

L'objectiu d'aquest article és donar a conèixer la metodologia de treball, els criteris i els recursos d'elaboració dels productes terminològics destinats a una àmplia difusió (cartells, tríptics, vocabularis de petit format, etc.). El plantejament teòric de la primera part del treball, en què s'ofereix una reflexió entorn del concepte de divulgació terminològica dins del procés general de la divulgació del coneixement científic, emmarca i complementa l'enfocament eminentment pràctic amb què es presenta el tractament terminològic que requereixen aquests productes.

Autors

Glòria Fontova, Dolors Montes
TERMCAT, Centre de Terminologia

La divulgació dels coneixements científics

Des dels temps més antics fins a l'actualitat, la necessitat de definir i codificar els conceptes i de divulgar els coneixements dels diferents àmbits d'especialitat en què es divideix el saber ha anat lligada, de manera indestriable, amb la divulgació terminològica. No és possible, doncs, concebre l'evolució de la terminologia sense l'existència d'aquest interès permanent per divulgar la ciència. Si bé l'objectiu d'aquest article no és aprofundir en l'evolució de la divulgació científica al llarg de la història, sí que resulta imprescindible esmentar alguns dels moments més decisius en l'embranchada de la propagació dels coneixements científics per poder entendre l'avenç de la divulgació terminològica.

Tot i els precedents, es pot dir que l'aparició de la impremta al segle XV va comportar, a més d'una secularització del coneixement, la primera gran divulgació científica a una certa escala. Més endavant, amb la Il·lustració del segle XVIII, es va potenciar la democratització del saber, es va desenvolupar el periodisme com a mitjà de difusió de la cultura i es va produir una internacionalització de les edicions. El gran progrés de les tècniques d'impressió dels llibres va generar, ja a les darreries del segle XIX, una àmplia difusió dels coneixements científics. Finalment, al segle XX, l'esclat dels mitjans de comunicació de massa i la informatització d'un sector de la societat han fet possible que la ciència s'apropi a un bon nombre de persones. El gran desenvolupament dels mecanismes divulgadors (revistes, emissions televisives de programes científics, museus, exposicions), l'accessibilitat a l'educació superior i l'omnipresència de la informació, a través dels mitjans de

comunicació de massa o de la xarxa Internet, han originat una divulgació científica de gran abast. Aquesta divulgació ja no s'entén, però, tal com es feia al segle XVIII, com a eina per instruir la població sinó que, actualment, també compleix funcions d'integració professional, cultural i social. El fenomen del *fast thinking*, o com transmetre la informació al màxim nombre de població en el mínim temps possible, ha esdevingut un tret característic de l'anomenada societat de la informació.

Durant molt de temps, el concepte de divulgació s'ha associat a una imatge de desvirtualització, trivialització o simplificació del discurs científic. Aquesta idea es fonamenta en un esquema en què la divulgació es concep, d'una manera simplista, dins d'una estructura social dividida en dos pols oposats. A una banda, una comunitat científica que construeix el saber i el vehicula a través d'un llenguatge especialitzat que possibilita la comunicació, exclusivament, dins d'aquesta comunitat i, a l'altra, un grup social llec o ignorant a qui cal transmetre aquest saber i que disposa d'una llengua comuna que, únicament, serveix per a la comunicació no especialitzada. En el nou entorn comunicatiu en què es mou la societat actual, aquest esquema ha esdevingut totalment obsolet. Els estudis sobre aquest tema avancen ara per un terreny més pragmàtic en què la divulgació ja no s'entén com a simplificació o traducció del coneixement científic, sinó com l'elaboració o reformulació d'un nou discurs en circuits concrets del saber.

Els llenguatges d'especialitat

Un dels trets essencials que, des de la perspectiva de la divulgació, caracteritzen el coneixement científic és, sense cap mena

de dubte, el llenguatge específic que utilitzen els especialistes per a la comunicació professional dins d'un àmbit científic o tècnic determinat. Aquesta comunicació especialitzada es diferencia formalment de la comunicació general pel tipus de discurs que produeix i per l'ús d'una terminologia específica. A la pràctica, però, la realitat es concep com un *continuum* en què tan difícil és establir una frontera entre terminologia i lèxic comú com voler traçar una divisió estricta entre terminologies de camps afins. Entre un i altre nivell es produeixen transvasaments lèxics constants que fan que els conceptes més especialitzats, i els termes que els defineixen, es puguin generalitzar en un període de temps molt breu. Mots com ara, per exemple, *hipertext*, *CD-ROM*, *TAC*, *àcid acetilsalicílic* o *escàner* han passat a formar part de la terminologia general d'un parlant mitjanament informat que fa deu o vint anys desconeixia aquests termes. El poder dels mitjans de comunicació de massa i la democratització de l'ensenyament tornen a aparèixer aquí com a element afavoridor d'aquest procés de divulgació dels coneixements especialitzats i de la terminologia que s'hi relaciona.

