

Sebastião Camelo da Silva Filho Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa (CLUNL)

1. Terminólogo : um especialista multidisciplinar

Iniciamos o nosso estudo refletindo sobre o terminólogo como um profissional que apresenta um perfil que deve ser repensado tendo em conta a sua atuação no mercado de trabalho. O terminólogo é um especialista com capacidade de tomar decisões firmadas em teorias que possam sustentar uma metodologia que atenda ao propósito do trabalho terminológico. Atentamos para o fato de que um terminólogo pode vir a ser um especialista procedente de qualquer área (Linguística, Inteligência Artificial, Tradução, Ciências da Informação). Desse modo, um especialista oriundo de distintas áreas de especialidade apresenta conhecimentos específicos de sua área de formação. Para melhor elucidar essa questão, lembramos Cabré. Em sua definição a autora aponta que o terminólogo pode ser um especialista que desempenha tarefas distintas e que é proveniente de variados domínios. "(...) un terminólogo puede ser el investigador que trabaja sobre la disciplina, o el lingüista o el especialista que elabora diccionarios o realiza trabajos puntuales ; un terminólogo puede ser el agente cultural o lingüístico dedicado a la implantación de la terminología en un ámbito determinado de actuación." (Cabré, 2000:20-21)

A Terminologia é uma área que estabelece interface com outras áreas do conhecimento (Inteligência Artificial, Tradução, Ciências da Informação). Diante dessa interface surgiram novas teorias terminológicas e metodologias que

impulsionaram o estudo do conceito e do termo.

Contudo, sem desmerecer a importância das áreas acima mencionadas para os estudos de Terminologia, lembramos que é através da interface com a Linguística, embasadas pelas teorias de disciplinas como a semântica, a morfologia, a pragmática, as teorias da linguagem, dentre outras, que a Terminologia passou a ter uma nova abordagem diante do estudo do conceito e do termo.

A grosso modo e nesse contexto, o terminólogo é um especialista que analisa e descreve a relação conceito-termo.

A esse respeito, lembramos Krieger (2007). A autora considera o terminólogo como um profissional, independente de ter recebido uma formação em Terminologia, mas que trabalha com termos com uma finalidade específica, a veiculação dessa unidade lexical especializada. Conforme a autora o “terminólogo não é obrigatoriamente um especialista, ou seja, alguém que teve a oportunidade de receber uma formação específica em Terminologia, cursos raros em todas as latitudes. Dessa forma, o “nosso terminólogo” corresponde a um profissional que lida com termos técnicos de diferentes formas e com finalidades pragmáticas distintas.” (Krieger, 2007:157)

Todavia na prática, o conceito de terminólogo deve ser repensado, tendo em conta que a evolução do perfil desse profissional ocorre em função de variados fatores – tipos de formação, formação de especialistas provenientes de distintas áreas, tarefas desempenhadas pelos terminólogos, a relação e/ou integração do terminólogo na mercado de trabalho, dentre outros.

Considerando esses fatores, o terminólogo deve ser um especialista interdisciplinar capacitado para desempenhar um trabalho que possa aliar diferentes metodologias de pesquisa em distintos domínios de especialidade. Contudo, a sensibilidade e intuição é uma das características que o terminólogo deve possuir para saber quando está diante de um termo.

2. Reflexões do perfil do terminólogo diante do mercado de trabalho

Atualmente o perfil do terminólogo deve ter em consideração muito mais do que o conhecimento de teorias e de metodologias de análise e de descrição do termo e do conceito. Conhecer o mercado de trabalho, o seu funcionamento, as suas necessidades, as suas exigências são requisitos fundamentais para que este profissional possa desempenhar a sua tarefa com rigor, objetividade e competência. Acrescentamos ainda que, como forma de aprendizado o estágio numa dada instituição, privada ou estatal, pode ser um diferencial na carreira de um terminólogo.

É sabido que, cada instituição tem um método de trabalho e de organização distintos, todavia, não impede o terminólogo de ter um conhecimento acerca do mundo em que vai ingressar. Da mesma maneira, as teorias da Terminologia que podem servir de base para a sustentação de distintas metodologias podem variar dependendo do objetivo de trabalho que o terminólogo vai realizar. Diante desse panorama, refletiremos o terminólogo como um profissional que desempenha suas tarefas nas organizações privadas. O desempenho do trabalho de um terminólogo tanto na empresa quanto na indústria está intimamente ligado, entre outros motivos, à necessidade da sistematização e da gestão da informação. Nesses setores, a utilização de uma comunicação clara, objetiva e eficaz implica numa empresa mais

competitiva capaz de realizar boas vendas, oferecer no mercado produtos de qualidade que possam satisfazer às necessidades do consumidor e apresentar um marketing aliciente capaz de conquistar novos consumidores.

