

# terminàlia

REVISTA SEMESTRAL  
NÚM. 29 · JUNY 2024  
ISSN: 2013-6692 (impresa);  
2013-6706 (electrònica)

**f. BOT** Gènere de plantes arbòries o arbustives erectes de la família de les combretàcies, de flors petites i en general verdes o blanques, que comprèn unes 225 espècies pròpies de regions tropicals. Se n'utilitza la fusta, i també serveix com a planta ornamental i és font de tanins.

**f. pl. MIT** Festes en honor del déu de la mitologia clàssica romana Tèrminus, déu protector dels límits dels camps i de les fronteres. Els pagesos les celebraven anualment el 23 de febrer.

**f. SCATERM** Revista de la Societat Catalana de Terminologia.

**scat**  
SOCIETAT CATALANA DE TERMINOLOGIA  
Plaça de l'Indústria 8, 08002 Barcelona







## La Societat Catalana de Terminologia, punt de trobada de la terminologia catalana

La Societat Catalana de Terminologia (SCATERM) és hereva de l'Associació Catalana de Terminologia (ACATERM, fundada l'any 2002) i va esdevenir filial de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC) l'any 2008. Com a societat filial de l'IEC, la SCATERM treballa per ser un punt de referència en l'àmbit terminològic i té per finalitat difondre i promoure l'activitat terminològica en català, sobretot en els àmbits científics i tècnics. Així mateix, la SCATERM constitueix un lloc de trobada per a l'intercanvi d'informació i de coneixements entre totes les persones i organitzacions vinculades d'una manera o altra amb la terminologia.

### Feu-vos-en socis!

La SCATERM us convida a participar activament en la cooperació i la difusió del treball terminològic. Com a socis, us animem a aportar idees, proposar activitats, presentar ponències en les jornades i seminaris, i col·laborar amb la revista TERMINÀLIA, trametent articles o propostes per a la secció «Espai de trobada».

Els socis de la SCATERM poden gaudir d'aquests avantatges:

- Descompte d'un 50 % en les publicacions de l'IEC.
- Accés a la Biblioteca de Catalunya i a les biblioteques de les universitats de Catalunya.
- Cada soci col·lectiu pot designar quatre representants que gaudiran dels avantatges anteriors, que són aplicables individualment.

Existeixen tres tipus de quotes anuals: per a socis individuals, per a socis col·lectius i per a socis júnior (amb una quota reduïda). Si voleu més informació, visiteu <https://scaterm.iec.cat>, on trobareu les quotes actualitzades i la butlleta d'alta.



## SUMARI

### EDITORIAL

**Aquest número** 5

### ARTICLES

Marta Sabater Berenguer  
**Eduard Fontserè i l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català: rigor terminològic, interès lingüístic i base dialectal** 7

Carles Riera i Fonts  
**Noms dels fàrmacs que inclouen denominació del laboratori: els genèrics i els de marca (o comercials)** 13

Huimin Sun  
**La expansión del *naming*, objeto de la terminología** 22

### ENTREVISTA

**TERMINÀLIA parla amb...**  
**Màrius Serra, escriptor, comunicador i membre de la Secció Filològica de l'IEC** 34

### DOSSIER: El vocabulari de jocs i joguines

Oriol Comas i Coma  
**El joc és cultura. Les apostes ho són?** 39

Anna Joan Casademont i Ciro Llueca Fonollosa  
**Documentar-se sobre els joguets: un joc apassionant** 46

Servei de Documentació del TERMCAT  
**Jocs i joguines. Bibliografia terminològica en català** 53

## ESPAI DE TROBADA

**Crònica del 41è Congrés Internacional d'AESLA (AESLA 2024)** 55  
Ana Albalat Mascarell

**Crònica del Congrés «Linguistic Diversity in Professional Settings: Needs, Policies and Practices»** 58  
Johannes Schnitzer