D'altra banda, és aquest interès divulgatiu el que sol generar la necessitat d'extreure els termes de l'entorn especialitzat on es produeixen per tal d'agrupar-los i difondre'ls com a terminologia pròpia d'un àmbit determinat. Aquest és l'objectiu principal que mou l'elaboració de diccionaris, vocabularis, glossaris o lèxics especialitzats en una temàtica concreta. Des d'aquest punt de vista, el component divulgatiu associat a l'elaboració d'un producte terminològic, independentment del format, el contingut, els objectius o els destinataris a qui va adreçat, no s'ha d'entendre com un factor que comporta la vulgarització o banalització dels conceptes que s'hi tracten, en el sentit pejoratiu d'afeblir la naturalesa especialitzada de la matèria, sinó com un element que promou el coneixement i preserva la terminologia específica d'un àmbit d'especialitzat concret.

Els productes terminològics de divulgació

En una primera aproximació general, es pot considerar que tots els productes terminològics, indistintament dels formats, els continguts o els destinataris a qui s'adrecen,

constitueixen materials de divulgació. Els tipus de productes analitzats en aquest article se centren, exclusivament, però, en els treballs que contenen un conjunt reduït de termes propis d'una àrea d'especialitat, i que s'elaboren amb la finalitat de fer-los arribar a coneixement d'un gran nombre de persones. Per tal d'ajustar aquesta definició, caldrà introduir, a més, altres elements que ajudin a delimitar amb precisió la naturalesa d'aquests productes.

En primer lloc, quan es parla de l'elaboració de productes terminològics enfocats a una àmplia difusió, cal tenir en compte que el component divulgatiu esmentat anteriorment és un dels factors principals que guia les estratègies de disseny, elaboració i distribució del material. Un dels punts clau que pot arribar a marcar l'èxit o el fracàs d'aquests productes és l'equilibri que s'ha d'aconseguir entre l'afany de divulgació i el rigor metodològic que ha de ser sempre present en l'elaboració de qualsevol tipus de terminologia.

En el cas del català, un dels trets que caracteritza els productes terminològics divulgatius és el fet que es tracta de materials concebuts, bàsicament, en el marc d'una política de planificació lingüística, com a eina per facilitar l'extensió de l'ús de la llengua. Al principi dels anys vuitanta, amb la voluntat de normalitzar tots els sectors de la societat, es va iniciar la producció de cartells, tríptics i altres tipus de material divulgatiu que recollien la terminologia bàsica dels sectors més propers a la població general. L'elaboració de cartells o de lèxics sobre temes com ara, per exemple, la ferreteria, l'automòbil, les joguines, els atuells de cuina, els bars i restaurants o la perruqueria, il·lustren prou bé l'objectiu de les primeres estratègies de divulgació, enfocades, primordialment, a la normalització i l'extensió de l'ús del català en sectors considerats reticents al canvi lingüístic o en àmbits en què el coneixement de la llengua no era un objectiu principal. Amb el temps, les millores aplicades a l'hora d'elaborar aquests productes divulgatius, tant pel que fa al disseny com pel que fa a la qualitat terminològica, han ajudat a donar més valor a uns recursos tradicionalment considerats com un material de batalla que no requeria el mateix rigor metodològic exigint als productes amb un contingut terminològic més complet i especialitzat.

En els darrers anys s'ha produït, a més, una especialització progressiva en l'elaboració d'aquest tipus de productes que s'ha

reflectit tant en el tractament dels temes com en el de les denominacions. Pel que fa a la temàtica, s'ha aprofitat l'adaptabilitat dels diferents formats en què es pot treballar per difondre terminologies d'àmbits cada cop més especialitzats, tant al públic general com als usuaris circumscrits a àmbits d'especialitat més concrets. Aquesta especialització temàtica també ha comportat la incorporació gradual de denominacions que sovint plantegen problemes formals o semàntics, i que requereixen treballs específics de normalització terminològica.