As organizações precisam estar preparadas para competir. Assim, o lançamento ou a inovação de um produto, a melhoria de um serviço e até mesmo o conhecimento das necessidades do consumidor são fatores que fazem a diferença no quesito competitividade. A indústria e o comércio fazem novas exigências no que diz respeito tanto ao conteúdo terminológico, quanto às características e aos métodos de apresentação das informações e de sua utilização. Desse modo, ainda que em número reduzido, encontram-se “organizações que estão se apercebendo da importância da padronização de sua linguagem interna e externa, e seu valor como estratégia de competitividade para o mundo dos negócios nos atuais tempos de globalização.” (Krieger, 2008)

De acordo com a citação da autora, destacamos dois pontos que merecem atenção : a “padronização da linguagem interna e externa” e a “globalização”.

Sem dúvida, a padronização da informação permitirá a uma dada organização uma posição relevante no mercado. Através de uma padronização interna e externa da linguagem, a empresa encontra-se uniforme e mais forte, partindo do pressuposto que todos os setores podem se articular uns com os outros utilizando uma mesma terminologia.

Por sua vez, a globalização apresenta um conceito amplo. Para este estudo, adotamos a definição apresentada por Lima e Coutinho (2005). Segundo os autores, “Geralmente a globalização se refere a processos econômicos como a

expansão extraordinária dos fluxos internacionais de bens, serviços e capitais, da concorrência nos mercados, da integração entre sistemas econômicos nacionais e da produção em escala mundial.” (2005:2)

Assim, a padronização da linguagem é o meio pelo qual uma dada organização almeja uma cooperação, ou ainda, assumir parcerias comerciais e até competir com outras organizações num patamar de igualdade. Por fim, essa padronização concede à empresa uma posição no mundo globalizado.

3. O papel do terminólogo frente às necessidades do mercado de trabalho

A língua é uma poderosa entidade que veicula tanto os aspectos sócio-culturais quanto os aspectos econômicos. Nesse sentido, lembramos Lino (2000). Segundo a autora, a língua passou de um “fenômeno puramente cultural para se tornar num poderoso agente económico com um lugar importante na actividade económica e industrial.” (Lino, 2000) Diante desse panorama, a Terminologia aliada às novas tecnologias apresenta uma dinâmica no estudo do termo e do conceito. O desenvolvimento de softwares permite uma maior rapidez, objetividade, clareza e economia de tempo na extração de termos. Mas, apesar de todo o avanço alcançado em relação à extração de informações, salientamos a necessidade de reavaliação das teorias e das metodologias para o tratamento automático da língua tendo em conta a complexidade que é descrever distintas línguas a nível sócio-cultural.

Um exemplo prático ocorre nas empresas. Essas instituições trabalham com grandes quantidades de informações oriundas de várias línguas. Essas informações quando não sistematizadas geram um grande caos para a instituição.

Diante desse desafio, encontra-se o terminólogo, como um especialista que deve ser polivalente, ou seja, um profissional versátil que possa desempenhar várias atividades ligada ao tratamento da informação ; ser inovador, isto é, deve estar atento às mudanças e às evoluções que dizem respeito à informação da organização, com o objetivo de desenvolver metodologias para identificar e para sistematizar tais evoluções ; ser visionário, ou seja, ter sensibilidade diante das necessidades das organizações em relação à disponibilização da informação, assim deve antecipar as respostas antes que as necessidades possam surgir.

A necessidade das atividades do terminólogo por parte das empresas está intimamente ligada : ao seu vasto conhecimento, às variadas e distintas práticas terminológicas que esse profissional pode aplicar em seu trabalho e à sua formação. “ L’inventaire non exhaustif que nous venons de dresser aura permis de montrer la variété des tâches et des activités du terminologue. Cette diversité sous-entend que ce dernier possède a là fois une vaste culture générale et des connaissances spécialisées approfondies, doublées de la pratique d’une ou de plusieurs langues étrangères sans oublier, bien entendu, une formation théorique en linguistique générale, lexicologie et terminologie ainsi qu’une initiation aux techniques documentaires.” (Ozman, 1990 :763)O terminólogo cria uma rede de relações entre todos os setores, ou seja, é um especialista que estabelece um elo de ligação entre todos os funcionários (diretores, chefes de departamentos e outros funcionários) da empresa através da unificação da comunicação. Em suma, esse especialista deve conhecer o mecanismo de funcionamento de uma instituição, com o objetivo de sistematizar, gerir e difundir as informações de toda a empresa, para que essas possam ser disponibilizadas àqueles que atuam nos variados setores das organizações possibilitando um intercâmbio de informações objetivo e rápido.

