

Detecció de necessitats i estratègies de difusió terminològica

Assessorament
i Terminologia

La terminologia és una disciplina completament lligada a la societat i als canvis constants que, avui més que mai, s'experimenten arreu: tota evolució social implica també una evolució lingüística i una evolució terminològica paral·lela a la progressió de la ciència, la tècnica i la resta d'àmbits d'especialitat. És, de fet, a partir de l'anàlisi de la situació social que cal articular qualsevol procés de planificació lingüística perquè sigui efectiu en els seus dos eixos fonamentals, que són la codificació de l'estàndard (planificació del corpus) i l'extensió de l'ús de la llengua (planificació de l'estatus).

Els serveis lingüístics, que són els agents principals de la normalització lingüística, han treballat des de sempre en contacte directe amb l'entorn social en què actuen, sobretot per mitjà de les campanyes de dinamització. En el camp específic de la terminologia, però, que en l'àmbit català és un component essencial de la normalització lingüística, ha prevalgut sempre i de forma generalitzada la producció terminogràfica per sobre de qualsevol altre aspecte, com ara la difusió o la implantació dels termes normalitzats o recomanats pels organismes competents. Aquest fet és en certa manera comprensible atès que no es poden fer valoracions sobre el grau d'implantació terminològica si la terminologia no s'ha difós prou ni tampoc, òbviament, si encara no s'ha creat. Però tot i que l'ordre lògic de les fases de normalització terminològica hagi de ser, primer, creació; segon, difusió i, finalment, implantació, molts estudiosos de la terminologia han començat a constatar la poca atenció que ha suscitat fins ara el vessant social de cadascuna d'aquestes fases terminològiques i les conseqüències que això ha tingut o pot arribar a tenir en un futur. És a partir dels anys noranta que comença a sorgir i a fer-se realment efectiva la idea de la integració total del camp social i l'activitat terminològica i que es comença a introduir el concepte de *socioterminologia*. Els autors que parlen de socioterminologia, però, no tan sols fan referència a la dimensió social dels diferents tecnolèctes, sinó que insisteixen, sobretot, a incloure també aquesta

dimensió social dins mateix de la teoria terminològica, a fi d'evitar que la terminologia acabi convertint-se en una mena de convenció fantasma i utòpica.

Els serveis lingüístics, pel fet de formar part de l'estructura organitzativa del lloc on treballen, esdevenen uns observatoris immillorables des d'on es pot intervenir en cadascuna de les diferents etapes de la normalització terminològica i, en definitiva, des d'on la relació entre la terminologia i la societat pot fer-se molt més estreta.

Els serveis lingüístics i la dinàmica terminològica

Una de les tasques prioritàries de tots els serveis lingüístics, juntament amb la de formació i assessorament, és l'activitat de dinamització lingüística, que té com a objectiu bàsic l'extensió de l'ús social de la llengua catalana a partir d'actuacions orientades a la sensibilització per la llengua i a la promoció d'entorns favorables d'ús. Les actuacions concretes que els dinamitzadors duen a terme, emmarcades en el procés general de la normalització lingüística, són moltes i molt variades segons la finalitat que volen atènyer i l'entorn social en què volen incidir. Qualsevol estratègia d'actuació parteix, de tota manera, d'una premissa bàsica: cal conèixer la realitat concreta on s'ha de treballar per poder garantir l'èxit de l'actuació planificada. Justament és en aquest terreny de la planificació lingüística on la sociolingüística té un paper més important a l'hora d'estudiar i entendre els diversos factors que poden afavorir o frenar el procés de normalització lingüística i, concretament, de normalització terminològica.

Com a conseqüència d'aquest coneixement sociolingüístic previ de l'entorn o del lloc on treballen, que és l'eix vertebrador de la feina, els tècnics dels diferents serveis lingüístics de l'Administració, dels centres culturals o d'ensenyament i, sobretot, de les empreses —on el contacte amb els experts creadors i difusors principals de terminologia és molt directe— tenen una funció fonamental, primer, en el procés de

Autores

Glòria Fontova i Hugas
Dolors Montes Pérez
TERMCAT, Centre de Terminologia

Aquest article se centra en una de les funcions fonamentals de la planificació terminològica: la difusió i la implantació de la terminologia en el marc general del procés de normalització lingüística. Fa èmfasi en la importància que té integrar els aspectes socials en la dinàmica del treball terminològic. Explica el paper que tenen els serveis lingüístics a l'hora de detectar les necessitats terminològiques dels organismes on treballen i a l'hora de promoure i afavorir la difusió, la implantació, el seguiment i l'actualització de la terminologia en els respectius àmbits d'actuació. Finalment, apunta també algunes estratègies de difusió de diferents recursos terminològics.

detecció de les necessitats lingüístiques però també de les necessitats terminològiques i, a continuació, en el procés de difusió i de control d'implantació de la llengua estàndard i dels llenguatges d'especialitat. De fet, la terminologia ocupa un lloc preminent dins les múltiples tasques que els serveis lingüístics duen a terme, especialment en els organismes més vinculats als sectors de l'activitat econòmica o industrial.