**Crònica de la XXI Jornada de la SCATERM «La implantació i la difusió de la terminologia en llengua catalana. Laboratori d'idees»** 60  
Ester Bonet

## SEMBLANÇA: Joan Amades i Gelats (Barcelona, 1890-1959)

**Joc de sort, per uns res i per altres tot** 64  
Antoni Serés Aguilar

TERMINÀLIA  
Número 29 (2024)

IMATGE PORTADA:  
Scooter espacial. Juguets EGE, Ibi, País Valencià, 1977. Museu del Juguè de Catalunya/Figueres [MJC/F 102695].  
Foto: Jordi Puig

DIRECTORA:  
M. Teresa Cabré Castellví (UPF, IEC)  
EDITORA EN CAP:  
Mercè Lorente Casafont (UPF, IEC)  
CONSELL DE REDACCIÓ:  
Ester Bonet Solé (SCATERM), Marisa Carrió Pastor (Universitat Politècnica de València), Àngels Egea Puigventós (Universitat de Barcelona), Xavier Fargas i Valero (TERMCAT), Sabela Fernández-Silva (UNED, PUCV), Anna Joan Casademont (Université TÉLUQ, Québec, Canadà), Albert Morales Moreno (Universitat Oberta de Catalunya), Pilar Sánchez-Gijón (Universitat Autònoma de Barcelona), Laura Santamaria Guinot (Universitat Autònoma de Barcelona), Johannes Schnitzer (Wirtschaftsuniversität Wien, Àustria), Mercedes Suárez de la Torre (Universidad Autónoma de Manizales, Colòmbia)

CONSELL ASSESSOR: Gerhard Budin (Univ. de Viena), Tina Célestin (OQLF), Guiomar Ciapuscio (UBA), Maria Corominas i Piulats (UAB, IEC), Loïc Depecker (Univ. de París I), Pamela Faber (UGR), Joan Martí Castell (URV, IEC)

CONSELL CIENTÍFIC: Andreina Adelstein, Ieda Alves, Jordi Bover, Margarita Correia, Maria Josep Cuenca, Patrick Drouin, Joaquín García Palacios, Christophe Gerard, Xosé Maria Gómez Clemente, Gloria Guerrero Ramos, Mar Massanell Mesalles, Fernando Prieto Ramos, Gabriel Quiroz Herrera, Antoni Roca Rosell, Micaela Rossi, Gerardo Sierra Martínez, Joan Vallès Xirau, Lieve Vangehuchten, Carmen Varo Varo, Igone Zabala.

CAPçalera de la revista: Jesús Carrasco  
DISSENY I MAQUETACIÓ: Esteva&Estêvão  
IMPRESSIÓ: La Gran Impressió

EN AQUEST NÚMERO HAN COL·LABORAT:  
Ana Albalat-Mascarell, Ester Bonet, Oriol Comas Coma, Àngels Egea, Anna Joan Casademont, Ciro Llueca, Albert Morales, Víctor Pàmies, Carles Riera i Fonts, Marta Sabater Berenguer, Laura Santamaria Guinot, Antoni Serés Aguilar, Màrius Serra, Johannes Schnitzer, Huimin Sun, Mariona Torra.

SOCIETAT CATALANA DE TERMINOLOGIA  
<https://scaterm.llocs.iec.cat>  
Presidenta: Ester Bonet  
Vicepresidenta: Rosa Estopà  
Tresorer: Francesc Galera  
Secretària: Laia Vidal  
Vocals: Joan Puigmalet i Imma Sas  
Delegada de l'IEC: Mercè Lorente

A la plataforma de la revista podeu consultar les polítiques editorials actualitzades (<https://revistes.iec.cat/index.php/Terminalia/index>).  
També trobareu totes les indicacions per a les noves trameses: <https://revistes.iec.cat/index.php/Terminalia/about/submissions>



Llicència completa:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>

Les revistes de l'IEC allotjades a l'Hemeroteca Científica Catalana utilitzen com a descriptors les quinze propietats recomanades al Dublin Core Metadata Element Set, versió reduïda de la norma ISO 15836 (2009).

