

# Llengua i Ús

Revista Tècnica de Política Lingüística

# 56

1r  
SEMESTRE  
2015

ISSN: 2013-052X

<http://gencat.cat/llengua/liu>

Experiències

2.1

## Xarxes socials i terminologia. Com afecten les xarxes el treball terminològic

*Hilats sociaus e terminologia. Coma afecten es hilats ath treball terminologic*

*Redes sociales y terminología. Cómo afectan las redes al trabajo terminológico*

*Social networks and terminology. How the social networks affect work on terminology*



**F. Xavier Fargas Valero, Marta Grané Franch i Maria Cortés Jordana**  
*TERMCAT, Centre de Terminologia*



### Citació recomanada:

FARGAS, F. Xavier; GRANÉ, Marta; CORTÉS, Maria. «Xarxes socials i terminologia. Com afecten les xarxes el treball terminològic». *Llengua i Ús: Revista Tècnica de Política Lingüística* [en línia] [Barcelona: Generalitat de Catalunya. Direcció General de Política Lingüística], núm. 56, p. 15-22.

El català *Llengua*  
per a tothom



Generalitat de Catalunya  
**Departament**  
de Cultura



## Xarxes socials i terminologia. Com afecten les xarxes el treball terminològic

*terminologia, xarxa social, metodologia, comunicació, coneixement compartit*

Aquest article està basat en les comunicacions que els autors vam presentar en el marc dels Espais Terminològics i de la Cimera de Terminologia que es van dur a terme els dies 26, 27 i 28 de novembre del 2014, dedicats precisament a aspectes vinculats amb les xarxes socials.

A partir de l'experiència del Centre de Terminologia dels darrers anys, s'apunten alguns dels aspectes en què s'ha fet més evident la influència d'aquestes xarxes en el treball terminològic, amb una atenció especial al cas del Twitter, una eina que ha representat en certs aspectes un canvi prou rellevant.



## Hilats socials e terminologia. Coma afecten es hilats ath treball terminologic

*terminologia, hilat social, metodologia, comunicacion, coneixement compartit*

Aquest article ei basat enes comunicacions qu'es autors presentèren en encastre des Espacis Terminològics e dera Cimera de Terminologia que s'amièren a tèrme es dies 26, 27 e 28 de noveme deth 2014, dedicadi precisament a aspèctes vinculadi damb es hilats socials.

A compdar dera experiència deth Centre de Terminologia des darrèrs ans, s'apunten quauqui des aspèctes en qué s'a hèt més evident a influència d'aguesti hilats en treball terminologic, damb ua atencion especiau ath cas deth Twitter, ua airina qu'a representat en certans aspèctes un cambi pro important.

## Redes sociales y terminología. Cómo afectan las redes al trabajo terminológico



*terminología, red social, metodología, comunicación, conocimiento compartido*

Este artículo está basado en las comunicaciones que los autores presentamos en el marco de los Espacios Terminológicos y la Cumbre de Terminología que se celebraron los días 26, 27 y 28 de noviembre de 2014, dedicados precisamente a aspectos vinculados a las redes sociales.

A partir de la experiencia del Centro de Terminología de los últimos años, se apuntan algunos de los aspectos en que se ha hecho más evidente la influencia de estas redes en el trabajo terminológico, con una atención especial en el caso de Twitter, herramienta que ha supuesto en ciertos aspectos un cambio muy relevante.



## Social networks and terminology. How the social networks affect work on terminology

*terminology, social network, methodology, communication, shared knowledge*

This article is based on the communications that the authors presented at the Terminology Spaces and the Summit on Terminology that took place on 26, 27 and 28 November 2014, devoted specifically to issues linked to the networks social.

Based on the experience of the Centre for Terminology in recent years, we note some of the aspects in which the influence of these networks on terminology work is most evident, with special attention to the case of Twitter, a tool that, in certain aspects, has brought about rather significant change.