Els canvis tecnològics, l'expansió de la informàtica en els processos de treball i la ràpida difusió dels coneixements provoca també en aquests organismes la necessitat de disposar permanentment d'un cabal terminològic actualitzat que permeti la codificació dels nous conceptes i garanteixi la intercomunicació entre els professionals de cada sector. La terminologia normalitzada, però, sobretot en les llengües minoritàries o minoritzades com és el cas del català, no sempre està disponible en el moment oportú, és a dir, en el moment en què els tècnics o especialistes d'un determinat àmbit d'especialitat o centre de treball necessiten omplir un buit denominatiu referent a una nova noció. Aquesta situació, prou coneguda pels tècnics que treballen en els serveis lingüístics, sol comportar l'inici d'un estira-i-arrotonsa terminològic. A una banda, els especialistes, per als quals la terminologia representa l'eina de comunicació habitual, solen optar per l'adopció directa dels termes manllevats d'altres llengües per vehicular els nous coneixements. A l'altra banda, els professionals lingüístics, que fan de la terminologia el seu objecte de treball, intenten fer front a aquesta interferència lingüística amb la creació de neologismes en la llengua pròpia i, quan la situació ho requereix, amb la normalització formal d'aquests nous termes. Les friccions entre la terminologia real utilitzada en els àmbits d'especialitat —no ja en els textos escrits, que necessàriament són textos més controlats, sinó sobretot en les comunicacions orals— i la terminologia sorgida de la intervenció normalitzadora, i l'intent d'harmonitzar totes dues posicions és, en aquests moments, una de les qüestions que suscita més interès en el terreny d'estudi de la terminologia i un dels grans reptes que té avui la normalització terminològica.

Els serveis lingüístics hi tenen molt a dir, en aquesta circulació de terminologies «no controlades» i terminologies «oficials», ja que són unitats de treball creades, precisament, per resoldre les necessitats lingüísti-

ques dels organismes en què operen, tenint en compte sempre l'entorn social en què es mouen. Això significa que són els serveis lingüístics els centres més preparats per donar a conèixer quines mancances terminològiques té el català, quines són les estratègies de difusió preferibles en un entorn concret, quin és el moment més idoni per fer aquesta difusió, en quins moments i per què la terminologia oficial topa amb l'ús real i, fins i tot, quan arribi el moment, com es pot saber quin grau d'implantació real té la terminologia normalitzada que s'ha difós. És només a partir d'aquest potencial de què disposen els serveis lingüístics que els centres de normalització i coordinació terminològiques poden fer una planificació de la seva feina que estigui d'acord amb les necessitats socials en matèria de terminologia.

Deixarem de banda en aquest article els aspectes de la producció i la normalització i ens centrarem, des de la posició i la capacitat d'acció d'un servei lingüístic, en uns quants punts que afecten directament la difusió o circulació de la terminologia.

La detecció de necessitats terminològiques

En l'anàlisi de qualsevol situació sociolingüística els professionals dels serveis de llengua han d'incorporar una sèrie de paràmetres bàsics per obtenir uns resultats objectius sobre els comportaments i les necessitats lingüístiques reals del sector on treballen. Les característiques que defineixen l'entorn de treball (tipus d'organisme, sector de l'activitat socioeconòmica o industrial a què pertany, dimensions i localització geogràfica, divisió organitzativa del treball, xarxes de comunicació interna i externa utilitzades, etc.), el perfil del mediador lingüístic (formació, especialització, lloc que ocupa en la jerarquia de l'organisme, poder de decisió i d'iniciativa, etc.) i, finalment, la competència lingüística i els usos lingüístics emprats en les comunicacions orals i escrites, constitueixen els principals indicadors que han de formar part dels sistemes de control que els serveis lingüístics elaboren (enquestes dins del medi laboral, tipificació dels usuaris que s'adrecen al servei, etc.) per poder recollir i tractar la informació que els permeti establir les estratègies d'actuació més adequades a cada cas.