Una altra dada que s'obté de comparar el volum de producció de terminologia divulgativa elaborada durant la dècada dels anys vuitanta amb la que s'ha elaborat al llarg dels anys noranta, és el significatiu descens que s'ha observat en la producció d'aquest tipus de material i que afecta, sobretot, àmbits, com l'alimentació o els esports, considerats prioritaris des del punt de vista de la planificació lingüística. Es podria intentar explicar aquest descens adduint motius diversos, com ara que es tracta de sectors que ja han assolit una plena normalització lingüística o que són àmbits que han deixat de tenir interès social, però, en canvi, la realitat i les dades estadístiques demostren que els buits terminològics que diàriament es constaten en les àrees d'esport (esports d'aventura, musculació, aeròbic, etc.) i d'alimentació (gastronomia, varietats comercials de fruites, productes alimentaris exòtics, etc.) reclamen una contínua atenció terminològica en aquests sectors.

L'experiència assolida al llarg dels darrers vint anys de producció de terminologies de divulgació ha de servir perquè els professionals de la planificació lingüística obrin, en el context dels canvis socials i tecnològics que estan marcant la fi d'aquest mil·lenni, noves vies per adaptar aquests materials a les múltiples necessitats comunicatives que requereix la societat actual, de tal manera que s'hi puguin conjuminar l'especialització de la terminologia més nova, provinent d'àmbits del coneixement en ple desenvolupament (informàtica, ciències mediambientals, etc.), amb l'atenció als sectors tradicionals (alimentació, esports, etc.) on també es produeixen canvis que demanen intervenció terminològica. És imprescindible conèixer a fons la diversa tipologia de productes existents i la metodologia terminològica que en regeix l'elaboració per poder assolir amb èxit l'adequació d'aquests materials als objectius inicials fixats.

Tipologia, adequació i distribució dels productes de divulgació

No es pot definir amb precisió què és un producte terminològic de divulgació sense tenir presents, entre altres factors, els objectius que persegueix, el suport o format de presentació, els destinataris a qui s'adreça i les situacions de comunicació on s'ha d'inserir. Pel que fa als objectius, el primer de tots, que és el de codificació, pot complementar-se amb altres objectius com ara la necessitat de difondre informació, la voluntat de divulgar la terminologia bàsica d'un àmbit d'especialitat en què es detecta un buit terminològic important, la necessitat d'elaborar material d'ensenyament o la simple motivació comercial o estètica.

Els materials divulgatius, atenent al format de presentació, poden oferir una tipologia molt diversificada. Cartells, tríptics, fitxes terminològiques, opuscles, vocabularis de petit format, guies, calendaris, punts de llibre o productes en línia són només uns quants exemples dels suports en què es pot presentar la terminologia de divulgació. A l'inici d'un projecte, sempre caldrà ponderar quin pot ser el vehicle de difusió terminològica que s'adeqüi millor als objectius establerts. És clar que la tria d'un o altre format condiona, des d'un principi, tant la temàtica com el volum terminològic que ha de contenir el treball. En qualsevol cas, però, és molt important potenciar al màxim el lligam entre l'interès temàtic i l'interès terminològic d'un producte divulgatiu. En aquest sentit, la intervenció dels professionals lingüístics implicats en l'elaboració d'aquests materials és clau a l'hora d'equilibrar els factors externs (comercials, publicitaris, de política lingüística, etc.) que impulsen aquests projectes amb el rigor metodològic de la terminologia que s'hi tracta. Un altre aspecte que cal preveure en la fase inicial de concepció del producte és l'adequació del material als destinataris a qui ha d'anar adreçat, tant pel que fa al format com pel que fa al contingut terminològic.

Un cop establerts els objectius que es volen aconseguir, els destinataris a qui s'adreça el material i el format de presentació, caldrà precisar, encara, la informació terminològica que haurà de contenir el treball (denominacions, equivalències, definicions, il·lustracions, etc.), el volum de termes que s'hi tractarà i la selecció d'unitats lèxiques que formaran part del cos terminològic per tal de garantir la plena adequació del pro-

ducte als objectius fixats. A tots aquests elements s'hi ha d'afegir, també, el disseny del material que, tot i ser el factor més allunyat del treball pròpiament terminològic, pot arribar a ser decisiu a l'hora d'impulsar la difusió d'un material determinat. A banda dels motius estètics, un bon disseny pot potenciar i afavorir la versatilitat dels materials divulgatius enfront de l'estructura més estàtica dels diccionaris terminològics tradicionals.

