

Terminología y comunicación científica y social

Mercedes Roldán Vendrell (ed.)

Prólogo: M. Teresa Cabré Castellví

EDITORIAL COMARES



TERMINOLOGÍA Y COMUNICACIÓN CIENTÍFICA Y SOCIAL

MERCEDES ROLDÁN VENDRELL

(*Editora*)

TERMINOLOGÍA Y COMUNICACIÓN CIENTÍFICA Y SOCIAL

Esta publicación ha sido financiada por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, en el marco del Proyecto de Investigación de Excelencia «Terminología del aceite de oliva y comercio: China y otros mercados internacionales» (P07-HUM-03041).

GRANADA, 2014

EDITORIAL COMARES

Directora de publicaciones:
ANA DEL ARCO BLANCO

INTERLINGUA

135

Directores académicos de la colección:

EMILIO ORTEGA ARJONILLA
PEDRO SAN GINÉS AGUILAR

Comité Científico (Asesor):

ESPERANZA ALARCÓN NAVÍO Universidad de Granada	MARIA JOAO MARÇALO Universidade de Évora
JESÚS BAIGORRI JALÓN Universidad de Salamanca	HUGO MARQUANT Institut Libre Marie Haps, Bruxelles
CHRISTIAN BALLIU ISTI, Bruxelles	FRANCISCO MATTE BON LUSPIO, Roma
LORENZO BLINI LUSPIO, Roma	JOSÉ MANUEL MUÑOZ MUÑOZ Universidad de Córdoba
ANABEL BORJA ALBÍ Universitat Jaume I de Castellón	FERNANDO NAVARRO DOMÍNGUEZ Universidad de Alicante
NICOLÁS A. CAMPOS PLAZA Universidad de Murcia	NOBEL A. PERDU HONEYMAN Universidad de Almería
MIGUEL A. CANDEL MORA Universidad Politécnica de Valencia	MOISÉS PONCE DE LEÓN IGLESIAS Université de Rennes 2 – Haute Bretagne
ÁNGELA COLLADOS AÍs Universidad de Granada	BERNARD THIRY Institut Libre Marie Haps, Bruxelles
ELENA ECHEVERRÍA PEREDA Universidad de Málaga	FERNANDO TODA IGLESIA Universidad de Salamanca
PILAR ELENA GARCÍA Universidad de Salamanca	ARLETTE VÉGLIA Universidad Autónoma de Madrid
FRANCISCO J. GARCÍA MARCOS Universidad de Almería	CHELO VARGAS SIERRA Universidad de Alicante
CATALINA JIMÉNEZ HURTADO Universidad de Granada	MERCEDES VELLA RAMÍREZ Universidad de Córdoba
ÓSCAR JIMÉNEZ SERRANO Universidad de Granada	ÁFRICA VIDAL CLARAMONTE Universidad de Salamanca
HELENA LOZANO Università di Trieste	GERD WOTJAK Universidad de Leipzig
JUAN DE DIOS LUQUE DURÁN Universidad de Granada	

ENVÍO DE PROPUESTAS DE PUBLICACIÓN:

Las propuestas de publicación han de ser remitidas (en archivo adjunto, con formato PDF) a alguna de las siguientes direcciones electrónicas: eortega@uma.es, psgines@ugr.es

Antes de aceptar una obra para su publicación en la colección INTERLINGUA, ésta habrá de ser sometida a una revisión anónima por pares. Para llevarla a cabo se contará, inicialmente, con los miembros del comité científico asesor. En casos justificados, se acudirá a otros especialistas de reconocido prestigio en la materia objeto de consideración.

Los autores conocerán el resultado de la evaluación previa en un plazo no superior a 60 días. Una vez aceptada la obra para su publicación en INTERLINGUA (o integradas las modificaciones que se hiciesen constar en el resultado de la evaluación), habrán de dirigirse a la Editorial Comares para iniciar el proceso de edición.