Amb aquesta mateixa finalitat, el

TERMCAT, que precisament té com a usuaris principals els serveis lingüístics, ha estructurat una base de dades que permet, a partir de la informació que aporten les persones que s'adrecen al Servei de Consultes del Centre, recopilar dades diverses i extreure'n resultats com ara la tipologia i la procedència dels usuaris del servei (correctors, traductors, assessors, publicistes, etc.); la mena d'informació que sol·liciten (equivalent català d'un terme en una altra llengua, grau de validesa d'un terme, precisió semàntica, etc.); la freqüència amb què requereixen serveis terminològics o documentals; les àrees d'especialitat més consultades i que, per tant, presenten més mancances terminològiques; el percentatge de termes consultats que, tot i correspondre a formes normalitzades o documentades en obres de referència bàsiques, encara no són prou coneguts pels usuaris; els termes problemàtics susceptibles d'una normalització prioritària; els termes sol·licitats amb més freqüència, etc.

La gestió i l'explotació d'un sistema de control d'aquest tipus aporta, sens dubte, una visió bastant aproximada de les necessitats terminològiques reals del conjunt dels usuaris que es relacionen habitualment amb el TERMCAT i informa, a més, de la terminologia espontània en circulació, del grau d'assimilació o rebuig de la terminologia normalitzada i dels conflictes amb què topa la difusió terminològica a causa de la diversitat d'usos i registres existents, de la sensibilitat i de la predisposició al canvi lingüístic en els diversos sectors socioprofessionals.

L'anàlisi d'aquests aspectes exposats ha d'ajudar a definir noves línies o estratègies de difusió terminològica que es vertebrin dins del veritable *continuum* de la socio-difusió i que ajudin a acostar la terminologia que la producció terminogràfica clàssica tendeix a emmagatzemar en els diccionaris i lèxics especialitzats, i la terminologia que es mou lliurement entre els tècnics i especialistes que se'n serveixen per a la seva intercomunicació. Els serveis lingüístics, en contacte constant amb aquesta problemàtica terminològica, poden contribuir decisivament en la concepció de noves estratègies de difusió que integrin idees, plenament vigents en la nostra cultura actual, com ara l'ecologia (per tractar i reutilitzar els recursos terminològics existents adaptant-los segons els objectius i els destinataris), la diversitat (per superar la visió dualista de la terminologia

categoritzada en parells antagònics de l'estil *normatiu / no normatiu, normalitzat / no normalitzat, es pot dir / no es pot dir*, etc.) i la convivència (necessària per establir uns canals de retroalimentació efectius entre els mediadors lingüístics i els usuaris de la terminologia).

El disseny d'estratègies de difusió terminològica

La clau principal per a l'èxit de la difusió terminològica és que aquesta difusió respongui a una necessitat terminològica real, però l'estratègia concreta d'actuació pot ser molt diversa i no necessàriament ha de consistir en un procediment complex o original. De fet, tenint en compte que bona part de la terminologia establerta es difon des dels serveis d'assessorament, un mètode de difusió molt vàlid pot ser, senzillament, una resposta ben argumentada a un dubte terminològic plantejat. L'actitud de l'assessor davant dels usuaris és fonamental per aconseguir una resposta positiva envers la terminologia fixada en català: cal que l'assessor sàpiga conjuminar una recerca aprofundida dels termes que són objecte d'estudi, que li donarà els arguments necessaris per defensar les propostes catalanes que difon, amb una actitud cordial, però també professional i seriosa, que mostri un alt grau de competència lingüística i un bon coneixement del problema que li han formulat i de l'entorn d'aquest problema. És evident que la bona acollida d'una proposta neològica concreta dependrà també de la predisposició dels usuaris, de l'entorn on es mouen i del tipus de solució que s'ofereix (grau de transparència del terme, motivació semàntica, possibilitat de derivació, etc.), però mai no s'ha de menystenir la capacitat de persuasió del terminòleg que la difon.

Saber implicar en el procés de normalització terminològica determinades empreses i organismes amb un pes específic important dins el seu sector d'especialitat constitueix, sens dubte, una altra estratègia important no tan sols per a la difusió, sinó també per a la producció i la implantació de terminologia. En aquest sentit, el *Diccionari visual de la construcció*,¹ per exemple, es va aconseguir elaborar amb el patrocini d'un seguit d'entitats privades interessades pel producte que es feia i pel públic al qual es destinava l'obra, que coincidí plenament amb el públic al qual,

com a empreses, els interessava arribar. També el procés de distribució del diccionari, totalment gratuït, es va fer amb la col·laboració d'entitats representatives del sector de la construcció, que disposaven de grans bases de dades actualitzades d'usuaris potencials de la terminologia que es volia difondre. Aquesta implicació dels usuaris reals de la terminologia en el procés de normalització és un pas fonamental per assolir els objectius definits.