Revista TERMINÀLIA  
Societat Catalana de Terminologia  
Carrer del Carme, 47 · 08001 Barcelona  
Telèfon: 935 529 104  
Adreça electrònica: [terminalia@correu.iec.cat](mailto:terminalia@correu.iec.cat)

ISSN: 2013-6692 (edició impresa);  
2013-6706 (edició electrònica)  
Dipòsit legal: B-44926-2009  
Any d'inici de la revista: 2009

Aquesta revista és accessible en línia des de:  
<https://revistes.iec.cat/>, <https://terminalia.iec.cat>,  
<https://issuu.com/institut-destudis-catalans>

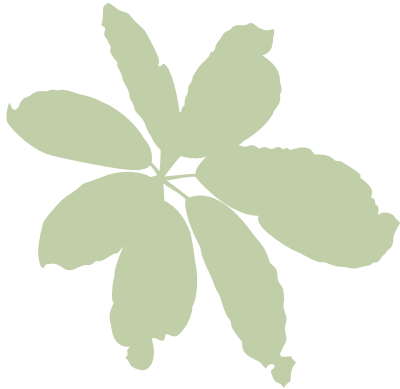
Revista indexada a: CARHUS Plus+, CIRC, CiteFactor, DIALNET, DICE, DOAJ, Dulcinea, EBSCO, ERIH PLUS, Google Acadèmic, Hispana, IEC, ISOC, JournalTOCS, Latindex, MIAR, MLA, RACO, REDIB, RESH, RETI, SHERPA RoMEO, TIB.eu, TRACES, Ulrich's PDDb, WorldCat.

El codi ètic de la revista TERMINÀLIA inclou les recomanacions de la darrera revisió (març de 2011) del Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors del Committee on Publication Ethics (COPE) <https://publicationethics.org> i les impulsades des de l'Institut d'Estudis Catalans, institució editora de la revista.

Amb la col·laboració de:



# Aquest número



**H**a arribat la primavera, amb algunes pluges benvingudes, i ens plau presentar-vos el número 29 de la revista *Terminàlia*.

Aquest número conté un dossier monogràfic sectorial sobre el tema «El vocabulari de jocs i joguines», amb un article d'Oriol Comas, filòleg i especialista en jocs; un segon article sobre la documentació del Museu del Joguet de Catalunya, a càrrec d'Anna Joan, de la Université TÉLUQ (Quebec, Canadà) i de Ciro Lluca, de la Universitat Oberta de Catalunya, i un recull bibliogràfic de recursos terminogràfics sobre el tema, a càrrec del Servei de Documentació del TERMCAT. A la secció «Entrevista», n'hem parlat també amb Màrius Serra, comunicador i membre de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans. Juganers de mena, els autors d'aquest monogràfic se'ns presenten amb uns records fotogràfics de quan eren petits.

Sense allunyar-nos gaire del tema, hem volgut que la «Semblança» d'aquest número es referís a la figura i l'obra de Joan Amades (1890-1959), el reconegut etnòleg i folklorista, autor del *Costumari català* (1950-1956). Se n'ha ocupat Antoni Serés, membre de l'Associació Cultural Joan Amades.

A la secció «Articles» trobareu tres textos avaluats externament mitjançant revisió doble i cega: el primer, en llengua catalana, sobre l'obra pionera en terminologia del meteoròleg Eduard Fontserè, a càrrec de Marta Sabater, del TERMCAT; el segon, també en català, sobre la formació de denominacions de fàrmacs, tant genèrics com de marca comercial, a càrrec de Carles Riera, de la Universitat Ramon Llull, i un tercer article, en castellà, de Huimin Sun, de la Universitat Pompeu Fabra, derivat de la seva tesi doctoral en curs, sobre el nou concepte «expansió del naming» com a objecte de la terminologia, amb exemples extrets de l'àmbit de la dermocosmètica en castellà i en xinès.