Les xarxes socials i les eines amb què es vehiculen (Twitter, Facebook, blogs, web social, Instagram, LinkedIn, etc.) han fet entrada en entorns professionals, i ho han fet amb força i rapidesa. Avui són una realitat i no se'n pot quedar al marge, a risc de perdre oportunitats de millora inqüestionables. A més, des de la perspectiva dels serveis finançats amb fons públics, l'aprofitament d'aquests recursos es pot considerar part del compromís contret amb la societat per treure partit dels recursos invertits i totes les possibilitats de millora del servei ofert.

El Centre de Terminologia TERMCAT ha volgut tenir protagonisme en aquest plantejament i, en la mesura que les possibilitats i els recursos ho han permès, ha procurat incorporar aquest nou paradigma dins de la seva dinàmica de treball. No es tracta només d'incorporar determinades eines o recursos, sinó que, com esperem poder demostrar en aquest article, de fet es tracta de dur a la pràctica una nova manera d'entendre la interacció entre tots els agents implicats. Ho veurem punt per punt.

### **La fi del monòleg corporatiu**

Les xarxes socials han comportat una evidència: avui, en la comunicació institucional, el monòleg corporatiu ja no serveix. La xarxa són converses i requereixen interacció i intercanvi multidireccional. I si bé és veritat que aquesta idea no és nova, per al TERMCAT, actualment s'ha tenyit de tot un altre color.

La idea no és nova perquè de fet el TERMCAT no ha dut mai a terme la seva activitat sense una àmplia xarxa de col·laboradors. Lluís Rius, avui director de Comunicació a la Universitat Oberta de Catalunya però durant molts anys terminòleg al TERMCAT, afirma en el vídeo de presentació que el TERMCAT té penjat a Youtube: «el Centre de Terminologia treballa en xarxa des d'abans de la xarxa». Però és

que ara no sols treballem amb els especialistes, com sempre hem fet: ara hi establim contactes i aliances amb molta més facilitat, i no sols per elaborar projectes terminològics.

En poden ser exemples les relacions establertes amb l'Associació de Professionals de la Traducció i la Interpretació de Catalunya, que cerca la implicació d'aquests professionals en la identificació i resolució de casos dubtosos, però també s'estén a formació i altres vies de col·laboració. O amb l'Amical Wikimedia, en què a partir del material respectiu podem aplicar millores o hi donem una forma una mica diferent perquè serveixi per a altres propòsits.

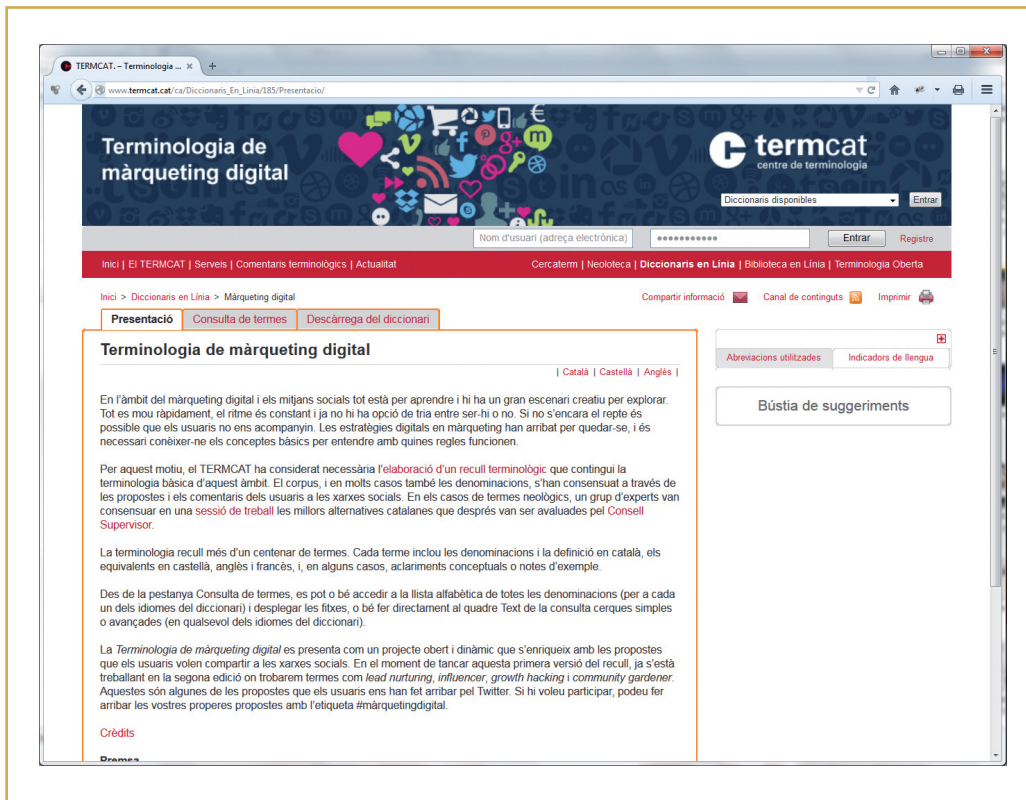
Són relacions d'intercanvi en què tots hi guanyem: co-neixement, notorietat, precisió, difusió...