Seguint aquesta mateixa línia, el TERMCAT ha treballat també en l'elaboració i la difusió de la terminologia d'àmbits més divulgatius i acostats a la societat que reclamaven una intervenció terminològica prioritària. És el cas, per exemple, d'un cartell de pastes alimentàries,² elaborat amb el patrocini i la col·laboració directa d'una empresa emblemàtica del sector, on ha calgut dur a terme un treball de recerca i normalització de les denominacions d'algunes pastes italianes d'introducció recent en el mercat català. Igualment, la col·laboració amb una entitat esportiva força representativa en el seu sector ha fet possible la fixació de la terminologia de l'àmbit de la musculació.³

La feina feta en els dos últims casos esmentats forma part també d'una altra estratègia important de la difusió terminològica, que és la de saber aprofitar —i, sobretot, saber-ho fer a temps, abans que les solucions terminològiques poc adequades s'estenguin— la moda d'una activitat o producte, o l'interès general per un tema per fixar i propagar la terminologia relativa a aquests camps. La recent aparició del *Diccionari de gestió ambiental*,⁴ elaborat pel TERMCAT amb la col·laboració d'un ampli equip d'especialistes i assessors procedents principalment del Departament de Medi Ambient i dels organismes que hi estan adscrits, és un exemple clau d'actuació terminològica lligada directament amb el moment social.

D'altra banda, l'organització d'esdeveniments culturals de gran projecció, des de fires destinades a la promoció de sectors i productes específics fins a congressos especialitzats, conferències, simpòsiums, etc. solen constituir també bons moments per a la promoció i la difusió terminològiques i per incidir, si més no en un primer estadi, en els usuaris principals de la terminologia. Així, per exemple, el 36è Saló Nàutic Internacional de Barcelona va ser la plataforma de presentació d'un cartell de nusos mariners⁵ en català elaborat per la Direc-

ció General de Pesca Marítima i l'Autoritat Portuària de Tarragona amb l'assessorament del TERMCAT. Seguint aquest mateix patró s'ha dut a terme la difusió d'altres productes terminològics com ara el lèxic electrònic de la construcció *Construlex*,⁶ fruit de la reutilització de la terminologia del *Diccionari visual de la construcció*, presentat a la darrera fira Construmat de Barcelona, o el també lèxic electrònic d'odontologia *Odontolex*,⁷ fet amb motiu del III Congrés Català d'Odontostomatologia.

A banda, però, d'aquest tipus d'estratègies, la societat de la informació en què vivim actualment ens ofereix nous canals de difusió terminològica amb un abast i una capacitat de dinamisme que haguessin estat impensables fa pocs anys. Ens referim als nous suports telemàtics de la informació i, concretament, a la xarxa Internet. Amb la voluntat de donar a conèixer a un públic més ampli les seves funcions, els seus treballs i, en general, informacions lligades al món de la terminologia, el TERMCAT va decidir, fa ja aproximadament un any i mig, crear un web del Centre a la xarxa Internet. Aquest web ofereix un apartat de recursos terminològics amb diverses seccions pensades expressament per al suport en què es difonen i amb punts de partida i objectius diferents. A part de la secció de recursos bibliogràfics, les persones que consultin el web disposen també d'una secció on es recullen els termes normalitzats recentment pel Consell Supervisor del TERMCAT (*Termes normalitzats*); d'una secció destinada a tractar la terminologia que genera la xarxa Internet (*InterQUÈ*), que busca de forma molt especial la participació activa dels usuaris, i d'una tercera secció, anomenada *Calaix de termes*, que tracta qüestions que per l'actualitat, la freqüència de consulta o la problemàtica que tenen poden resultar interessants per a les persones que accedeixin al web.