Finalment, abans de tancar l'esbós d'un projecte d'aquestes característiques, caldrà preveure com es realitzarà la distribució del material per tal de garantir-ne una difusió efectiva. Actualment, hi ha moltes empreses representatives de diversos sectors que s'impliquen en el patrocini d'aquests projectes per guanyar, a través del màrqueting lingüístic que generen, prestigi i implantació en el mercat català. Altres vegades, la participació conjunta d'un grup d'empreses d'un mateix sector en un projecte comú fa possible l'èxit divulgatiu d'un producte determinat. També és freqüent que les empreses o organismes que patrocinen l'elaboració d'aquests materials tendeixin a aprofitar esdeveniments puntuals per fer-ne una presentació i una difusió amb el màxim ressò social possible.

El tractament de la terminologia

En qualsevol projecte d'elaboració de terminologies de divulgació, paral·lelament als aspectes relatius al format, l'adequació o la distribució, és fonamental el tractament pròpiament terminològic del producte. Aquest tractament se centra fonamentalment en dos punts: d'una banda, en l'anàlisi de la selecció dels termes, tant pel que fa al nombre com a la tipologia, i, d'altra banda, en l'anàlisi de les informacions terminològiques relatives a cadascun dels termes continguts en el recull.

La selecció dels termes

La feina del terminòleg pot iniciar-se partint de dues situacions diferents, segons quin hagi estat l'enfocament previ del treball i segons quin sigui el grau d'intervenció i d'implicació que s'hagi previst per als especialistes que hagin de prendre-hi part. Si s'ha establert que els especialistes fan un seguiment del producte des del principi, és lògic que siguin ells, com a experts en la matèria i com a coneixedors de les pròpies dificultats terminològiques, els qui assu-

meixin, un cop definits els objectius del treball, la tasca de seleccionar els termes idonis que han de conformar el producte final. També és possible, però, que el terminòleg assumeixi el treball des del principi i, per tant, que sigui ell el qui s'encarregui de fer la selecció dels termes. Cap de les dues opcions no és millor que l'altra o preferible a l'altra; la preferència dependrà, en realitat, de les característiques de les persones que intervinguin en el projecte i també del grau de tecnicisme de la matèria: de vegades, la formació més especialitzada del terminòleg aconsella que sigui ell el qui faci un buidatge inicial i que després pugui contrastar-lo amb els experts, i, a l'inrevés, de vegades, i sobretot si els especialistes tenen una certa sensibilitat lingüística, és interessant que siguin ells els qui facin el buidatge i que posteriorment el contrastin amb el terminòleg. La idea que, en tot cas, no pot deixar-se mai de banda és l'estricta col·laboració que hi ha d'haver entre totes dues parts. Aquesta serà sempre una de les condicions necessàries per poder garantir un treball de qualitat.

Si el terminòleg ja disposa d'una selecció de termes establerta, la seva funció en aquesta primera fase consistirà a validar la selecció donada. La validació s'haurà de fer des de tres punts de vista: des del punt de vista estructural, des del punt de vista no-cional i des del punt de vista formal.

Davant d'una selecció de termes, caldrà vetllar primer de tot perquè les unitats terminològiques estiguin estructurades de forma coherent, és a dir, que responguin a una distribució conceptual o arbre de camp prèviament establert. A la pràctica, això implicarà procurar que la llista de termes triada sigui mínimament completa i, a la inversa, que tots els termes de la selecció siguin pertinents amb l'estructuració proposada. En principi, i atès que en aquest tipus de productes es treballarà sempre amb un nombre de termes relativament reduït, la validació estructural de la selecció pot ser relativament simple, sobretot si prèviament s'ha posat cura a fixar quines branques de la matèria global es pretenen tractar. D'altra banda, i tenint en compte que les seleccions fetes per un determinat grup d'especialistes poden estar excessivament condicionades pel treball personal i específic que duen a terme o pel tipus de material amb què treballen, és aconsellable que, a banda del terminòleg, altres experts externs verifiquin sempre la selecció triada i puguin aportar-hi també el seu punt de vista.

Quan el treball dugui definicions, també s'haurà de comprovar la fiabilitat conceptual de les informacions aportades pels especialistes a fi d'evitar possibles errors i per assegurar que la informació consignada és objectiva i pertinent. Aquesta validació es farà amb l'ajut dels mateixos experts i també amb l'ajut de les obres de referència, les quals seran imprescindibles, alhora, per revisar els termes des del punt de vista formal. La revisió formal serà la tasca fonamental del terminòleg.