© Los Autores

Editorial Comares, S.L.
Polígono Juncaril • C/ Baza, parcela 208
18220 - Albolote (Granada)
Telf.: 958 465 382
E – mail: libreriacomares@comares.com
<http://www.editorialcomares.com>
<http://www.comares.com>

ISBN: 978-84-9045-212-7 • Depósito legal: GR. 2.454/2014

Fotocomposición, impresión y encuadernación: COMARES

SUMARIO

PREÁMBULO	IX
<i>Mercedes Roldán Vendrell</i>	
PRÓLOGO	
DINAMICIDAD DE LA TERMINOLOGÍA: DE UNA TERMINOLOGÍA TRADICIONAL CENTRADA EN LAS DISCIPLINAS A UNA TERMINOLOGÍA CENTRADA EN LOS OBJETOS.	XIII
<i>M. Teresa Cabré Castellví</i> (Universitat Pompeu Fabra)	
REPRESENTACIÓN DEL CONOCIMIENTO ESPECIALIZADO Y TERMINOLOGÍA MULTILINGÜE.	1
<i>Mercedes Roldán Vendrell</i> (Universidad de Jaén)	
LA NEOLOGÍA TERMINOLÓGICA EN LOS DISCURSOS DE ESPECIALIDAD. EL CASO DEL DISCURSO PUBLICITARIO.	25
<i>María Isabel Santamaría Pérez</i> (Universidad de Alicante)	
THE USE OF DENOMINAL ADJECTIVES IN TERMINOLOGY.	43
<i>François Maniez</i> (Université Lumière Lyon 2)	
THE DETECTION OF LEXICAL DEATH IN A SPECIALIZED LANGUAGE IN ORDER TO BUILD A GLOSSARY OF TERMS	67
<i>Pascaline Dury</i> (Université Lumière Lyon 2)	
FUNDAMENTOS DEL TRABAJO TERMINOLÓGICO MULTILINGÜE EN ÁMBITOS INDUSTRIALES ...	83
<i>Chelo Vargas Sierra</i> (Universidad de Alicante)	
ESTUDIO DE LA TERMINOLOGÍA CERÁMICA BASADO EN CORPUS Y ELABORACIÓN DE DEFINICIONES .	109
<i>Esperanza Valero Doménech y Amparo Alcina Caudet</i> (Universitat Jaume I)	
BUILDING A TERMBASE ON FUNCTIONAL FOOD TO THE CONSUMER: THE ROLE OF COMMUNICATIVE CONTEXTS IN SPECIALIZED CORPORA BUILDING AND EXPLORATION	125
<i>Ana Rita Remígio Oliveira</i> (Universidade de Aveiro)	
ALGUNAS NOTAS SOBRE EL LÉXICO ESPECIALIZADO DE LA PIEL	155
<i>María García Antuña</i> (Universidad de Cádiz)	
VISUALIZACIÓN DE CONCEPTOS VITIVINÍCOLAS: LA TERMINOLOGÍA EN LA D.O. MONTILLA-MORILES	181
<i>Juan Antonio Prieto Velasco</i> (Universidad Pablo de Olavide)	

PREÁMBULO

En los últimos veinte años, las universidades han apostado decididamente desde la lingüística por el relanzamiento de la terminología tanto en innovación docente como en investigación aplicada y transferencia de conocimiento al sector empresarial. Sin duda la terminología constituye uno de los ámbitos de investigación de mayor repercusión e impacto social desde el punto de vista de la transferencia de resultados de investigación al mundo industrial, tecnológico y empresarial. Los especialistas en este terreno recorren una trayectoria que comienza en lo terminológico y concluye en lo terminográfico, es decir, va de lo estrictamente teórico y descriptivo a lo práctico, pasando previamente por el filtro de las cuestiones metodológicas.

Los trabajos reunidos en este volumen muestran ese recorrido de la investigación terminológica de lo teórico a lo aplicado. Fundamentalmente, el libro recoge los contenidos del «Encuentro internacional sobre terminología y comunicación científica y social» que tuvo lugar, bajo mi dirección, en la sede de Baeza de la Universidad Internacional de Andalucía, en el marco del proyecto Olivaterm¹. La idea del encuentro fue reunir a investigadores que habían desarrollado (o estaban desarrollando) trabajos equiparables a nuestro proyecto sobre el aceite de oliva, en los que la investigación lingüística está aplicada a la comunicación social y a la transferencia de conocimiento especializado, mediante la elaboración de herramientas para la promoción de productos que tienen un importante papel en el desarrollo económico y cultural de determinados territorios. El curso estuvo organizado en ponencias y mesas redondas. Las ponencias versaron sobre aspectos teóricos y metodológicos del trabajo en terminología y las mesas constaron de sesiones temáticas dedicadas a la presentación de

¹ Proyecto de Investigación de Excelencia (P07-HUM-03041) titulado «Terminología del aceite de oliva y comercio: China y otros mercados internacionales» y financiado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. El proyecto se inició en enero de 2008 y concluyó en enero de 2012.

diversos proyectos terminológicos desarrollados en torno a los siguientes productos: cerámica, piel, turrón, juguete, alimentos funcionales y aceite de oliva. A los resultados de investigación presentados en el encuentro de Baeza se suman, en este volumen, los de otras investigaciones encaminadas igualmente a mejorar la comunicación entre los distintos colectivos implicados en el proceso de elaboración, comercialización y consumo de productos estratégicos.

