

LA VARIACIÓN VERTICAL EN TERMINOLOGÍA – CONCEPTO Y MANIFESTACIONES

Johannes Schnitzer (Profesor Asociado; WU – Univ. de Ciencias Económicas y Empresariales de Viena)

Resumen

El presente artículo trata el tema de la variación vertical en terminología. En primer lugar se presenta esta temática desde un punto de vista teórico y se discuten los conceptos de lenguaje de especialidad y de variación vertical (puntos 2. y 3.). Se muestra que en los dos casos estamos frente a términos poco claros y que el gran número de interpretaciones diferentes dificulta el establecimiento de modelos adecuados. Como solución a este problema se propone anclar tanto el concepto de lenguaje de especialidad como el de variación vertical en el criterio del conocimiento humano. Luego (punto 4.), el artículo aborda la temática de las manifestaciones de la variación vertical y describe, primero (punto 4.1.), las convicciones tradicionales sobre esta cuestión (con el nivel de especialidad aumentaría la tendencia a la monosemia, univocidad, etc. de los términos) para contrastar, seguidamente, estos convencimientos con los resultados de un estudio propio sobre la terminología bursátil en la prensa diaria, cuyos resultados fueron opuestos a ellos (punto 4.2.). En la conclusión (punto 5.) se explicarán estos resultados a la luz de los puntos de partida teóricos.

Palabras Clave

Variación Vertical; Terminología; Lenguajes de Especialidad

Resumo

O presente artigo trata da variação vertical em terminologia. Em primeiro lugar, apresenta-se o tema a partir de um ponto de vista teórico e se discutem os conceitos de linguagem de especialidade e de variação vertical (seções 2 e 3). Mostra-se que nos dois casos estamos diante de termos pouco claros e que o grande número de interpretações diferentes dificulta o estabelecimento de modelos adequados. Como solução para esse problema, propõe-se ancorar tanto o conceito de linguagem de especialidade como o de variação vertical no critério do conhecimento humano. Em seguida (seção 4), o artigo aborda as manifestações da variação vertical e descreve, primeiro (subseção 4.1), as convicções tradicionais sobre essa questão (com o nível de especialidade, aumentaria a tendência à monosemia, univocidade, etc. dos termos) para contrastar, em seguida, esses argumentos com os resultados de um estudo próprio sobre a terminologia da bolsa (de valores) na imprensa diária, cujos resultados foram opostos a eles (subseção 4.2). Na conclusão (seção 5), explicam-se esses resultados à luz de pontos de vista teóricos.

Palavras-chave

Varição vertical; Terminologia; Linguagens de especialidade

Abstract

The following article deals with vertical variation in terminology. Firstly, it discusses the theoretical concepts of language for specific purposes (LSP) and vertical variation (Sections 2 and 3). It shows that in both cases we are confronted with rather imprecise terms which leave us with a high number of possible interpretations. Therefore problems for establishing adequate models arise. As a solution, this paper proposes tying the LSP concept as well as that of vertical variation to the criterion of human knowledge.

Secondly (Section 4), the article focuses on the manifestation of vertical variation by beginning with a description of the traditional convictions about this issue, i.e. the fact that, with an increasing level of specificity, terms tend towards monosemy, univocity, etc. (Section 4.1). Those convictions are then contrasted with the results of a study about stock market terminology in daily print media which, surprisingly, turn out to be the complete opposite (Section 4.2.). In conclusion (Section 5.), those remarkable findings are explained on the basis of the theoretical discussion presented at the beginning of the paper.

Key-Words

Vertical Variation; Terminology; Language for Specific Purposes

1. Introducción

A primera vista, el concepto de la variación vertical no parece ofrecer mayores dificultades de comprensión. Es obvio que existen manifestaciones lingüísticas que son más o menos accesibles, es decir, comprensibles, desde el punto de vista del receptor o producibles desde la perspectiva del emisor de un acto comunicativo. Dicho con palabras sencillas: salta a la vista de cualquiera que hay palabras, frases y textos que son más o menos *difíciles* o más o menos *especiales* que otros.