### **Canvi en l'objectiu**

Avui ens adonem que ja no és només que el treball terminològic no es pugui fer sol; ni tan sols n'hi ha prou de ser conscients de la necessitat de crear equips de treball en què convisquin professionals de perfil lingüístic amb els especialistes del sector. El canvi radical actual és que ara l'objectiu principal ja no és només «publicar», oferir un producte a un tercer que no ha estat implicat en la creació del producte, sinó que ara l'objectiu és que en la creació del producte no hi hagi un tercer; que la mateixa creació del producte també sigui compartida per la comunitat que n'ha de fer ús. L'objectiu, doncs, és la cocreació amb tota la comunitat d'usuaris.

L'exemple paradigmàtic d'aquesta manera de treballar el podem trobar en la recent *Terminologia de màrqueting digital* ([http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris\\_En\\_Linia/185/Presentacio/](http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/185/Presentacio/)), un projecte en què el corpus, i en molts casos també les denominacions, s'han consensuat a través de les propostes i els comentaris dels usuaris a les xarxes

socials. I és un projecte que anuncia a la presentació de l'obra: «En el moment de tancar aquesta primera versió del recull, ja s'està treballant en la segona edició, on trobarem termes com *lead nurturing*, *influencer*, *growth hacking* i *community gardener*. Aquestes són algunes de les propostes que els usuaris ens han fet arribar pel Twitter.» En definitiva, ja no ens conformem a oferir un producte: el fem créixer junts mitjançant l'apoderament de l'usuari, la intel·ligència col·lectiva i el proveïment participatiu (el que sovint es difon amb el mot anglès *crowdsourcing*).



**Imatge 1:** Terminologia de màrqueting digital

La terminologia, doncs, ja no es difon només com a producte, com a conjunt de termes més o menys relacionats, sinó també com a experiència compartida. Des del punt de vista de la qualitat de la feina, això té una implicació

evident en relació amb la comunitat d'usuaris: si és certa la dita «Digues-m'ho i ho oblidaré, ensenya-m'ho i ho recordaré, involucra-m'hi i ho aprendré», avui els usuaris implicats en un projecte terminològic «aprenen» molta més terminologia.