En el prólogo al libro, Teresa Cabré destaca el carácter dinámico de la terminología, que ha evolucionado desde una concepción inicial restrictiva (asociada exclusivamente a la ciencia y la técnica) hasta su actual dimensión social. Esta nueva perspectiva del trabajo en terminología parte de la aceptación de que son términos todas las unidades propias de la comunicación entre expertos de un ámbito definido, aunque en numerosas ocasiones puedan formar parte del discurso de divulgación destinado a legos.

Mi aportación a este volumen es el artículo dedicado a la representación del conocimiento especializado en materia de aceite de oliva, producto estratégico para Andalucía y, en particular, para la provincia de Jaén. En este trabajo presento el sistema conceptual diseñado en el marco del proyecto Olivaterm (llevado a cabo en la Universidad de Jaén), en el que se representa la red de relaciones conceptuales que opera en este dominio y se establecen las categorías conceptuales que estructuran cada uno de sus ámbitos. Asimismo trato de explicar que, en el proceso de lexicalización, los términos constituyen el reflejo verbal de una realidad estructurada por los especialistas a partir de la existencia de relaciones de significado de distinta naturaleza. Termino adentrándome en la dimensión aplicada del trabajo terminológico y, mediante el análisis de una serie de definiciones extraídas del *Diccionario de términos del aceite de oliva*², muestro cómo pueden hacerse explícitas las relaciones conceptuales establecidas en un sistema de conceptos en la estructura de la definición terminográfica. El modelo definicional que propongo garantiza la traducibilidad y la transferencia de conocimiento, lo que sin duda facilita la comunicación científica y social en contextos monolingües y multilingües.

A continuación, en su trabajo sobre la neología terminológica en el discurso publicitario, Isabel Santamaría estudia la relación entre terminología y comunicación científica y social y, a partir de un corpus de trabajo constituido por 40 anuncios tomados de la publicidad escrita, analiza si en la actualidad se lleva a cabo una divulgación adecuada del conocimiento científico o si, por el contrario, pese a la sobrevaloración de la ciencia en la sociedad actual, persiste el analfabetismo científico del público general, del que se aprovechan como recurso retórico o reclamo determinados tipos de discurso publicitario.

Le sigue el artículo de François Maniez, director del Centre de Recherche en Terminologie et Traduction (CRTT) de la Université de Lyon, sobre el uso de adjetivos relacionales en registros de especialidad en lengua inglesa. El profesor Maniez, tras repasar las características morfológicas, sintácticas y semánticas de este tipo de adjetivos, analiza su uso en textos médicos en lengua inglesa, a partir de datos extraídos de diversos corpus especializados y fuentes electrónicas, prestando especial atención

² MERCEDES ROLDÁN VENDRELL, *Diccionario de términos del aceite de oliva*. Madrid: Arco libros, 2013.

a la variación en el uso del par *heart/cardiac* como modificadores del nombre y a las alternativas de traducción de dichos términos en francés y español.

Por su parte, Pascaline Dury, también profesora del CRTT, presenta los resultados de un proyecto sobre mortandad léxica, con los que demuestra el interés del análisis y descripción de este aspecto del léxico de una especialidad para el estudio de su vitalidad y para la elaboración y actualización semiautomática de ontologías, glosarios y diccionarios. Dury establece diferentes tipos de mortandad léxica a partir de un corpus de textos especializados en ecología terrestre e identifica diversas claves lingüísticas (compatibles con el análisis informático que permite la exploración semiautomática del corpus) que pueden ayudar a detectar los términos que han quedado obsoletos en un determinado periodo de la historia de un lenguaje especializado.