Los problemas se plantean, primero, cuando se comienza a situar el fenómeno de la variación vertical en un marco teórico más amplio (como podría ser una teoría de los lenguajes de especialidad) y, segundo, cuando se trata de concretizar de qué maneras se manifiesta en actos de comunicación reales. Como veremos, el fenómeno de la verticalidad que, a simple vista parecía tan sencillo, se complica enormemente, y respuestas que pueden considerarse clásicas rápidamente se revelan (¿parcialmente?) erróneas o, en todo caso, insuficientes.

En lo sucesivo, trataré de abordar los dos aspectos mencionados (discutir desde un punto de vista teórico los conceptos del lenguaje de especialidad y de la variación vertical, por una parte, y echar una mirada a sus manifestaciones, por otra) aunque, tal vez, parezca pretencioso querer tan sólo resumir la temática y dibujar las líneas generales de mis reflexiones en el espacio aquí disponible. Creo, sin embargo, que también y sobre todo en este campo uno precisa del otro, es decir, la reflexión teórica necesita del estudio empírico y viceversa, para no caer en la trampa de una argumentación a posteriori de convicciones preconcebidas o en la presentación de resultados aislados cuya generalizabilidad es, cuando menos, insegura.

2. El concepto de lenguaje de especialidad

El fenómeno de la variación vertical suele tratarse en estudios sobre el o los lenguajes de especialidad. De hecho, el mero concepto de *lenguaje de especialidad* en cierto modo ya implica la existencia de variación vertical o, mejor dicho, la presupone. Si no existiera un lenguaje no especializado y, por lo tanto, si no existieran (por lo menos estos dos) distintos grados de especialidad tampoco tendría sentido hablar de *lenguajes de especialidad*. En consecuencia, el primer paso a la hora de determinar o definir los conceptos que aquí nos interesan debería consistir en aclarar qué debe entenderse por *especial, especialidad o fines específicos*, según la denominación que se quiera usar. Y es precisamente en este punto donde comienzan los problemas.

Basta mirar los programas de los congresos que celebra esta disciplina o echar un vistazo a los manuales sobre los lenguajes de especialidad para que uno se dé cuenta de que los objetos de estudio y las temáticas tratadas son – dicho de una manera eufemística – bastante variados. El discurso científico, el lenguaje de los aparatos técnicos, el léxico de la química, la traducción técnica, el *abstract*, la comunicación médica, el lenguaje de la publicidad y hasta el lenguaje de la *Biblia*... todo tiene cabida en esta disciplina y todo puede ser objeto de estudio. Un observador atento rápidamente llega a preguntarse en qué consiste el denominador común en tanta diversidad y – prescindiendo ahora de eufemismos – puede llegar a preguntarse si no se encuentra delante de algo así como un “caos conceptual”.

No es éste el lugar para describir y discutir los distintos enfoques que se han aplicado a los lenguajes de especialidad o para presentar las distintas perspectivas que se han adoptado para definirlos (para ello véase, por ejemplo, Schnitzer 2008). Para aclarar la confusión sólo tenemos que darnos cuenta de que los calificativos *especial* y *específico* pueden aplicarse (y se aplican) prácticamente a cualquier factor que interviene en un acto comunicativo: los interlocutores, la temática, el canal de comunicación, la función comunicativa, etc. En menor o mayor medida, cada uno de estos elementos puede tener un carácter *especial* y puede, por lo tanto, dar lugar a un lenguaje *especial*. Llevando esta idea a un extremo un poco absurdo, en este sentido también la comunicación entre un comprador y la cajera en un supermercado podría considerarse *especial*. Sin embargo, parece que en la práctica de la disciplina existe una barrera intangible que frena esta interpretación exagerada aunque, como hemos visto, tampoco es tan fuerte como para evitar la confusión.