## Eines multiusos

Les xarxes socials i els recursos associats ens van descobrint cada dia noves utilitats, altres maneres de fer. Vam començar utilitzant-les com una plataforma de difusió més, preocupats sobretot per augmentar el nombre de visites al web, i vam obrir el perfil del Twitter (això era al juliol del 2011) (<https://twitter.com/termcat>). L'objectiu era adquirir més visibilitat i presència del TERM CAT a la xarxa i fidelitzar els usuaris mitjançant la reproducció de la comunicació corporativa. Progressivament, vam anar introduint altres oportunitats de dinamització: actualitat, esdeveniments, celebracions, dies mundials, premis... Més endavant, l'any 2013, va fer-se evident la importància del control de la reputació digital de la institució a la xarxa amb el contingut que els usuaris publicaven en perfils i pàgines pròpies al Facebook, on encara no érem presents. És per aquest motiu, doncs, que hi vam obrir un compte (<https://www.facebook.com/Termcat>). També vam aprofitar l'ocasió per utilitzar una altra eina 2.0 de la Generalitat: el blog (<http://blocs.gencat.cat/blocs/AppPHP/termcat/>), que ens permetia un tipus d'interacció molt directe, vinculat a l'actualitat i a les necessitats immediates dels usuaris, amb apartats com ara «Consultes amb resposta» (que difon casos reals resolts des del Servei d'atenció personalitzada del Cercaterm) o el #termedelasetmana (que destaca cada setmana un terme d'actualitat). Pel que fa als repositoris, tenim perfil obert a Slideshare, Delicious i Youtube.

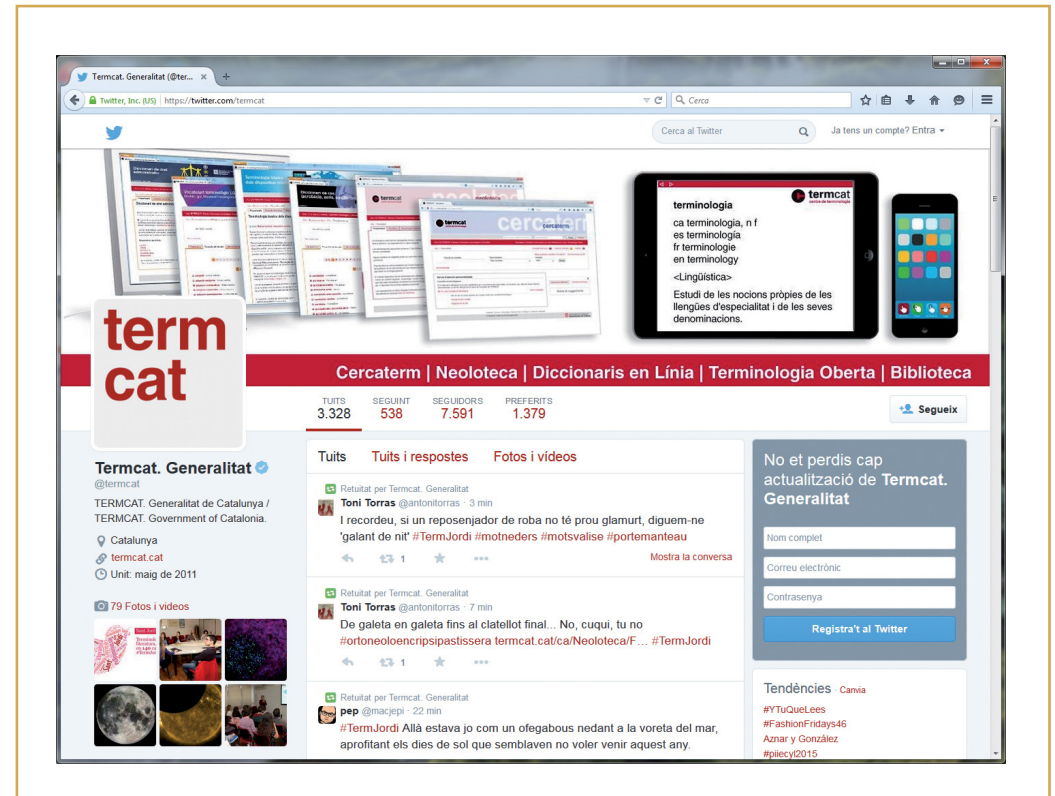
Avui aquests canals no són concebuts només com a aparadors per mostrar el nostre producte: els fem servir