La bibliografia de referència és òbviament un punt bàsic en qualsevol treball terminològic, independentment del grau d'especialització que es pretengui i del fet que el treball tingui un abast sectorial complet o no i que, per tant, sigui més o menys divulgatiu. No n'hi haurà prou de consultar les obres lexicogràfiques de referència, és a dir, els diccionaris de llengua general i les enciclopèdies, sinó que caldrà completar aquest primer pas amb la consulta d'obres terminològiques (diccionaris especialitzats en la matèria que es tracta), obres especialitzades (manuals, catàlegs, revistes, etc.) i, evidentment, amb les fonts de referència orals. El grau d'actualització de les obres de consulta serà un altre dels trets que caldrà tenir en compte a l'hora de treballar: serà important, per exemple, en les obres especialitzades, quan es faci el buidatge de termes (qualsevol producte terminològic que es pretengui actual ha de partir, per descomptat, de fonts actuals), però també en les obres terminològiques que ajudaran a completar les informacions i, sobretot, en les obres lexicogràfiques catalanes, a partir de les quals, en primera instància, s'hauran d'establir les denominacions catalanes corresponents. No es pot obviar a hores d'ara, en aquest sentit, la informació que pot obtenir-se de les obres en suport electrònic, que solen oferir uns modes de consulta molt més flexibles que les obres en paper i són, doncs, de gran ajuda en el treball terminològic.

Davant de tota la bibliografia i de totes les dades, la premissa del terminòleg que inicia la revisió ha de ser, però, el dubte: dubtar sempre de qualsevol informació, per minsa que sigui. Aquesta premissa es traduirà a comprovar-ho tot i a contrastar-ho tot, i a no donar per tancada cap denominació ni cap dada —malgrat que provinqui de fonts fiables— fins que això no s'hagi fet. Tenint en compte la gran incidència, si més no pretesa, de les terminologies de divulgació que es tracten en aquest article, la

rigorositat en el treball i la fiabilitat de les informacions finals seran aspectes especialment rellevants.

Si el terminòleg no disposa d'una selecció de termes prèvia, el mètode de treball serà el mateix a l'exposat fins aquí. Únicament, la seva funció aleshores no consistirà a validar una suposada selecció, sinó a elaborar-la i treballar-la ell mateix, tenint sempre en compte, això sí, els aspectes fins ara analitzats relatius a la forma, l'estructuració i el significat dels termes. Una recerca bibliogràfica prèvia a qualsevol treball, que inclogui obres en altres llengües a banda del català, sobretot si s'hi pretén incorporar terminologia en altres idiomes, serà indispensable per fer un bon buidatge i per, posteriorment, dur a terme una compleció i una revisió adequades de les informacions, tot plegat assessorat sempre pels especialistes i en consonància amb el context i els objectius del treball.

La revisió de la terminologia

La revisió de la terminologia, un cop fet el buidatge i la redacció primera de totes les informacions, es fonamentarà a grans trets en quatre punts: la revisió formal i estructural de les denominacions catalanes, la revisió de les definicions, la revisió de les equivalències i, finalment, la revisió de la presentació general del treball. Es tractaran en aquest article, de forma sumària, tots els punts excepte el de la redacció de les definicions, per al qual el lector pot consultar l'obra *Metodologia del treball terminològic*, que trobarà ressenyada a la bibliografia final.

La revisió formal dels termes catalans, feta òbviament a partir de les diferents fonts de consulta esmentades més amunt, pot menar a diferents situacions. La situació òptima, en el sentit que és la menys conflictiva, és que es documenti el terme objecte de revisió en les obres fiables de referència (obres normatives, normalitzades o de prestigi lingüístic); en aquest cas, únicament caldrà tenir cura a verificar que no hi hagi incoherències entre les fonts. Pot passar, però, que les obres documentin diferents denominacions per al mateix concepte, amb la qual cosa s'haurà de ponderar quina de totes les opcions és la preferible o bé si totes són igualment vàlides i, per tant, poden consignar-se en el treball com a sinònimes. En situacions d'aquest tipus, l'opinió dels especialistes pot ser força decisiva i, en aquest sentit, cal fer èmfasi en la importància de la flexibilitat i el consens, i en la idea que no sempre les obres escrites, per