Si observamos con atención las temáticas concretas a las que se se dedican los estudios sobre los lenguajes de especialidad y, a la vez, intentamos poner un poco de orden en los ejemplos arriba mencionados, muy rápidamente nos damos cuenta de que, básicamente, corresponden a tres perspectivas diferentes:

Una primera perspectiva enfoca distintos tipos de discurso, entendiendo *discurso* como conjunto de manifestaciones comunicativas que se caracterizan por una – muchas veces muy abstracta – función comunicativa. El discurso académico, el lenguaje periodístico, el lenguaje de la administración, etc., serían ejemplos de este enfoque.

Una segunda perspectiva estudia textos o – la mayoría de las veces – clases de textos concretas. Aquí podemos mencionar como ejemplos típicos trabajos sobre el *abstract*, la hoja de instrucciones, el artículo divulgativo, etc.

Por último, una tercera perspectiva investiga producciones lingüísticas que versan sobre determinadas temáticas, el lenguaje de la química, el léxico del medio ambiente, etc. Se trata, por lo tanto, de una perspectiva que se concentra en el universo lingüístico dentro de determinados ámbitos temáticos o ámbitos de conocimiento.

Está claro, que en un acto comunicativo concreto los tres aspectos (el funcional, el situacional-organizativo y el temático) se combinan y que sólo se trata de distintas perspectivas de análisis. Pero aún así, conviene tener presente que en los estudios sobre el lenguaje de especialidad pueden adoptarse – y se adoptan – puntos de vista bien diferentes.

Por lo tanto, si queremos usar el término *lenguaje de especialidad*, si queremos hablar de un *vocabulario específico* – y, en mi interpretación, éste es el significado de *terminología* – de una manera más precisa, primero habría que aclarar en qué consiste esta especialidad o especificidad.

Como hemos mencionado, la mayoría de los intentos de definición de *lenguaje de especialidad* parten de y/o incluyen alguno o algunos de los factores comunicativos clásicos: la función (el lenguaje administrativo, etc.), la temática (el lenguaje de la filatelia, etc.), los usuarios (los expertos), la situación (formal) o el código utilizado (el escrito). En mi opinión, ninguno de estos factores ni tampoco la combinación de ellos es suficiente para determinar en qué consiste la especialidad.

En prácticamente todos los ámbitos funcionales como la ciencia, la administración o la economía, y en todos los ámbitos temáticos – si, de momento, nos limitamos a los de cierto grado de abstracción – se generan textos que corresponden perfectamente a lo que intuitivamente se entiende por *especial*. Pero también se generan textos que nada tienen de especial si los comparamos con manifestaciones lingüísticas *corrientes*.

De la misma manera, ni en la comunicación entre expertos, ni en todas las situaciones formales se usa un código especial – siempre y cuando queramos conservar un significado delimitado de *especial*. Naturalmente, desde una perspectiva generalizadora, todo acto de comunicación es *especial* en el sentido de que se tiene un objetivo específico (y no otro) y se habla de un tema concreto (y no otro), etc. Pero es obvio que, si aplicamos esta perspectiva, el significado de *especial* es diferente al que tratamos de determinar.

El criterio que, desde mi punto de vista, mejor se presta para aclarar lo que debemos entender cuando se habla de *lenguaje de especialidad* es el del conocimiento humano. En este sentido, un mensaje es especial cuando en él se activan conocimientos que no son *normales*, es decir, cuando en él se activan conocimientos que no se adquieren en el proceso de socialización general, sino en un proceso de aprendizaje específico, en otras palabras, conocimientos que no se pueden presuponer sin más en cualquier hablante de una lengua.

“A message is special when what society considers as special education or training is required to understand [and even more to produce – J.S.] it.” (Sager/et al. 1980: 68).

Como vemos, este enfoque no es nuevo y el aspecto *conocimiento humano*, en no pocos estudios sobre los lenguajes de especialidad, ocupa incluso un lugar privilegiado (compárese, por ejemplo, los trabajos de Cabré - especialmente 1999 y 2001 – o el de Wichter 1994). Sin embargo, en una parte considerable de los trabajos que se presentan en revistas y congresos especializados, todavía no parece haber adquirido el reconocimiento que merece.