per a moltes altres coses, en un intercanvi multidireccional. Un bon exemple d'usos impensables fa pocs anys el podem tenir en l'enquesta en línia que vam fer per donar nom als gestos més habituals en la navegació per tauletes i telèfons mòbils, amb prop de set-centes persones que hi van voler dir la seva, en molts casos amb aportacions rellevants, documentades i perfectament ben orientades. Implicàvem, d'aquesta manera, el públic potencialment usuari d'aquests termes en un àmbit d'especialitat que també suscita interès en la societat en general: la tecnologia de consum massiu. En total, el producte va incloure deu casos terminològics referents a deu gestos tàctils diferents que corresponen a les formes angleses. En la difusió del producte final, també vam considerar important d'incloure la llista de les alternatives no previstes plantejades pels usuaris en cada cas.

### Twitter com a eina assistencial

Ens agrada destacar un aspecte en què s'ha produït un canvi substancial. Durant un cert temps vam arribar a considerar poc menys que impossible que les xarxes també tinguessin un paper en aspectes com ara la resolució de consultes, que tradicionalment s'ha vehiculat a través del Servei d'atenció personalitzada en línia, gratuït, amb registre previ i uns formularis de petició concrets, que atén unes 2.000 consultes anuals. Ara el nou canal de Twitter amplia i modifica aquest model de relació més formalitzat. Hem passat, doncs, de tenir un compte únicament informatiu a un compte assistencial. D'entrada, pensàvem que els 140 caràcters serien un obstacle insalvable, perquè, ¿com es pot resoldre una consulta terminològica en menys de 140 caràcters...? Però, a base d'assaig i error, descobreixes que, en alguns casos, sí que es pot, com per exemple en respostes més immediates que no requereixen gaire context o recerca posterior o que no esperen arguments aprofundits. Destaquem, en aquest sentit, que algunes d'aquests consultes ens serveixen precisament

per elaborar comentaris terminològics amb informació addicional al web i al blog. I, encara, de vegades les consultes ens donen peu a establir noves aliances.



**Imatge 2:** Compte de Twitter del TERM CAT

En aquest punt, és especialment interessant destacar el gran nombre de seguidors de perfil no lingüista (actualment el compte de Twitter del TERM CAT té 7.500 seguidors). Les xarxes socials evidencien un notable interès per la llengua i la correcció sorgides de la curiositat dels que no són professionals de la llengua. A més, Twitter esdevé una eina de relació global amb altres institucions o amb usuaris reals o potencials.

## Característiques i singularitats del Twitter

Des del punt de vista de l'usuari:

- Pressuposa immediatesa en la resposta.
- Permet interpel·lar més d'un organisme alhora.
- Propicia el debat obert i multidireccional entre usuaris espontanis interessats (no és només bidireccional).
- En general, no s'espera una resposta amb arguments aprofundits.
- Dóna valor a la correcció lingüística atès que pot afectar la reputació digital professional.

Des del punt de vista del TERMCAT:

- Afavoreix la visibilitat de la institució.
- Amplia els usuaris potencials (no únicament de l'àmbit de la llengua) i la possible fidelització.
- Dóna més ressò a qualsevol resposta (la veuen més usuaris).
- De vegades, és difícil obtenir tota la informació necessària per poder resoldre la consulta, i cal demanar més detalls o que es recorri a una altra via (web).
- El canal no permet una resposta amb arguments terminològics elaborats.
- Permet captar impressions immediates sobre la viabilitat d'implantació de les propostes, segons els comentaris rebuts.
- Permet detectar neologismes a través de la monitorització i l'escolta activa d'usuaris i mitjans de comunicació.
- Pot arribar a tenir ús com a corpus terminològic sectorial.