Mediante un detallado análisis de los aspectos metodológicos del trabajo en terminología, Chelo Vargas Sierra presenta una propuesta de sistematización global de la terminografía multilingüe descriptiva, partiendo de la experiencia de los proyectos llevados a cabo en el Instituto Interuniversitario de Lenguas Modernas Aplicadas (IULMA) para la elaboración de diccionarios especializados bilingües. La profesora Vargas describe todas las etapas del proceso terminográfico que permiten sistematizar y automatizar la gestión terminológica bilingüe, desde el inicio del proyecto hasta la publicación de un conjunto estructurado de términos del ámbito objeto de estudio. Asimismo, define las tareas realizadas en cada etapa de trabajo y las herramientas informáticas empleadas en ellas.

El recorrido de lo teórico a lo práctico queda plasmado en el trabajo de Esperanza Valero Doménech y Amparo Alcina Caudet sobre la terminología cerámica. Valero y Alcina reflexionan sobre los problemas que afectan a la elaboración de definiciones de especialidad a partir de un corpus textual, con el objetivo de plantear una metodología de construcción de definiciones basada en patrones. El análisis de los datos del corpus les permite extraer toda la información conceptual necesaria para desarrollar patrones definicionales válidos. Dichos patrones constituyen una formalización de los elementos de la definición que, implementados en un programa informático, serán procesables tanto por el humano como por el ordenador.

La investigadora de la universidad de Aveiro, Ana Rita Remígio, en su trabajo dedicado a los alimentos funcionales, responde a las cuestiones surgidas en torno a la elaboración de una base de datos terminológica dirigida al consumidor: cómo seleccionar y organizar textos, cómo identificar candidatos a término y cómo seleccionar contextos ricos en información conceptual. El artículo destaca la importancia de tener en cuenta diferentes contextos comunicativos a la hora de elaborar un corpus de trabajo encaminado a hacer accesible una información precisa y científicamente rigurosa al público lego.

El léxico de la piel, otro producto estratégico para el territorio productor, y más concretamente el léxico de la marroquinería, es objeto del estudio terminológico por parte de María García Antuña. Partiendo del vacío terminográfico existente en el sector manufacturero de la piel, este trabajo describe cada una de las etapas del proyecto llevado a cabo en la Universidad de Cádiz y sienta así las bases técnico-metodológicas para la ulterior elaboración de un diccionario especializado plurilingüe.

Cierra el volumen el capítulo de Juan Antonio Prieto Velasco dedicado a la visualización del conocimiento especializado, línea de investigación novedosa del trabajo terminológico que concierne especialmente al diseño de recursos terminográficos en los

que se representa un dominio de especialidad a través de diversos sistemas semióticos que incluyan, entre otros, códigos no lingüísticos. En su capítulo dedicado a la terminología del sector de los vinos de Montilla-Moriles, el profesor Prieto presenta un breve análisis de los términos singulares de esta denominación de origen y muestra cómo la representación por imágenes de los conceptos pertenecientes a este sector vitivinícola puede ser útil no solo para su visualización, sino también de cara a la creación de una herramienta lexicográfica que ayude a la promoción de los vinos del sector, que tan importante papel desempeñan en el desarrollo económico y cultural de esta zona del territorio andaluz.

Con este libro iniciamos la tarea de dar a conocer algunos de las últimas aportaciones de la investigación lingüística aplicada a la comunicación científica y social. Esperamos poder avanzar en esa dirección en futuras publicaciones.

LA EDITORA

PRÓLOGO

DINAMICIDAD DE LA TERMINOLOGÍA: DE UNA TERMINOLOGÍA TRADICIONAL CENTRADA EN LAS DISCIPLINAS A UNA TERMINOLOGÍA CENTRADA EN LOS OBJETOS

Se ha asociado frecuentemente la terminología con los campos científicos y técnicos tradicionales. No en vano en los siglos XVII-XVIII surgieron las nomenclaturas científicas, como preludio de lo que dos siglos más tarde se tomaría como base de la terminología en tanto que disciplina organizada. La razón esencial de las nomenclaturas en ciencia era la necesidad de precisar el conocimiento científico más allá de las denominaciones existentes en las lenguas naturales. Para el especialista en medicina, por ejemplo, era necesario contar con una *Nomina Anatomica* que contribuyera a designar unívocamente las partes del cuerpo humano al margen de la interpretación a la que las denominaciones en una u otra lengua podían dar lugar. La terminología nació así confundida con la nomenclatura. La necesidad de precisar de forma inequívoca la referencia a una especie botánica, a una parte de la anatomía humana o a un elemento químico condujo al científico a adoptar un sistema denominativo al margen de las lenguas naturales. Era en este sistema donde ellos encontraban la precisión rigurosa que exigía la ciencia.