molt que siguin fiables o fins i tot normatives o normalitzades, han de prevaler per sobre de l'ús i l'opinió dels experts; és inqüestionable que una terminologia sense el suport dels qui han d'usar-la està abocada al fracàs. Finalment, dins el marc de la revisió formal, també pot donar-se el cas que el terme que s'estudia no es documenti en cap de les obres de referència i que aleshores calgui indagar sobre la causa d'aquesta manca de documentació. Pot tractar-se de termes manllevats d'altres llengües —no sempre fàcils de detectar, atès que fins i tot és possible que s'usin adaptats gràficament i que, per tant, quedin més o menys camuflats com a termes catalans—, de calcs —més difícils encara de detectar que els manlleus, però habituals i espontanis en sectors científics i tècnics amb forta influència d'altres idiomes—, de propostes *ad hoc* dels especialistes, de formes argòtiques, de noms comercials, etc. En tots aquests casos caldrà acudir a les fonts orals, que ajudaran a identificar el problema i el grau d'introducció del terme, o a conèixer la viabilitat, si cal, de propostes alternatives, les quals, en última instància, podran ser sotmeses a normalització.

Pel que fa a la coherència del conjunt terminològic, cal entendre-la des de diferents vessants: d'entrada, i tal com s'ha exposat més amunt, coherència pel que fa a la selecció dels termes, és a dir, pel que fa a l'adequació nocional a un arbre de camp establert i tenint en compte sempre els objectius d'un treball reduït com els d'aquest tipus, en què la tria serà especialment limitada; coherència, d'altra banda, pel que fa a l'ús de sinònims, que es traduirà en criteris per decidir la inclusió o no d'aquest tipus de formes o per determinar la prioritització que s'hi establirà, que no necessàriament haurà de coincidir amb la prioritització que se n'ha fet a les obres de referència, sobretot la que se n'hagi pogut fer a les obres lexicogràfiques; coherència en l'ús de plurals i singulars; coherència en l'ús i l'especificació d'abreviacions (desglossament o no; grau de lexicalització, etc.); coherència en relació amb la forma dels termes sintagmàtics (ús de la preposició i de l'article, possibilitat de convivència amb un terme sintètic, etc.); coherència pel que fa a l'ús de determinats sufixos, sobretot aquells que denominen operacions tècniques i que tendeixen a ser vacil·lants; coherència pel que fa a la redacció, ja sigui de definicions, de notes, d'explicacions diverses, etc., i, finalment, coherència pel que fa al grau d'espe-

cialització dels termes, que és un tema que, de fet, haurà de conduir el buidatge dels termes des del començament.

La necessitat o no de treballar amb equivalents en altres llengües serà un altre dels punts que s'hauran de plantejar a l'inici del projecte. La inclusió o no d'equivalents dependrà del tipus de material que s'hagi previst elaborar i també del camp temàtic que es treballi. El camp temàtic condicionarà, alhora, la llengua o llengües dels equivalents. En general, en els materials que contenen imatges (els cartells, per exemple) hi ha una tendència més gran a prescindir dels equivalents, probablement perquè les il·lustracions ja permeten, sense l'ajuda de cap altre element de suport, com ara definicions o equivalències, una identificació clara i immediata dels conceptes. En aquests casos, si la pretensió fonamental és estendre l'ús dels termes catalans, la inclusió d'equivalents pot ser, efectivament, supèrflua. De fet, deu respondre a un dels objectius prioritaris de la Campanya de Normalització Lingüística iniciada al principi dels anys vuitanta —l'extensió de l'ús del català— el fet que la majoria de cartells editats fins fa pocs anys continguin exclusivament terminologia en català. Es tracta, però, d'una característica que tendeix a abandonar-se a mesura que els materials es van especialitzant i entren en territoris cada cop més allunyats de la llengua general, on la influència d'altres llengües —sovint de l'anglès— és realment significativa.

El rigor metodològic amb què cal tractar les formes catalanes en qualsevol treball és extrapolable, per descomptat, als equivalents en altres llengües. Aquest fet implica dues conseqüències fonamentals a l'hora de treballar la terminologia: d'una banda, la necessitat absoluta de documentar qualsevol equivalent que es vulgui fer constar en un treball terminològic i, d'altra banda, la necessitat també de garantir la correspondència de l'equivalent amb el terme català de partida i, per tant, amb la noció tractada. Paral·lelament a la metodologia que se segueix per a les formes catalanes, s'intentarà extreure els equivalents d'obres màximament fiables, començant per les obres lexicogràfiques i arribant, en última instància, als materials de buidatge o les fonts orals. La correspondència de l'equivalent amb el concepte obligarà sempre a posar en dubte les informacions recollides únicament en els diccionaris de traducció bilingües o multilingües i a contrastar-les amb altres fonts on les nocions quedin clarament

explicitades. Si no hi ha plena correspondència, sempre serà preferible prescindir de l'equivalent. Tampoc no s'intervindrà mai en la forma d'una equivalència, llevat tan sols dels casos en què es constatin errors ortogràfics evidents.