### Repercussió en diversos plans

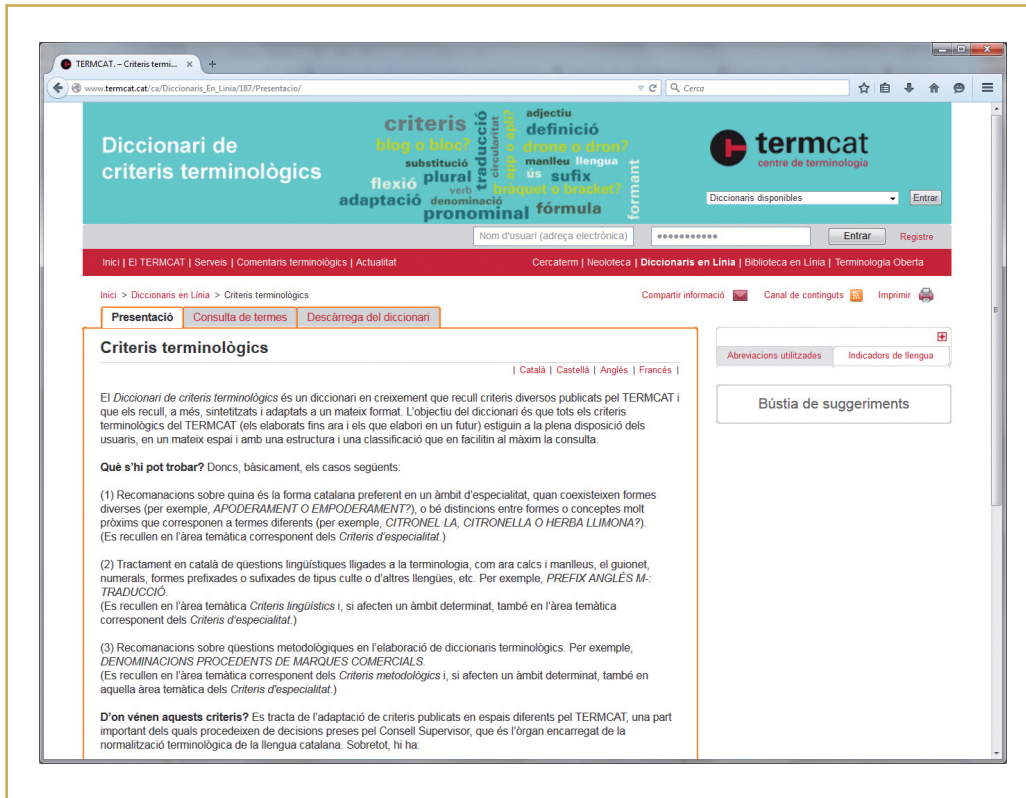
El nou paradigma de gestió i intercanvi d'informació afecta tots els aspectes de l'organització. Per a la direcció estratègica, per exemple, és un recurs que permet detectar informació qualitativa sobre necessitats i interessos de

totes les persones implicades en l'actuació de l'organització, i en l'àmbit de la comunicació i la difusió, assegura visibilitat, reputació, coneixement de l'audiència, fidelització, i dóna un nou sentit a allò que fa uns anys en dèiem *relacions públiques*.

Si ens fixem en aspectes més concrets del treball terminològic, podem observar que per a la normalització, una de les activitats més característiques del TERMCAT, les xarxes i els nous mecanismes de participació permeten una escolta activa molt més immediata per identificar necessitats neològiques, ofereixen la possibilitat de diàlegs especialitzats oberts, i poden ser un recurs més per estudiar la implantació de les noves propostes. Podem destacar, en aquest punt, algunes iniciatives potser encara poc conegudes, com ara el fet que totes les propostes que estudia el Consell Supervisor es fan públiques amb antelació al web, de manera que qualsevol persona interessada pot fer arribar el seu parer durant l'estudi dels termes. També, la implicació dels lingüistes del Grup de Treball de Terminologia i Nomenclatura de la Xarxa Vives d'Universitats, que tenen l'oportunitat d'analitzar els materials del Consell Supervisor quan encara estan en fase d'estudi, i per tant poden proposar canvis de tota mena. I, encara, també és destacable el fet que des de fa més de dos anys tots els termes que aprova el Consell Supervisor es presenten acompanyats dels criteris que s'han tingut en compte en cada proposta.