A l'«Espai de trobada» d'aquest semestre, hi trobareu sengles cròniques de tres activitats celebrades en els darrers dos mesos. La primera recull la informació del 41è Congrés Internacional de l'Associació Espanyola de Lingüística Aplicada (AESLA), celebrat a la Universitat Politècnica de València, del 17 al 19 d'abril de 2024, amb un text signat per Ana Albalat-Mascarell. La segona, a

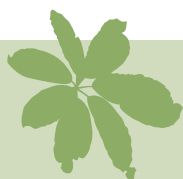


càrrec de Johannes Schnitzer, correspon al congrés «Linguistic Diversity in Professional Settings: Needs, Policies and Practices» («La diversitat lingüística en contextos professionals: necessitats, polítiques i pràctiques»), celebrat els dies 2 i 3 de maig de 2024 i organitzat pel Departament de Comunicació Econòmica de la Universitat de Ciències Econòmiques i Empresariales de Viena (Àustria). I l'última informa de la XXI Jornada de la Societat Catalana de Terminologia (SCATERM), «La implantació i la difusió de la terminologia en llengua

catalana. Laboratori d'idees», celebrada el dia 23 de maig de 2024 a la Universitat de Barcelona, redactada per Ester Bonet.

Desitgem que us agradi tant com a nosaltres quan l'hem preparada. Animeu-vos a enviar-nos propostes d'articles o a fer-nos suggeriments. Fem créixer *Terminàlia*!

## EL CONSELL DE REDACCIÓ



### TERMINÀLIA

és la revista de la Societat Catalana de Terminologia, SCATERM, filial de l'Institut d'Estudis Catalans. Té una periodicitat semestral i es publica en suport electrònic.

Són ben reconegudes arreu les activitats terminològiques catalanes (en formació, en recerca, en normalització, en producció de recursos). *TERMINÀLIA* és, doncs, una publicació catalana amb una clara voluntat de projecció exterior; per aquest motiu, les llengües de la revista són el català i l'anglès. A la secció «Articles» s'admeten també originals en castellà i en francès. A la resta de seccions, quan hi ha contribucions en llengües diferents de les quatre esmentades, els textos es tradueixen al català, però també es pot trobar el text en la llengua original.

La temàtica de la revista gira entorn de la terminologia, en sentit ampli, i també s'estén a àmbits afins (anàlisi del discurs especialitzat, traducció especialitzada, història del discurs científic, ensenyament de llengües amb propòsits específics, enginyeria lingüística aplicada al treball terminològic, corpus lingüístics de contingut especialitzat, etc.).

El 100 % dels continguts de la revista són contribucions originals. La revista està estructurada en seccions fixes, que pretenen reflectir la situació actual de les diverses activitats terminològiques i d'àmbits afins, i també servir d'òrgan d'intercanvi i d'expressió dels diversos perfils professionals vinculats a la terminologia. És un objectiu principal de la revista publicar articles de qualitat i que hagin superat una doble revisió cega.



# Eduard Fontserè i l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català: rigor terminològic, interès lingüístic i base dialectal

**MARTA SABATER BERENGUER**  
TERMCAT, Centre de Terminologia  
ORCID: 0009-0002-4007-5130  
msabater@termcat.cat

## Marta Sabater Berenguer és

licenciada en Traducció i Interpretació per la Universitat Pompeu Fabra i té un màster en Lingüística Aplicada per la mateixa universitat. Des del 2005 forma part de l'equip del TERMCAT, on ha treballat especialment en l'àmbit de la normalització terminològica i l'elaboració de diccionaris especialitzats. Actualment és la responsable del portal Terminologia de les Ciències de la Terra.