La presentació

L'últim punt de la revisió té a veure amb la forma de presentar les informacions en el treball. És un aspecte que afecta el disseny del producte, però també els continguts i, per tant, la feina del terminòleg. El terminòleg haurà de vetllar justament perquè es faci una integració harmònica d'aquests dos components, de manera que en cap moment els continguts que es pretenen difondre no quedin desvirtuats o supeditats als imperatius del disseny. Cal insistir un cop més en la idea que, efectivament, un producte atractiu i ben dissenyat aconseguirà sempre una major difusió i, consegüentment, una major incidència social, però també és cert que perquè hi hagi incidència positiva la informació ha de poder arribar al públic objectiu de manera ordenada, clara, ràpida i entenedora. En aquest sentit, caldrà tenir cura, doncs, a fer una distinció clara de les informacions terminològiques consignades al treball, a ressaltar —per mitjà de colors, cossos de lletra, tipus o estils diferents— allò que realment interessa difondre, a fer un ús no aleatori de les majúscules i les minúscules a fi que els destinataris puguin disposar de pautes inequívokes d'ús, etc.

Un altre aspecte important que també afecta la presentació dels productes és l'ordenació dels termes. De vegades, l'ordenació ja ve donada per la imatge (és el cas, per exemple, dels cartells que presenten els termes amb l'ajuda de fletxes o de números), però quan això no passa, i igual que en qualsevol diccionari, els termes podran ordenar-se o bé globalment de forma alfabètica o bé per grups temàtics. L'ordenació alfabètica sol afavorir l'accés ràpid a la informació, però una ordenació temàtica —que no s'ha de descartar mai, ni tan sols en aquells treballs amb un nombre realment reduït de termes, com ara els cartells— pot ser preferible per a un públic més expert i pot tenir l'avantatge que proporciona informació addicional, a banda de l'estrictament terminològica, sobre l'àmbit temàtic. Caldrà examinar, doncs, en cada cas quina pot ser la forma idònia de presentar els termes.

Rigor metodològic i voluntat d'arribar a un gran nombre de persones no són idees

contradictòries, sinó conceptes complementaris que han de regir en tot moment el treball d'elaboració de terminologies de divulgació. En una societat com l'actual, immersa en un procés creixent de superespecialització i de mundialització, la supervivència de totes les llengües, i especialment de les llengües minoritzades, passa necessàriament per la seva capacitat d'adaptar-se a les noves situacions i per la seva capacitat de crear, amb mecanismes propis, denominacions per a cadascun dels nous conceptes. La necessitat de divulgar la nova terminologia i de saber crear cada dia nous camins per fer-ho de forma eficaç ha de ser un repte constant en la feina dels professionals de la llengua.

Bibliografia

GUTIÉRREZ RODILLA, B. M. *La ciencia empieza en la palabra: análisis e historia del lenguaje científico*. Barcelona: Península, 1998.

MARTÍNEZ E.; FLORES, J. *La popularización de la ciencia y la tecnología. Reflexiones básicas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Metodología del treball terminològic*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura, 1990.

TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Lèxic d'Internet* [Triptic]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, cop. 1998.

TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Internet* [Cartell]. [Barcelona]: Fundació Catalana per a la Recerca, [1999].

CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA; TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Les pastes alimentàries* [Cartell]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura, 1998.

INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGÍA; CIENCIA ACTIVA. *Núvols alts: CH; Núvols mitjans: CN; Núvols baixos: CL* [Cartell]. [Barcelona]: Instituto Nacional de Meteorología: Ciencia Activa, DL 1996.

GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES. *Diccionari visual de la construcció*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques, 1994.

GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES. *Diccionari*

visual de la construcció [Cartell]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques, 1995.

DIR, CENTRES DE FITNESS. *Exercicis de musculació* [Cartell]. Barcelona: Consorci per a la Normalització Lingüística. Centre de Normalització Lingüística de Barcelona, DL 1997.

GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE MEDI AMBIENT. *Minimització de l'impacte ambiental de les infraestructures lineals* [Cartell]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Medi Ambient, 1995.