Pel que fa als projectes sectorials, ja hem vist abans que el nou escenari podia canviar radicalment la manera de crear recursos de tota mena. I en aquest punt destaquem una altra iniciativa que es pot relacionar amb aquest nou paradigma de construcció del coneixement i els nous recursos disponibles: ens referim a un projecte com el recent *Diccionari de criteris terminològics* ([http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris\\_En\\_Linia/187/Presentacio/](http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/187/Presentacio/)), en què oferim informació molt sovint procedent de comentaris al web, de respostes a usuaris, de

solucions adoptades davant de diversos casos més o menys relacionats.



Imatge 3: Diccionari de criteris terminològics

I no caldrà que ens allarguem per comentar com afecta tot plegat els aspectes més vinculats a la cooperació, les relacions institucionals i personals, perquè de fet no estem parlant d'altra cosa des que hem començat. En qual-sevol cas, sí que es pot afegir una altra estratègia de comunicació efectiva en xarxes: identificar perfils destacats que actuïn com a prescriptors i líders d'opinió de manera que la difusió es multipliqui exponencialment.

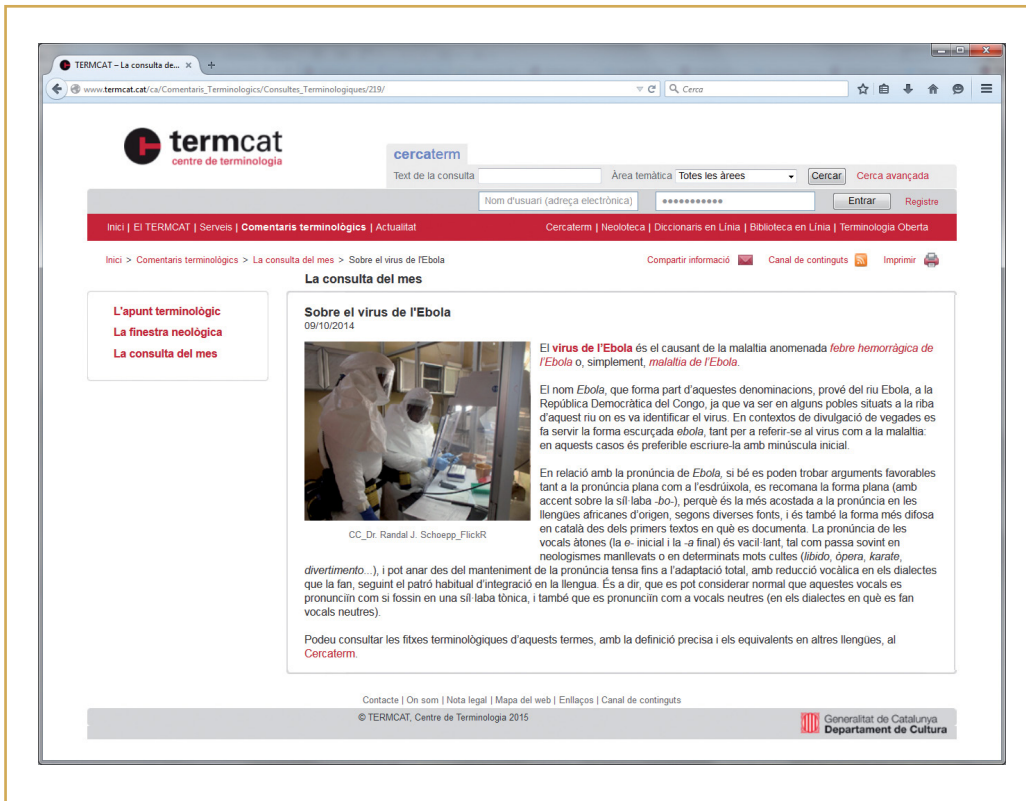
## Canvis en la manera de comunicar

A les xarxes socials cadascú es mostra com és, i ens adonem que, per més institucionals que siguin, les finestres que obrim a les xarxes inevitablement s'humanitzen. Ens descobrim admirant l'habilitat del gestor de continguts de no sé quin compte, o la traça que té tal persona o tal altra per intervenir en aquest fòrum que ara sempre està obert.

Els comptes s'humanitzen, i la creativitat i l'enginy esdevenen eines més rellevants que mai per aconseguir l'atenció dels possibles interessats. No n'hi ha prou de dir coses interessants: cal saber-les dir amb gràcia, i en el moment adequat. La identitat del TERMCAT a la xarxa, doncs, pretén mostrar empatia i proximitat amb l'usuari mitjançant l'equilibri entre el to formal i informal. En aquest sentit, el coneixement del llenguatge de cada xarxa i dels usuaris que hi interactuen és clau per adaptar cada missatge.