## Resum

Eduard Fontserè i Riba (Barcelona, 1870-1970) és un científic referent dels àmbits de l'astronomia, la meteorologia i la sismologia. Com a fundador i primer director del Servei Meteorològic de Catalunya, és considerat el pare de la meteorologia professional catalana. Una de les obres destacades de la seva bibliografia és l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català (Fontserè, 1948), que encara avui en dia és un diccionari de referència per als experts en meteorologia. La importància d'aquesta obra, però, no s'hauria de limitar a l'àmbit de la meteorologia, sinó que també es pot considerar un diccionari pioner i de gran rellevància dins de l'àmbit de la terminologia com a disciplina, tant per la metodologia utilitzada com pel seu abast.

PARAULES CLAU: terminologia; meteorologia; diccionari terminològic; principis terminològics; variació dialectal; terminologia popular

## Abstract

**Eduard Fontserè and his work Assaig d'un vocabulari meteorològic català (Essay on a Catalan Meteorological Vocabulary): Terminological precision, linguistic interest and dialectal basis**

Eduard Fontserè i Riba (Barcelona, 1870-1970) was a leading scientist in the fields of astronomy, meteorology and seismology. As the founder and first director of the Meteorological Service of Catalonia, he is considered the father of professional Catalan meteorology. One of the outstanding works in his bibliography is Assaig d'un vocabulari meteorològic català (Essay on a Catalan Meteorological Vocabulary, 1948), which is still today a reference dictionary for meteorology experts. The importance of this work, however, is not limited to the field of meteorology since it can also be considered a pioneering and highly significant dictionary in the context of terminology as a discipline, for both its methodology and its scope.

KEYWORDS: terminology; meteorology; terminological dictionary; terminological principles; dialectal variation; traditional terms

TERMINÀLIA 29 (2024): 7-12 · DOI: 10.2436/20.2503.01.199  
Data de recepció: 20/3/2024. Data d'acceptació: 6/5/2024  
ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica) · <https://terminalia.iec.cat>

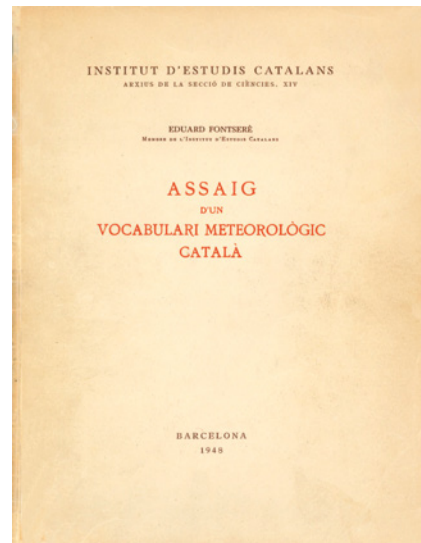
## 1 Eduard Fontserè, pare de la meteorologia catalana professional

Eduard Fontserè i Riba (Barcelona, 1870-1970) és una figura de referència en diferents disciplines relacionades amb les ciències de la Terra, especialment la meteorologia, l'astronomia i la sismologia. Llicenciat en Ciències Físiques i Matemàtiques, va ser un científic reconegut al capdavant de diferents iniciatives: per exemple, va ocupar diverses càtedres de la Universitat de Barcelona (Geodèsia, Mecànica Racional, Astronomia i Meteorologia); va ser el cap del Servei Horari de Barcelona, encarregat de fixar l'horari oficial de la ciutat; va projectar la part científica de l'Observatori Fabra i es va fer càrrec de les seves seccions Sísmica i Meteorològica; va fundar la Societat Astronòmica (1910-1921), que va permetre l'establiment d'una xarxa d'observadors; va presidir l'Ateneu Barcelonès i la Secció de Ciències de l'Institut d'Estudis Catalans, etc.

