Ant Group.

Una *blockchain* es una especie de libro digital, que se almacena en muchas computadoras individuales, lo que dificulta la alteración o falsificación de los registros. Se usa más comúnmente para monitorear transacciones de moneda virtual, pero también se puede usar para almacenar otra información.

No puedes usar Alipay sin una identificación china en todos los países. Y, sin embargo, en junio, Antchain anunció un acuerdo de patrocinio de cinco años con la UEFA: Alipay ya tenía su propio acuerdo independiente de ocho años.

Alipay ahora ofrece un trofeo para el máximo goleador de los juegos, con todas las puntuaciones registradas en Antchain.



Fuente: BBC - español (adaptado)

TEXTO – TRADUÇÃO LIVRE

Eurocopa 2020: qué hay detrás del aluvión de marcas chinas que patrocinan el torneo europeo

Eurocopa 2020: o que há por trás da aluviã¹ de marcas chinasas que patrocinam o torneio europeu

Todos los ojos estaban puestos en el balón durante el tenso partido de fútbol entre Inglaterra y Alemania de esta semana por la Eurocopa 2020, incluidos los míos.

Todos os olhos estavam colocados na bola durante a tensa partida de futebol entre Inglaterra e Alemanha desta semana pela Eurocopa 2020, incluídos os meus.

Pero casi cada vez que veía una marca patrocinada en las vallas publicitarias digitales que recorrían la circunferencia del campo en Wembley, había un logotipo de una marca china.

Porém quase a cada vez que via uma marca patrocinada nas barreiras publicitárias digitais que percorriam a circunferência do campo em Wembley, havia um logotipo de uma marca chinesa.

¹ Aluviã: cheia, enxurrada, inundação.



Durante la última Eurocopa, celebrada en 2016, solo hubo un patrocinador chino: el fabricante de televisores HiSense.

Durante a última Eurocopa, celebrada em 2016, somente houve um patrocinador chinês: o fabricante de televisores HiSense.

En esta ocasión, TikTok, Vivo y Alipay se han unido a HiSense en las vallas publicitarias.

Nesta ocasião, TikTok, Vivo e Alipay se hão unido a HiSense nas barreiras publicitárias.

No hay señales de equivalentes de EE.UU. Ni Facebook, Google, Amazon ni Apple, por ejemplo, figuran en la lista oficial de "socios".

Não há sinais de equivalentes dos Estados Unidos. Nem Facebook, Google, Amazon, nem Apple, por exemplo, figuram na lista oficial de "sócios".

El organizador del torneo, UEFA, dijo a la BBC que "no tenía una estrategia específica" con respecto a las colaboraciones chinas.

O organizador do torneio, UEFA, disse à BBC que "não tinha uma estratégia específica" com respeito às colaborações chinas.

"Sin embargo, buscamos involucrar a una audiencia global, al igual que las marcas que se unen a nuestro programa comercial", agregó.

"Entretanto, buscamos envolver a uma audiência global, igual as marcas que se unem a nosso programa comercial", agregou.



TikTok, que afirma que su plataforma global se mantiene separada de su operación en China, se ha asociado con la UEFA solo para este torneo y ha aportado una tonelada de apoyo promocional para el evento en su plataforma, incluidos los efectos de realidad aumentada de marca y desafíos de hashtags.

TikTok, que afirma que sua plataforma global se mantém separada de sua operação na China, se há associado com a UEFA para este torneio e há aportado uma tonelada de apoio promocional para o evento em sua plataforma, incluídos os efeitos de realidade aumentada de marca e desafios de *hashtags*.

La UEFA incluso lanzó su propia cuenta oficial del torneo para la ocasión, seguida por 4,2 millones de personas.

A UEFA inclusive lançou sua própria conta oficial do torneio para a ocasião, seguida por 4,2 milhões de pessoas.

Alipay, una plataforma de pago china, ha traído consigo una subsidiaria, Antchain, una empresa de blockchain. Ambas son parte del gigante tecnológico Ant Group.

Alipay, uma plataforma de pagamentos chinesa, há traído consigo uma subsidiária, Antchain, uma empresa de *blockchain*. Ambas fazem parte do gigante tecnológico Ant Group.

Una *blockchain* es una especie de libro digital, que se almacena en muchas computadoras individuales, lo que dificulta la alteración o falsificación de los registros. Se usa más comúnmente para monitorear transacciones de moneda virtual, pero también se puede usar para almacenar otra información.



Uma *blockchain* é uma espécie de livro digital, que se armazena em muitos computadores individuais, o que dificulta a alteração ou falsificação dos registros. Se usa mais comumente para monitorar transações de moeda virtual, mas também se pode usar para armazenar outra informação.

No puedes usar Alipay sin una identificación china en todos los países. Y, sin embargo, en junio, Antchain anunció un acuerdo de patrocinio de cinco años con la UEFA: Alipay ya tenía su propio acuerdo independiente de ocho años.

Não podes usar Alipay sem uma identificação chinesa em todos os países. E, entretanto, em junho, Antchain anunciou um acordo de patrocínio de cinco anos com a UEFA: Alipay já tinha seu próprio acordo independente de oito anos.

Alipay ahora ofrece un trofeo para el máximo goleador de los juegos, con todas las puntuaciones registradas en Antchain.

Alipay agora oferece um troféu para o máximo goleador dos jogos, com todas as pontuações registradas em Antchain.