Si ahora volvemos a la clasificación arriba expuesta, nos damos cuenta de que este criterio del conocimiento y del aprendizaje específico es perfectamente compatible con las distintas perspectivas enumeradas. Es obvio si enfocamos el aspecto temático, puesto que simplemente se trata de conocimientos respecto de una temática que no comparten todos los miembros de una sociedad. Pero también se puede aplicar si enfocamos distintos tipos de discurso y distintas clases de texto. En este caso, sin embargo, no se trata de conocimientos respecto de un campo de saber, sino más bien de conocimientos de presentación y comunicación válidos dentro de un ámbito comunicativo. Piénsese tan sólo que, por ejemplo, buena parte de la formación académica se dedica precisamente a cómo redactar un trabajo científico más o menos independientemente de la temática concreta o piénsese en un tipo de discurso como el periodístico o poético en cuyo aprendizaje el aspecto formal de la presentación es muchísimo más importante que los contenidos a tratar. Nos enfrentamos, entonces, con dos tipos de conocimientos distintos aunque, repito, en un texto concreto se combinan para formar un todo coherente.

Pero queda el hecho de que una cosa es saber de astronomía y otra, diferente, saber presentar y comunicar estos conocimientos en un artículo científico o divulgativo, en forma de manual o como entrada en una enciclopedia por mencionar tan sólo algunos ejemplos. El conocimiento temático no tiene por qué coincidir y no coincide con el conocimiento comunicativo. Si ahora volvemos al concepto de *especialidad* que en realidad tratamos de aclarar, tiene mucho sentido diferenciar también dos “especialidades” o quizás, mejor dicho, dos “especificidades” diferentes: una basada en los conocimientos temáticos, otra basada en los conocimientos de presentación y comunicación.

Si aceptamos esta diferenciación, muy fácilmente se resuelve o, por lo menos, se aclara también un conflicto que, durante algún tiempo, parecía ser una constante en los trabajos generales sobre los lenguajes de especialidad, es decir, la discusión acerca de si los lenguajes de especialidad se caracterizaban en primer lugar por su aspecto léxico o también – y quizás en primer lugar – por otros niveles lingüísticos (estructuras textuales y sintácticas): la especificidad en uno y otro caso simplemente no es la misma, siendo el aspecto léxico indudablemente prototípico del conocimiento temático. La objeción de que existe algo que podríamos llamar un vocabulario científico o administrativo, en mi opinión, no invalida mi argumentación, puesto que no afirmo que el componente léxico sea característica exclusiva de la perspectiva temática. Por otra parte, sí creo que es allí donde se concentra en primerísimo lugar la investigación y actividad terminológica.

3. El concepto de variación vertical

Llegados a este punto de la argumentación, se plantea la pregunta sobre dónde ubicar en nuestro esquema el fenómeno de la variación vertical.

Por las líneas anteriores y, especialmente, por nuestra vinculación de *especial* y *específico* al criterio del conocimiento ahora debe estar claro que hablamos de una verticalidad de conocimientos tal y como se entiende en los trabajos sobre la *lexicología vertical* de Wichter (véase, sobre todo, Wichter 1994). En una escala de la verticalidad, conforme suben los niveles verticales, los conocimientos invertidos en la producción y necesarios para la recepción de un mensaje son cada vez menos generales. Por lo tanto, un emisor, conforme aumenta la especificidad de su mensaje, tiene también que fijarse cada vez más en si su receptor o sus receptores comparten la misma base de conocimientos.