PORT DE TARRAGONA; TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Nusos mariners* [Cartell]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Direcció General de Pesca Marítima, [1997].

Notes

1. En són un exemple, entre d'altres, els cartells de *Minimització de l'impacte ambiental*, del *Diccionari visual de la construcció*, d'*Internet*, etc.
2. En l'àmbit universitari, es poden destacar els materials (vocabularis, punts de llibre, desplegable, etc.) elaborats pels serveis lingüístics de les diferents universitats. En el terreny de l'ensenyament secundari, sobresurten, com a actuacions més remarcables, l'elaboració d'un cartell dels núvols i d'una col·lecció de làmines anatòmiques i de ciències de la vida.
3. En aquest sentit, és més ràpid i menys costós elaborar un tríptic o un cartell que no pas un diccionari.
4. Un exemple força il·lustratiu, en aquest sentit, el constitueix el cartell d'*Exercicis de musculació*, en què la simple incorporació d'unes fletxes, que indiquen el moviment que ha de fer la persona que executa un exercici, substitueix perfectament la manca d'una definició. L'ús diferenciat de colors permet, d'altra banda, indicar quin és el grup muscular treballat en cada exercici.
5. Aquest és el cas, per exemple, del *Diccionari visual de la construcció*, que va ser patrocinat per les empreses més significatives del ram de la construcció i es va elaborar amb la col·laboració de col·legis professionals, universitats i institucions de l'Administració.
6. En són alguns exemples el cartell de *Les pastes alimentàries*, que es va publicar amb motiu de la celebració del centenari de l'empresa El Pavo, el cartell dels *Nusos mariners*, que es va difondre en el marc del Saló Nàutic de l'any 1997 o el *Lèxic d'Internet*, que es va distribuir en la Fira sobre Llengua i Materials Informàtics organitzada per l'Oficina de Català de Ripollet.
7. Les obres especialitzades seran, en principi, el punt de partida del treball: proporcionaran una visió general de l'àmbit temàtic, s'utilitzaran per fer el buidatge de termes i seran bàsiques a l'hora de validar conceptualment les informacions.
8. Les fonts orals podran ser diverses i també podrà ser divers el seu nivell d'especialització, per la qual cosa caldrà sempre fer-ne una ponderació adequada. Es tracta de fonts, d'altra banda, que seran necessàries per ajudar a validar els conceptes, però també per les possibles propostes neològiques que sorgeixen en el treball.
9. Durant el buidatge, es recolliran totes aquelles informacions que puguin ser útils per precisar els termes, des de definicions fins a equivalents, contextos o notes explicatives, encara que no hagin d'aparèixer a la versió definitiva del treball.
10. La ponderació de dues formes pot ser relativament simple si enfrontem, per exemple, termes normatius o normalitzats amb termes que manquen d'aquest estatus, però resulta més complexa quan, per exemple, totes dues formes són simples propostes terminològiques recollides en obres diferents, quan obres de gran prestigi recullen incoherències formals o conceptuals flagrant entre si, o, encara, quan els termes normatius o normalitzats entren en contradicció amb propostes que, malgrat aquesta categoria, coincideixen amb l'ús generalitzat dels parlants, és a dir, amb la terminologia natural.
11. Els experts i la informació de les obres especialitzades seran els veritables detectors de l'ús dels termes i, per tant, seran decisius en aquest sentit. La prioritització dels sinònims també dependrà, però, del grau d'especialització del material i de les persones a les quals es destina, i, igualment, de la zona dialectal en què es treballa.
12. Per defecte, en un treball terminològic els termes s'entren en singular, tret d'aquelles formes que només tenen ús en plural o en què el plural és la forma generalitzada. De tota manera, en determinats productes de divulgació, per exemple en els cartells, el criteri pot ser diferent, atenent a aspectes diversos com ara el disseny. En aquests casos el terminòleg haurà de vetllar en tot moment per la coherència i l'homogeneïtzació de totes les formes amb característiques iguals o similars.
13. Es tracta de vacil·lacions del tipus *projecte de lent de Fresnel - projector de Fresnel - projector Fresnel - fresnel*.
14. Per exemple, entre *màquina de serrar* i *serradora*, entre *màquina de bordonar* i *bordonadora*, etc.
15. És ben coneguda, per exemple, la influència actual de l'anglès en la ciència, les tecnologies o els esports, per esmentar tan sols uns quants àmbits, però també la influència, des de sempre, de l'italià en la música o del francès en la gastronomia.