Enmig d'aquesta carrera professional de gran activitat i lideratge, el seu projecte principal i la seva aportació més significativa va ser la creació l'any 1921 del Servei Meteorològic de Catalunya, que va dirigir fins que va ser suprimit l'any 1939 i des d'on, entre altres moltes iniciatives, va crear els observatoris meteorològics de Sant Jeroni i del Turó de l'Home. Per la seva tasca al capdavant del Servei i per la seva voluntat divulgativa, Fontserè és considerat el creador de la meteorologia catalana moderna, que va saber posicionar dins del panorama internacional. Una de les obres destacades de la seva bibliografia és l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català, que va publicar un cop jubilat i que, setanta-cinc anys més tard, encara és un diccionari de referència en l'àmbit de la meteorologia i una obra de capçalera per als meteoròlegs i els aficionats a la meteorologia del nostre país. La importància d'aquest diccionari, però, no se circumscriu a l'àmbit de la meteorologia, sinó que també es pot considerar un diccionari pioner i de gran rellevància dins de l'àmbit de la terminologia com a disciplina, tant per la metodologia utilitzada com pel seu abast.

## 2 L'Assaig d'un vocabulari meteorològic català, una obra cabdal de la meteorologia i la terminologia

L'Institut d'Estudis Catalans va publicar l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català, d'Eduard Fontserè, l'any 1948 (set anys més tard de la data que consta en el pròleg de l'autor). És un vocabulari terminològic que conté més de vuit-cents termes amb definicions en català; al final de l'obra, es recullen dos índexs amb els equivalents en anglès i en francès, extrets, respectivament, del *Meteorological glossary* i del *Lexique météorologique*, amb les correspondències en català que es poden trobar en el cos del diccionari.



Coberta de l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català

L'obra estableix per primera vegada el vocabulari de la meteorologia en català, amb la voluntat d'aconseguir la precisió i l'adequació en l'ús dels termes, però també amb l'objectiu de situar el català al mateix nivell que altres llengües europees. A la Conferència Meteorològica Internacional que va tenir lloc a París el 1919 i a la qual va assistir Fontserè, es va reconèixer el valor del *Meteorological glossary*, publicat en anglès el 1916 pel Meteorological Office de Londres, i es va acordar que l'any següent els directors dels diferents serveis meteorològics que formaven part de la Conferència lliurarien els equivalents en les llengües respectives dels termes anglesos recollits en el *Meteorological glossary*. En realitat, no va ser fins a l'edició del 1930 que es van incorporar els equivalents de nou llengües oficials, amb l'objectiu de «fer que s'entenguessin d'una manera precisa els científics dels diferents països, i fer que s'entenguessin concretament els de cada país» (Fontserè, 1948, p. 5). Tot i que el català no es podia incorporar al *Meteorological glossary*, la publicació el 1948 de l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català també acomplia aquesta doble funció.

Com s'ha dit, però, l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català no representa només una fita en l'establiment de la terminologia meteorològica en català, sinó que a més es pot considerar una obra pionera en l'àmbit de la terminologia per diversos motius. En primer lloc, per la metodologia utilitzada i pels principis terminològics que guien tot el treball; en segon lloc, perquè és un diccionari terminològic que respon a un interès i compromís lingüístics globals, i no només a una necessitat d'un moment determinat; finalment, perquè, malgrat tractar-se d'un diccionari terminològic amb voluntat internacional, té molt en compte les formes tradicionals i la variació dialectal. A continuació, doncs, aprofundirem en aquestes tres perspectives del diccionari: el rigor metodològic, l'interès lingüístic i la base popular i dialectal.



## 2.1 Rigor metodològic

La terminologia és una disciplina que presenta una aproximació i unes característiques diferents de l'estudi del lèxic general. Per exemple, el treball terminològic tradicionalment es caracteritza per una aproximació onomasiològica de les unitats terminològiques i per la voluntat de normalització internacional, la qual cosa no ocorre en l'àmbit de la lexicografia.