La segunda mitad del siglo XIX y la primera del XX fue el momento estelar de la técnica. Con la revolución industrial los nuevos artefactos de la técnica se multiplicaron extraordinariamente y se expandieron más allá de las fronteras de cada comunidad lingüística. Se estaba anunciando lo que sucedería un siglo más tarde. La expansión de la técnica supuso además la diversificación de los agentes que intervenían en su proceso de transmisión.

Pero en la comunicación técnica, a diferencia de la homogeneidad existente en la comunidad científica, participaban diferentes colectivos profesionales, cada uno con sus objetivos específicos. En el largo proceso que va desde la invención de un producto técnico hasta su comercialización y consumo aparecen implicados un número importante de colectivos: inventores, diseñadores, publicistas, comerciales, intermediarios,

consumidores, etc. Cada colectivo, con funciones específicas, tiene conocimientos distintos sobre el producto técnico en cuestión, tanto por su grado de competencia en la materia como por la priorización de unos aspectos del tema sobre otros. Así pues, la posibilidad de adoptar un lenguaje creado al margen de las lenguas para representar y transferir los conocimientos técnicos quedaba fuera de sus posibilidades. La terminología escapaba a su control. Frente a la decisión de los científicos de asegurar la precisión comunicativa mediante la acuñación de nombres científicos creados expresamente para superar las diferencias lingüísticas, los técnicos no podían monopolizar el proceso de transmisión de su temática y, por lo tanto, no podían controlar la terminología utilizada. Para paliar este desajuste surge en el ámbito de la ingeniería una nueva propuesta: la normalización terminológica. Se trata de fijar en cada lengua una denominación única para la comunicación especializada sobre el tema. A diferencia de las nomenclaturas científicas, acuñadas sobre la base del latín, la terminología normalizada requiere un proceso de discusión y fijación de una forma denominativa en cada lengua.

Desde estas primeras iniciativas «terminológicas» hasta nuestros días la terminología ha sufrido cambios importantes.

En primer lugar, se ha pasado de una concepción asociada estrictamente a la ciencia y la técnica a la aceptación de que poseen terminología «propia» todos los campos que requieren una comunicación precisa y eficaz.

En segundo lugar se ha ampliado la tipología de los campos de trabajo terminológico. Inicialmente se consideraba que sólo los ámbitos científico-técnicos eran objeto de la terminología y que las unidades que manejaban el resto de campos no eran términos sino palabras del léxico común. Actualmente se acepta que todos los ámbitos de actividad poseen y manejan términos, si por término se entiende la unidad léxica que, en el contexto de dicho ámbito profesional, sirve para denominar específicamente las unidades de conocimiento, o conceptos, que constituyen el contenido de dicho campo. Con esta apertura sobre los contenidos, han pasado a ser ámbitos de especialidad todas las actividades económicas, comerciales, agrícolas, artesanales, deportivas o culturales.

La concepción restrictiva inicial, impuesta a la terminología por determinados planteamientos teóricos, negaba el carácter de «término» de las unidades propias de campos híbridos en los que los saberes y las prácticas se entremezclan constituyendo dominios de actividad peculiares con un objeto nuclear, aunque no constituyan por sí mismos una disciplina en el sentido tradicional. Así, podemos hablar hoy con total propiedad de la terminología de la piedra, de la cerámica, de la moda, de la piel o del aceite de oliva, campos de los que se ha tratado en este encuentro llevado a cabo en la histórica ciudad de Baeza. Y las personas que se mueven profesionalmente en cada uno de estos campos se consideran expertos, en la misma medida en que lo son, en sus respectivos campos, los zoólogos, los botánicos o los médicos.

Si hacemos caso de la definición de la palabra «experto» del diccionario y tomamos su sentido literal de «persona entendida o hábil en la actividad que le es propia», podemos decir con propiedad que existen expertos más allá de los ámbitos científico-técnicos y que en la comunicación experta siempre se usan denominaciones precisas; tan precisas como las de la ciencia o la técnica y a veces tan desconocidas para los no expertos como los términos de cualquier materia científica.