## L'actualitat marca els temes de conversa

Les xarxes han provocat un altre canvi important: per més que una determinada institució vulgui prioritzar uns determinats temes, actualment ja no hi ha una sola direcció, i sovint, és el conjunt d'actors el que «decideix» de què cal parlar. L'usuari ara és el centre de tot. Ja no és només un consumidor: és un consumidor proactiu. Per exemple, quan es produeix una determinada notícia relacionada amb el virus de l'Ebola, al TERMCAT ens veiem empesos a dir alguna cosa. De vegades aquesta necessitat arriba abans del que voldries, perquè des del punt de vista del rigor lingüístic encara no tens tota la informació que caldria, però la immediatesa és un altre dels elements clau del nou escenari.



**Imatge 4:** Comentari al web sobre la denominació del virus de l'Ebola

## Avaluació contínua i qualitat

L'escenari de xarxes, de fòrums de debat sempre oberts, de finestres també sempre obertes, demana també un esforç d'anàlisi de la gestió i l'activitat. Les xarxes, com un mirall, ens forcen a l'avaluació contínua. Ho estem fent bé? Ens cal millorar l'estratègia i les accions? En aquest sentit, les estadístiques ens són de gran utilitat, però ja no n'hi ha prou de contrastar el nombre de visites: ara ens cal analitzar creixement, seguidors, interès, compromís, viralitat...

I ens fem especialment conscients que la reputació és una decisió col·lectiva que construeixen els usuaris, i els nostres punts dèbils es poden arribar a fer molt evidents. La projecció social és màxima i qualsevol error

es pot multiplicar, i els encerts, en canvi, poden passar més desapercebuts.

La repercussió que assegurin les noves vies de construcció del coneixement ha comportat, per al TERM CAT, la necessitat d'apujar el llistó de la qualitat. Abans, un error en una definició podia arribar a quedar enterrat en un diccionari, en una prestatgeria, i ben poca gent hi anava a parar. Avui, si t'equivoques en una piulada, més de set mil persones ho veuen immediatament, i la difusió és molt més gran. L'exigència de qualitat, doncs, augmenta exponencialment.

La qualitat, el rigor, la precisió, la finesa i l'adequació a les necessitats són avui més necessaris que mai. I no ens atrevim a afirmar que això sigui un canvi, perquè sempre hem buscat la màxima qualitat en la nostra feina, però, en tot cas, és també una exigència del nou model de relacions en què ens insereixen les xarxes socials.