Esto, obviamente, vale tanto en lo que se refiere a los conocimientos temáticos en sí, como a su forma de presentación (por ejemplo, uso de símbolos, fórmulas matemáticas, etc.) aunque, muchas veces, los dos tipos de conocimientos, es decir, el temático y el comunicativo que mencionamos arriba, irán muy unidos. Puede no ser así, sin embargo, en una comunicación en lengua extranjera en la que el conocimiento temático muchas veces excede el lingüístico. Y tampoco tiene que ser así y, de hecho no es así, si pensamos en distintos tipos de discursos: alguien entrenado en la redacción de trabajos científicos no tiene por qué ser un experto en la redacción de manuales (discurso didáctico) o en la redacción de artículos de prensa (discurso periodístico) por muy específico que sea el conocimiento temático del que disponga. No ver que estamos delante de dos ejes o dos dimensiones diferentes – la funcional y la temática – a la que, cuando hablamos de verticalidad, se añade una tercera – la vertical – en mi opinión lleva a las simplificaciones y confusiones que constatamos en muchos de los modelos existentes.

Un primer acercamiento a la cuestión de la verticalidad consistía en la distinción entre la comunicación interna (entre los expertos en una disciplina) y la comunicación externa (entre expertos y legos en una disciplina; véase por ejemplo, Baldinger 1952). Esta diferenciación, intuitivamente y a primera vista, parece muy cierta (y hasta cierto punto lo es). Sin embargo, ¿no se dan actos comunicativos entre expertos, e incluso cuando éstos actúan como tales, que a nivel lingüístico no ofrecen ningún rasgo especial? ¿Y no existen, por ejemplo, introducciones a una materia científica en la que abundan estructuras lingüísticas complejÍsimas, definiciones abstractas y terminología sumamente elaborada?

Tomando este primer modelo sencillo de la verticalidad como base y pasando por varias fases intermedias (véase, por ejemplo, Mackensen 1959: 293-295 e Ischreyt 1965: 41-46) se han elaborado otros mucho más complejos de los que – por lo menos en los países de habla alemana - el de Hoffmann (²1985: 64-79) posiblemente sea el más conocido. En su modelo Hoffmann combina cuatro variables (nivel de abstracción, forma lingüística, ámbito, participantes en la comunicación) con cinco grados de especialidad diferentes, a partir de los cuales se obtendrían los siguientes niveles:

A = lenguaje de las ciencias fundamentales; mayor nivel de abstracción; uso de símbolos artificiales para elementos y relaciones; comunicación entre científicos.

B = lenguaje de las ciencias experimentales; muy alto nivel de abstracción; uso de símbolos artificiales para elementos y del lenguaje natural para relaciones (sintaxis); comunicación entre científicos (técnicos) o entre científicos (técnicos) y auxiliares académicos/técnicos.

C = lenguaje de las ciencias aplicadas y de la técnica; alto nivel de abstracción; uso del lenguaje natural con un muy alto porcentaje de terminología específica y una sintaxis fuertemente determinada; comunicación entre científicos (técnicos) y directivos científicos y técnicos de la producción material;

D = lenguaje de la producción material; bajo nivel de abstracción; uso del lenguaje natural con un alto porcentaje de terminología específica y una sintaxis relativamente libre; comunicación entre directivos científicos y técnicos de la producción material y trabajadores cualificados (empleados).

E = lenguaje del consumo; muy bajo nivel de abstracción; uso del lenguaje natural con alguna terminología científica y sintaxis libre; comunicación entre representantes de la producción material y representantes del comercio y consumidores, así como comunicación entre consumidores.

No es éste el lugar para entrar en una discusión o crítica profunda de este modelo (o de cualquier otro). Lo que importa aquí es mostrar que las descripciones que Hoffmann da de los distintos niveles de especialidad siguen vinculando la especificidad del mensaje con el tipo de interlocutores y el tipo de discurso. Otra vez se plantea la misma pregunta: ¿por qué razón debe situarse un texto de las ciencias fundamentales (nivel A) automáticamente a un nivel de especialidad mayor que otro del ámbito de las ciencias experimentales (nivel B) o de las ciencias aplicadas (nivel C)? ¿Dónde clasificaríamos, por ejemplo, un texto publicitario altamente

especializado de un producto técnico? ¿Dónde un análisis bursátil para especialistas publicado en una revista económica?