No podemos pues restringir la terminología a los campos en los que tradicionalmente la han situado la mayoría de especialistas, si aceptamos que son términos todas

las denominaciones precisas (en cuanto al conocimiento que expresan) propias de la comunicación entre expertos de un ámbito definido (aunque puedan formar parte del discurso de divulgación destinado a legos) y relativas a un ámbito de conocimiento y actividad relacionado con lo profesional. Los términos, en la nueva concepción de la terminología, se definen propiamente como aquellas unidades del léxico de las lenguas que, en un contexto temático y pragmático-discursivo determinado, activan un sentido preciso y delimitado nítidamente de otras unidades similares del mismo campo o de campos distintos. Con esta definición se recupera para los términos su condición de «lenguaje natural» separándolos de las nomenclaturas, que se han acuñado artificiosamente.

Todas las actividades especializadas, y las relacionadas con lo profesional forman parte de ellas, disponen de terminología, porque no es la temática de un dominio lo que determina que las unidades que se usan en él sean o no términos, sino las características lingüísticas de dichas unidades.

Estas características podemos agruparlas en tres apartados: características lingüísticas, características cognitivas y características pragmáticas.

Un término debe cumplir la condición lingüística de ser una unidad del léxico de una lengua natural. No son términos por lo tanto las unidades sintagmáticas como *fiebre alta*, a no ser que estén lexicalizadas como *fiebre amarilla* en medicina. No son términos las unidades inferiores al léxico como los morfemas, aunque puedan tener significado especializado, como por ejemplo la unidad morfológica *-itis* con el sentido de «inflamación» en medicina. Tampoco son términos las estructuras sintácticas como *derogar una ley* en derecho, porque no es una unidad denominativa sino enunciativa.

Las condiciones cognitivas requeridas para ser un término relacionan dos planos al mismo tiempo: el plano de la cognición, por cuanto un término representa una unidad de conocimiento, también denominada concepto, en un ámbito de conocimiento o actividad expertos, y el plano del lenguaje, por cuanto este concepto aparece asociado en forma de sentido a una unidad formal denominativa de carácter lingüístico.

Finalmente, las condiciones pragmáticas requeridas por las unidades del léxico para ser consideradas términos, se refieren a dos aspectos: por un lado, al hecho de ser utilizadas en sectores de conocimiento y actividad reconocidos social y profesionalmente y en los que se localizan individuos expertos que manejan con precisión las unidades del ámbito de comunicación; por otro lado, al hecho de manejar estas unidades con una función básicamente informativa y comunicativa y utilizarlas en registros fundamentalmente formales, dejando margen a un cierto grado de variación según el propósito comunicativo, los destinatarios o el canal de comunicación.

El trabajo terminológico práctico consiste en la recopilación, análisis e ilustración de los términos de un determinado ámbito de especialidad. Esta recopilación suele presentarse en forma de glosario u ofrecerse como base de datos informatizada. El proceso y la metodología del trabajo terminológico canónico están hoy en día perfectamente establecidos. En todo proyecto se trata de seguir cuatro fases ineludibles:

- a) la definición del proyecto, que comprende la elección y delimitación del tema, el diseño del vocabulario de acuerdo con las necesidades que pretende cubrir y la caracterización de sus destinatarios.
- b) La preparación del trabajo, que incluye tres actividades:
 - i) la primera, relativa a la adquisición de información y la creación de una base de documentos para que los terminógrafos puedan satisfacer las tres

- necesidades básicas de todo proyecto: adquirir conocimiento sobre el tema y confeccionar la estructura conceptual del ámbito que el glosario pretende cubrir; adquirir y seleccionar la documentación pertinente para crear el corpus de vaciado del que se extraerán los términos y sus contextos; y adquirir documentación y referencias de consulta para completar o confirmar la información de cada término (equivalentes en otras lenguas, definiciones, usos prototípicos, remisiones, etc.);
- ii) la segunda, el diseño de la base de datos de acuerdo con la descripción del glosario decidida en la fase a); y
 - iii) la tercera, la redacción y periodización del plan a seguir.
- c) La elaboración de la base de datos, que comprende también tres actividades:
- i) la creación del corpus a partir de la selección de los documentos extraídos en la fase b);
 - ii) la exploración del corpus y la extracción de los términos;
 - iii) la confección de los registros terminológicos en la base de datos diseñada, con la incorporación de informaciones nuevas (equivalentes, definición, remisiones, notas de uso, etc.) y de información arrastrada desde el corpus (contextos, fórmulas de ayuda a la definición, variantes, etc.);
- d) La edición del proyecto, que comprende:
- i) la supervisión y compleción de todos los registros y
 - ii) la selección del formato de edición y del soporte más adecuado.