El *Calaix de termes* és un exemple clau d'estratègia de difusió feta a partir de l'anàlisi de necessitats detectades pel Servei de Consultes del TERMCAT. Es tracta d'un espai on es fa efectiva la idea d'aprofitar i reutilitzar la terminologia ja existent o treballada pel Centre per difondre-la de forma amena i amable, amb un to divulgatiu que la faci sortir dels diccionaris i els suports habituals perquè arribi a un nombre més gran d'usuaris. La terminologia de cada *Calaix*, que normalment té un lligam amb l'època de l'any en què surt o amb esdeveniments del moment, es distribueix en tres

apartats que s'intenten relacionar de forma temàtica. El primer apartat («Parlem de») tracta conjuntament un grup de termes de la mateixa àrea d'especialitat, com ara el medi ambient, les joguines, l'esquí, la gastronomia, etc. El segon apartat («Estiguem al cas») informa els lectors de criteris terminològics i dóna arguments a favor de les alternatives catalanes de determinats manlleus que no s'usen perquè no són prou conegudes, per esnobisme o per altres raons de tipus sociolingüístic, però que són perfectament viables en qualsevol context. Finalment, a l'apartat «Fem memòria» es comenten casos ja normalitzats fa temps pel Consell Supervisor a fi de poder-los donar una difusió més àmplia. L'aspiració del *Calaix de termes*, com la de qualsevol estratègia de difusió, és que la informació arribi a tothom. En aquest sentit, és interessant que els mateixos assessors lingüístics que tenen accés al web del TERMCAT aprofitin la informació que hi troben per difondre-la al seu torn en altres mitjans com ara revistes, butlletins, etc.

En aquest moments, davant l'allau de les noves tecnologies i el flux vertiginós de la informació, el futur de la llengua està condicionat pel fet que el català pugui adaptar-se o no al nou moment social que es viu. És per això que cal una coordinació i una unió d'esforços per optimitzar i reutilitzar els recursos que es tenen a l'abast i poder crear així productes prou diversos, flexibles i atractius perquè s'adaptin a les múltiples necessitats de la societat actual. Només d'aquesta manera serà possible el contacte constant i directe amb els usuaris reals de la terminologia i es garantirà la implantació efectiva de la llengua catalana en tots els àmbits. És en aquest terreny que els professionals lingüístics tenim encara molta feina per fer.

Bibliografia

ASSAL, A. «La Normalisation: pour une approche socioterminographique». *Terminologie et sociolinguistique*. Mont Saint Aignan: CNRS: SUDLA: Université de Rouen, 1991. (Cahiers de Linguistique Sociale; 18), p. 133-159.

BOULANGER J. C. «Une lecture socioculturelle de la terminologie». *Terminologie et sociolinguistique*. Mont Saint Aignan: CNRS: SUDLA: Université de Rouen, 1991. (Cahiers de Linguistique Sociale; 18), p.13-30.

CABRÉ, M. T. *La terminologia: la teoria, els mètodes, les aplicacions*. Barcelona: Empúries, 1992. (Les Naus d'Empúries). ISBN 84-7596-363-3

COLOMER, R. «La dimensión social de la normalización terminológica». A: *Nazioarteko Terminologia Biltzarra = Congreso Internacional de Terminología = Congrès International de Terminologie = International Congress on Terminology*. Donostia: IVAP: UZEI, 1997, p. 295-303. ISBN 84-89135-04-5

GAMBIER, Y. «Travail et vocabulaire spécialisés: prolégomènes à une socioterminologie». *Meta: journal des traducteurs* Vol 36 (1991), núm.1, p. 8-15.

HERMANS, A. «Sociologie des vocabulaires scientifiques et techniques: quelques réflexions». *Terminologie et sociolinguistique*. Mont Saint Aignan: CNRS: SUDLA: Université de Rouen, 1991. (Cahiers de linguistique sociale; 18), p. 101-110.

Notes

1. CATALUNYA. GENERALITAT. DEPARTAMENT DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES. *Diccionari visual de la construcció*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques, 1994. ISBN 84-393-3116-9.
2. EL PAVO; TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Les pastes alimentàries* [Cartell]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura, [1998]. [En premsa]
3. DIR; TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Exercicis de musculació* [Cartell]. [Barcelona]: Consorci per a la Normalització Lingüística, [1998]. [En premsa]
- DIR; TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Material de musculació* [Cartell] [Barcelona]: Consorci per a la Normalització Lingüística, [1998]. [En premsa]
4. TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Diccionari de gestió ambiental*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1997. (Diccionaris Terminològics). ISBN 84-412-2767-5
5. PORT DE TARRAGONA; TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Nusos mariners* [Cartell]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Direcció General de Pesca Marítima, [1997].
6. CATALUNYA. GENERALITAT. DEPARTAMENT DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES. *Construlex: diccionari informàtic de la construcció* [Fitxer informàtic]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques, cop. 1997. 3 disquets 3" (a.d.) + 1 cartell
7. *Odontolex: diccionari informàtic d'odontologia* [Fitxer informàtic]. [Barcelona]: Col·legi Oficial d'Odontòlegs i Estomatòlegs de Catalunya, cop. 1997. 6 disquets 3" (a.d.)