Creo que la respuesta a todas estas preguntas consiste en la aceptación de la existencia de los dos ejes antes presentados (el temático y el funcional) y su clara separación en los análisis empíricos, y en tener en cuenta que las reglas, variables y necesidades comunicativas en los distintos tipos de discurso también son diferentes. Podemos separar textos *sencillos* de otros más *específicos* dentro de un mismo ámbito discursivo con cierta facilidad. Sin embargo, resulta no solamente tremendamente difícil, sino muchas veces literalmente sin sentido, aplicar una escala de la verticalidad válida para un discurso determinado a otros discursos. La verticalidad, según esta perspectiva, es la tercera dimensión que se añade al tejido formado por la dimensión funcional y la temática.

4. La variación vertical terminológica

4.1. La concepción “clásica”

Después de lo que hemos dicho en las líneas anteriores debería estar claro que, en terminología, la perspectiva genuina de estudios sobre la variación vertical es la temática (aunque y a pesar de que, repito, los términos en funcionamiento real siempre aparecen en textos caracterizados por ambos ejes). Esto no quiere decir que, automáticamente, los estudios terminológicos se tengan que limitar a un discurso específico. Al contrario, todos sabemos que entre distintos discursos se dan diferencias terminológicas considerables que sí vale la pena comparar y contrastar.

Ahora bien, si rechazamos el supuesto de que hay discursos que de por sí son más específicos que otros (el académico más que el periodístico, etc.) y, en cambio, aceptamos mi planteamiento de que dentro de cada discurso hay distintos niveles de especificidad, entonces resulta lógico asumir que la descripción de estos niveles diferentes en un discurso es algo así como el primer paso en la investigación de la verticalidad. Es, con toda seguridad, mucho más complejo, comparar el uso de términos en constelaciones comunicativas dispares que establecer, primero, una escala vertical en un determinado tipo de discurso y, más aún, en una determinada clase textual, en y para el que se pueden controlar mejor y hasta mantener constantes las variables comunicativas. En todo caso, lo segundo (es decir, estudiar la verticalidad dentro de los límites de un discurso) debe ser el fundamento de lo primero (es decir, comparar discursos respecto a la verticalidad) y proceder así contribuye enormemente a que – y espero que se me perdone la expresión coloquial – no se comparen manzanas con naranjas.

Llegados a este punto debemos preguntarnos cómo se suele ver el tema de la variación vertical en terminología. A modo de ejemplo quiero citar a una de las autoridades en este campo:

“El grado de especialización de la comunicación condiciona no tan sólo la densidad terminológica de un texto, sino también la cantidad de variación expresiva para hacer referencia a un mismo concepto. Un texto altamente especializado suele ser preciso, conciso y sistemático; la terminología que utiliza tiende a la monosemia y a la univocidad. A medida que disminuye el grado de especialización, el discurso va adquiriendo características que lo acercan al discurso no especializado: en el plano semántico, variación conceptual, redundancia, ambigüedad, falta de precisión estricta; en el plano formal, variación sinonímica de base léxica,” (Cabré 1999: 89)

De alguna manera, y a pesar de que la autora de las líneas anteriores es, indudablemente, una de las personas que más ha contribuido al desarrollo de una visión menos estática y más comunicativa de la terminología en general, podemos constatar que en esta cita – prototípica de las afirmaciones sobre esta temática - sigue habiendo rasgos de lo que podría denominar la visión *clásica* del término que veía precisamente en cualidades como la exactitud, univocidad, transparencia, sistemacidad, etc. las características del término frente al no-término, es decir, la palabra (véase por ejemplo Schmidt 1969: 12). Con el desarrollo de la disciplina esta concepción se ha matizado muchísimo, sin embargo, sigue existiendo respecto de la variación vertical hasta en los trabajos más recientes (compárese, por ejemplo, Franquesa i Bonet 2008: 32). Y es precisamente en este punto donde, como veremos a continuación, debería tener lugar un cambio sustancial en nuestra manera de ver la variación vertical.