L'austriac Eugen Wüster (1898-1977) és qui va fixar per primera vegada alguns d'aquests principis terminològics, i per aquest motiu és considerat el pare de la terminologia com a disciplina en l'àmbit europeu. De formació tècnica i industrial, el seu interès en la comunicació tècnica va ser clau en l'establiment del Comitè Tècnic 37 (ISO/TC 37) —Terminologia: principis i coordinació—, dins de l'Organització Internacional de Normalització (ISO) i el va portar a participar en l'elaboració del *Vocabulari electrotècnic internacional* (1938). El 1968 va publicar el diccionari sobre serres mecàniques *The machine tool*, amb el qual va fer realitat la seva idea de diccionari model i a partir del qual es va construir la teoria general de la terminologia.

Precisament alguns dels principis de la teoria general de la terminologia, com la perspectiva onomasiològica, la precisió i la claredat en la delimitació conceptual o la normalització internacional, són presents en el diccionari de Fontserè. El que crida l'atenció, però, és que Fontserè va néixer gairebé trenta anys abans que Wüster i que el diccionari de Fontserè (publicat el 1948 però probablement completat, a tot estirar, el 1941, tenint en compte la data del pròleg) és, en part, anterior a les obres de Wüster a partir de les quals es va construir la teoria general de la terminologia; per una qüestió cronològica, doncs, és difícil que l'obra de Wüster influís Fontserè en l'elaboració de l'*Assaig d'un vocabulari meteorològic català*.

A més, aquests principis específicament terminològics no només queden reflectits en les entrades del

diccionari de Fontserè, sinó que també queden explicats en diversos fragments del pròleg de l'autor, la qual cosa posa de manifest el rigor de la tasca que va emprendre i el seu paper capdavanter en l'àmbit de la terminologia.

Tenint en compte les reflexions del pròleg de l'obra, a continuació es detallen alguns dels criteris metodològics que vertebraven el vocabulari publicat per Fontserè.

### 2.1.1 Aproximació onomasiològica

Com tradicionalment és característic del treball terminològic, Fontserè va partir d'una aproximació onomasiològica, és a dir, va establir clarament els límits dels conceptes abans de determinar-ne la denominació més adequada. En el pròleg, de fet, es refereix a l'avançatge principal de seguir aquesta metodologia:

Aquest procediment, verament científic, de començar per la definició de la cosa i acabar per assignar-li el nom, ha permès diferenciar amb precisió molts fenòmens meteorològics. (Fontserè, 1948, p. 7)

### 2.1.2 Precisió conceptual

La referència a la precisió és una altra constant en el text de l'autor, amb l'objectiu d'evitar l'ambigüitat i facilitar els intercanvis comunicatius. Per exemple, en diferents ocasions fa referència a les «definicions inequívokes», i també esmenta la precisió com un dels objectius de l'elaboració del vocabulari: «fer que s'entenguessin d'una manera precisa els científics dels diferents països» (Fontserè, 1948, p. 5).

### 2.1.3 Solidesa bibliogràfica

En el treball terminològic, el procés de delimitació conceptual pot ser complex i requereix tenir en compte una àmplia bibliografia per arribar a la fixació d'una