A organização, a sistematização e a disponibilização das informações dos produtos através de base de dados, de fichas terminológicas, e de glossários beneficia aos distintos departamentos de uma determinada empresa uma pesquisa de conteúdo sobre um dado produto. Como por exemplo, setores de Marketing e Publicidade, de Compra e Venda, de Produção podem acessar as informações de um produto tendo em conta os seus objetivos.

Vale lembrar que na indústria e no comércio a tomada de decisão em relação a implantação de uma terminologia é de ordem econômica. Cabe ao terminólogo convencer aos setores responsáveis pelo capital da empresa que a terminologia apresentada poderá trazer retorno financeiro à instituição e a colocará num patamar de competição. (cf. Warburt, 2007 :1)

Assim, uma terminologia elaborada para a indústria e para o comércio e tendo por metodologia a identificação e descrição das relações entre termos e conceitos implicará em informações transparentes acerca de seus produtos e serviços proporcionando uma padronização e desfazendo qualquer tipo de ambiguidade. Nas palavras de Leal, “o acesso a termos bem definidos para todas as relações de interlocução empresariais comporta vantagens decisivas para o aumento da competitividade das indústrias. Definições bem estabelecidas permitem evitar interpretações dúbias, erros e contradições.” (1998:31)Tendo em conta esse panorama, passaremos às considerações finais.

4. Conclusão

A título de conclusão, no contexto empresarial, a disponibilização das informações de maneira clara e objetiva, diante da instabilidade da economia, da evolução dos produtos, da inovação tecnológica é um desafio que o terminólogo deve saber superar. Desse modo, chamamos a atenção para a necessidade de reflexão sobre

as competências do terminólogo com o objetivo de melhor atender aos propósitos de uma comunicação precisa e para que este profissional esteja apto a ingressar no mercado de trabalho.

5. Bibliografia

BERTACCINI, Franco et MATTEUCCI, Alessandra, (2005) L'approche variationniste à la pratique terminologique d'entreprise, *Meta*, vol. 50, n° 4, disponível em <http://id.erudit.org/iderudit/019910ar>, consultado em 06-04-2010

CABRÉ, Maria Teresa, (1996), Terminología y formación, *La Terminología en España*, número especial 1996, *Terminometro*, União Latina, p.52-55.

CABRÉ, Maria Teresa, (2000), La enseñanza de la Terminología en España : problemas y propuestas, *Hermēneus. Revista de Traducción e Interpretacion*, n° 2 - Año 2000, p. 1-39, disponível em <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199725>, consultado em 05-05-2010

KRIEGER, Maria da Graça, (2007) A identidade da Terminologia e o perfil do terminólogo, *Revista Trama (Cascavel)*, v. 2, p. 155-164.

KRIEGER, Maria da Graça, (2008), O perfil do terminólogo no contexto da Riterm : entre o mercado de trabalho, a investigação e a formação, *Debate Terminológico*, v. 4, p. 6-10.

LEAL, Joice Joppert, (1998), Terminologia na Indústria, Terminologia no Brasil, número especial nº 3, Terminometro, União Latina, p.31-32.

LIMA, Maria Regina Soares e COUTINHO, Marcelo Vasconcelos, (2005), “Globalização, Regionalização e América do Sul”, Análise de Conjuntura OPISA, Rio de Janeiro, nº 6, p. 1-10, maio 2005. Disponível em :http://observatorio.iuperj.br/artigos_resenhas/Globalizacao_Regionalizacao_e_America_do_Sul.pdf., consultado em 09-05-2010

LINO, Teresa, (2000), Terminologia e industrias das línguas, VII Simpósio Ibero-Americano de Terminologia, Terminologia e Indústrias da Língua, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, p.25-39

LORENTE, Mercè, (1996), La formación de terminólogos en España, número especial 1996, Terminometro, União Latina, p.55-58.

OTMAN, Gabriel, (1990), Quelques aspects du métier de terminologue, Meta, vol. 35, nº 4, 1990, p. 759-768., disponível em <http://id.erudit.org/iderudit/003771ar>, consultado em 02-05-2010

SANTOS, João Gomes dos, (1990), Formação profissional :tecnologia, terminologia e documentação, Atas RITerm, disponível em http://www.riterm.net/actes/2simposio/dos_santos.htm, consultado em 08-04-2010

(de) Vecchi, D. (2007b). « Terminologie et sciences de gestion. Le cas des

entreprises : vers une pragmatéterminologie ». In Colloque international : terminologie approches transdisciplinaire, Gatineau, disponível em www.uqo.ca/terminologie2007/documents/deVecchi.pdf., consultado em 31-03-2010

WARBURTON, Kara, (2007), Le Terminologie d'entreprise, disponível em http://www.uqo.ca/terminologie2007/documents/Warburton_terminologie.pdf, consultado em 31-03-2010