4.2. El ejemplo de la terminología bursátil

Partiendo de las consideraciones expuestas en las líneas anteriores (sobre todo, la conveniencia de mantener estables el mayor número posible de los factores comunicativos, en primer lugar el tema y la función comunicativa y, de esta manera aislar como variable el receptor de la comunicación) y poniendo en duda - primero de una manera puramente intuitiva - esta concepción “clásica” de la verticalidad en terminología que

acabo de describir, realicé un estudio sobre la manifestación real de la variación vertical en la información bursátil de la prensa diaria (véase Schnitzer 2008).

Para ello, usé un corpus que contiene la totalidad de los artículos publicados en la prensa diaria bonaerense sobre el tema de la bolsa de valores y/o mercados financieros de una semana (del 1 al 7 de junio de 1998). En total se trata de diez diarios diferentes en los que se publicaron 183 artículos con un total de 77.965 palabras sobre el tema que aquí nos ocupa. Este corpus se dividió en tres subcorpus correspondientes a un nivel de especialidad alto, que son los diarios económicos (*Ámbito Financiero*, *Buenos Aires Económico*, *El Cronista*), un nivel de especialidad medio que es la prensa de calidad (*Clarín*, *La Nación*, *Perfil*) y un nivel de especialidad bajo que sería la prensa de consumo masivo (*Crónica*, *La Razón*, *La Prensa*) más un diario que no corresponde a este calificativo pero en el que la información bursátil es rudimentaria (*Página 12*). Los tamaños de los tres subcorpus, obviamente, no son iguales, sino que muestran en términos redondeados una relación de 1 (bajo) : 3 (medio) : 6 (alto).

Después de establecer los corpus, el primer paso de análisis consistió en la extracción de términos (con ayuda del programa WordSmith) y en la determinación de una frecuencia mínima requerida para su inclusión en el análisis (por lo menos cuatro ocurrencias (en total) en tres artículos diferentes).

El paso siguiente consistió en la clasificación de los términos teniendo en cuenta, por un lado, su aparición y frecuencia de uso en los tres niveles de especialidad y, por otro, su posición en el universo léxico-semántico de este campo de saber. Para delinear y establecer este universo semántico fue necesario, primero, recurrir a las estructuraciones que realizan los especialistas de este campo de saber. Después y ante este trasfondo, cada término se sometió a una discusión respecto a su referente extralingüístico y su valor conceptual para determinar si se trataba de términos diferentes, de términos con el mismo referente pero conceptualmente diferentes y/o términos sinónimos (conceptualmente idénticos).

La determinación del peso relativo de estas categorías (referentes, conceptos, sinónimos) así como el registro del número y de los tipos de las relaciones semánticas y, por último, el análisis de los modelos de formación de términos en cada nivel completaron la investigación.

No es éste el lugar para entrar en una descripción pormenorizada de los resultados de este trabajo, pero respecto del tema que aquí nos ocupa creo que he podido demostrar que:

- la estructuración léxica de los tres niveles de especialidad es muy parecida;
- la frecuencia de uso de términos (en relación al tamaño del subcorpus respectivo) no aumenta con el grado de especialidad;
- sí aumenta el número de referentes extralingüísticos tematizados, así como el de conceptos relacionados con estos referentes y el número de términos diferentes;
- sin embargo, este incremento se debe en gran medida a un mayor número de sinónimos y de diferentes conceptualizaciones de los referentes extralingüísticos.

Es decir, ni aumenta la densidad terminológica con el nivel de especialidad, ni desaparece la sinonimia, ni se da una tendencia a la univocidad. Al contrario, se ha podido constatar incluso una mayor frecuencia de sinónimos en los términos más especializados. Los resultados obtenidos están, por lo tanto, en clara contradicción con las ideas intuitivas así como con la concepción clásica en cuanto al funcionamiento de los lenguajes de especialidad.