En los ámbitos especializados de larga tradición escrita este proceso se considera el más adecuado para llevar a cabo un proyecto de terminología, ya que mediante una buena documentación se asegura que los términos son realmente utilizados en el ámbito y que sus contextos son muestra del uso real, y con la selección de las informaciones de cada registro se asegura el principio de adecuación que todo proyecto debe cumplir: ser útil a los usuarios a quienes va destinado el proyecto y resultar eficiente para resolver sus necesidades terminológicas en relación al ámbito.

En los proyectos sobre temas de tradición escrita el proceso que acabamos de describir puede seguirse con relativa facilidad. Existen además en el mercado sistemas de gestión automática de corpus y terminología que permiten elaborar estructuralmente el proyecto a partir de la facilitación automática o semiautomática de todas y cada una de sus fases.

Caso distinto es el de la elaboración de proyectos sobre temas que no disponen de documentación escrita, para los que la transmisión oral del conocimiento experto se ha producido exclusivamente a través del canal oral. En estos casos, la utilización de tecnología que facilite el proceso de trabajo es mucho menos evidente. Los proyectos terminológicos sobre oficios o profesiones artesanales son una muestra clara de esta dificultad. En efecto, no es una tarea simple la confección de la estructura conceptual del ámbito si no la realiza un experto en el tema, ya que, al no disponer de documentación escrita, sólo a través de la observación participante y de encuestas orales podemos acceder al conocimiento sobre el tema. Más difícil aun es la tarea si se trata de temas que representan oficios extinguidos o en fases de extinción, ya que dispondremos de pocos informantes y deberemos rehacer a partir de su discurso cómo se estructura conceptualmente cada tema. La fase correspondiente a la creación y exploración del corpus, al no existir documentación escrita, hay que sustituirla por la adquisición de

información terminológica a través de encuestas orales, encuestas que se asemejan a las etnográficas por cuanto intentan reconstruir el conocimiento cultural, conceptual y lingüístico sobre el tema.

La terminología pues, en tanto que disciplina centrada en el estudio de las unidades terminológicas en su interrelación cognitiva, lingüística y discursiva, se ocupa de las unidades que denominan en cada lengua los conceptos de especialidad, tanto si se trata de conceptos que componen materias de gran innovación y fuertemente internacionalizadas, como si representan campos de actividad de tradición oral y alcance muy localizado. También en estos casos es legítimo considerar términos a las unidades que usan los expertos artesanos para representar y transmitir su conocimiento.

M. TERESA CABRÉ

*Institut Universitari de Lingüística Aplicada
Universitat Pompeu Fabra (Barcelona)*

colección:

INTERLINGUA

135

Dirigida por:

Emilio Ortega Arjonilla y Pedro San Ginés Aguilar

BREVE SINOPSIS

En los últimos años, las universidades han apostado decididamente desde la lingüística por el relanzamiento de la terminología tanto en innovación docente como en investigación aplicada. Sin duda la terminología constituye uno de los ámbitos de investigación de mayor repercusión e impacto social desde el punto de vista de la transferencia de resultados de investigación al mundo industrial, tecnológico y empresarial. Este volumen muestra el recorrido de la investigación terminológica (de lo teórico a lo aplicado) llevado a cabo por los investigadores que participaron en el «Encuentro internacional sobre terminología y comunicación científica y social», que tuvo lugar en la sede de Baeza de la Universidad Internacional de Andalucía en el marco del proyecto «Olivaterm». La idea del encuentro fue reunir a investigadores que han desarrollado trabajos en los que la investigación lingüística está aplicada a la comunicación social y a la transferencia de conocimiento especializado, mediante la elaboración de herramientas para la promoción de productos que desempeñan un importante papel en el desarrollo económico y cultural de determinados territorios. En él se trataron aspectos teóricos y metodológicos del trabajo en terminología y se presentaron proyectos terminológicos desarrollados en torno a diferentes productos. El objetivo común de todas esas investigaciones es mejorar la comunicación entre los distintos colectivos implicados en el proceso de elaboración, comercialización y consumo de productos estratégicos. Con este libro iniciamos la tarea de dar a conocer algunas de las últimas aportaciones de la investigación lingüística aplicada a la comunicación científica y social. Esperamos poder avanzar en esa dirección en futuras publicaciones.



COMARES
editorial



ISBN 978-84-9045-212-7



9 788490 452127