5. A modo de conclusión

La pregunta que, llegados a este punto, habría que contestar es cómo se pueden explicar estos resultados. Y la respuesta es, aunque quizás resulte sorprendente, bastante más sencilla de lo que en un primer acercamiento puede parecer. Hemos dicho que, en los lenguajes de especialidad y en terminología, *verticalidad* se refiere al conocimiento. También hemos dicho que este conocimiento se refiere tanto al conocimiento respecto de la temática tratada como a la presentación de dicha temática, y que los dos tipos de conocimientos se combinan en los actos comunicativos concretos. Y es en esta combinación donde radica, en mi opinión, la clave del secreto.

El experto conoce tanto la temática tratada como las distintas maneras de presentar y de representarla (en el o los tipos de discursos y/o textos que domina). Este doble conocimiento le da una libertad en el uso y en el manejo del lenguaje y de los términos de la que no dispone el lego. El experto, por lo tanto, puede matizar más, puede introducir variaciones en sus conceptualizaciones y puede variar en menor o mayor medida las formas que utiliza siempre y cuando pueda también suponer que el público al que se dirige será capaz de comprenderlo. El

lego en una materia se va a aferrar a las pocas herramientas de las que dispone, el experto, en cambio, puede permitirse el lujo de hacer un uso más creativo y más innovador cuando, por ejemplo, la novedad de la temática tratada (creación de nuevos términos, etc.), la economicidad de la presentación (abreviaturas etc.) o simples cuestiones de estilo (evitar repeticiones, etc.) lo requieran. No es de extrañar, por lo tanto, que en muchos textos altamente especializados el uso del lenguaje sea más rico y más variado que en otros de menor complejidad. Es así en la clase de texto que he analizado (información bursátil en la prensa diaria) y estoy seguro de que será así en otras siempre y cuando las condiciones de los actos comunicativos en los que se realiza una determinada clase de texto lo permitan.

Referencias bibliográficas:

1Baldinger, Kurt. Die Gestaltung des wissenschaftlichen Wörterbuchs. *Romanistisches Jahrbuch* 5, 1952, p. 65-94.

1Cabré, M. Teresa. Elementos para una teoría de la terminología: hacia un paradigma alternativo. En: Cabré, M. Teresa. *1La terminología: representación y comunicación (Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos)*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 1999, p. 69-92.

Cabré, M. Teresa. Sumario de principios que configuran la nueva propuesta teórica. En: Cabré, M. Teresa / Feliu, Judith. *La terminología científico-técnica*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2001, p. 17-25.

Franquesa i Bonet, Ester. *La terminologia. Un mirall al món*. Barcelona: Editorial UOC, 2008.

1Hoffmann, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache: Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr, 1985.

1Schreyt, Heinz. *Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik (Institutionelle Sprachlenkung in der Terminologie der Technik)*. Düsseldorf: Schwann, 1965.

1Mackensen, Lutz. Muttersprachliche Leistungen der Technik. en: Gipper, Helmut (ed.). *Sprache - Schlüssel zur Welt (Festschrift für Leo Weisgerber)*; Düsseldorf: Schwann, 1959, p.293-305.

1Sager, Juan C. / McDonald, Peter F.. *English Special Languages (Principles and practice in science and technology)*. Wiesbaden: Brandstetter, 1980.

1Schmidt, Wilhelm. Charakter und gesellschaftliche Bedeutung der Fachsprachen. *Sprachpflege* 18/1, 1969, p.10-21.

Schnitzer, Johannes. *Vertikale Variation im Fachwortschatz (Am Beispiel der argentinischen Börsenberichterstattung)*. Frankfurt: Peter Lang, 2008.

1Wichter, Sigurd. *Experten- und Laienwortschätze. Umriß einer Lexikologie der Vertikalität*. Tübingen: Niemeyer, 1994.