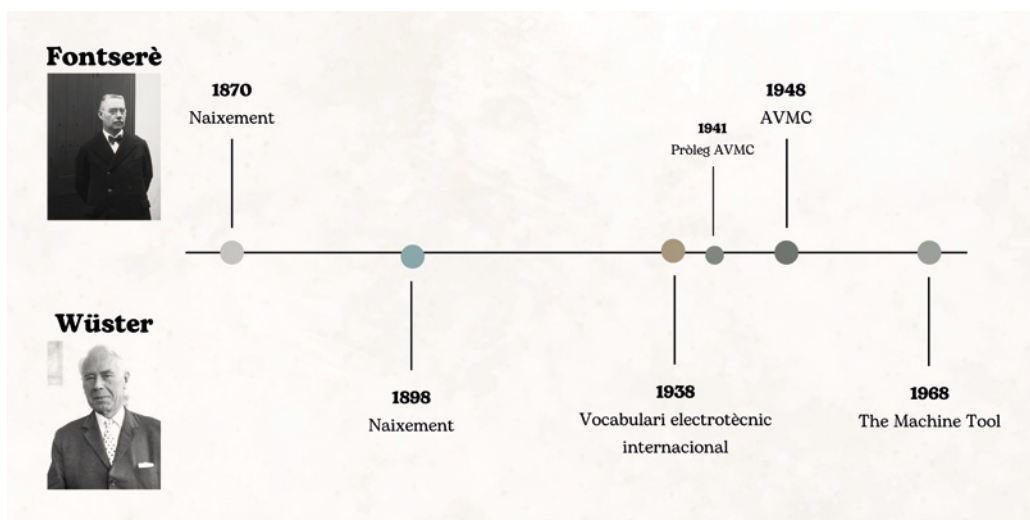


FIGURA 2. Línia cronològica comparativa de l'obra d'Eduard Fontserè i Eugène Wüster

definició que pugui tenir el màxim consens. Fontserè, tot i els seus amplis coneixements especialitzats en meteorologia, dona molta importància a la consulta de fonts externes, i així en deixa constància en el pròleg:

Totes aquestes publicacions, entre d'altres, les hem tingudes al davant per ajudar-nos a precisar algunes definicions o conceptes. (Fontserè, 1948, p. 8)

#### 2.1.4 Definicions terminològiques

Les definicions terminològiques, a diferència de les definicions enciclopèdiques, no són una explicació exhaustiva de tots els elements relacionats amb un concepte, sinó que corresponen a una sola frase en què bàsicament es destaquen els trets necessaris per distingir un concepte d'altres de relacionats. Fontserè, tot i la seva àmplia formació i els seus coneixements, tenia molt clara l'empresa que duia a terme i va fer definicions realment terminològiques, tal com explica en el pròleg:

Les definicions i explicacions de la «Primera part» de l'opuscle són molt compendiaades, car l'objecte que ens ha guiat ha estat, més que res, el de fer una recopilació de mots, usuals o tècnics. Els estudiosos de Meteorologia que ho desitgin podran trobar molts més detalls en els corresponents articles del *Glossary* o del *Lexique*, en els quals a cada mot sol seguir una exposició de la teoria que hi fa referència. (Fontserè, 1948, p. 7-8)

#### 2.1.5 Normalització internacional i normalització en l'àmbit propi

Alguns dels principals objectius de l'elaboració d'un diccionari multilingüe poden ser la normalització internacional o la normalització en un context local. Fontserè explica aquest doble objectiu en l'establiment d'un vocabulari meteorològic internacional (empresa promoguda en la Conferència Meteorològica Internacional de 1919), que probablement seria traslladable al seu vocabulari, el qual conté més de vuit-cents termes en català i índexs d'equivalents en anglès i francès:

Dues finalitats, en realitat, es perseguien: fer que s'entenguessin d'una manera precisa els científics dels diferents països, i fer que s'entenguessin concretament els de cada país, gràcies a un sistema de definicions inequívokes del significat de cada mot emprat en el llenguatge meteorològic. (Fontserè, 1948, p. 5)

## 2.2 Interès lingüístic

Tenint en compte que quan es publica l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català Fontserè tenia setanta-vuit anys (fins i tot si es pren com a referència la data del pròleg, que és una mica anterior i correspondria a quan Fontserè tenia setanta-un anys), es podria pen-

sar que l'elaboració d'aquesta obra va ser l'ocupació d'un gran especialista en un moment de menys activitat professional. En realitat, però, sembla que no va ser exactament així i que es pot afirmar que l'elaboració d'aquesta obra va ser fruit d'un interès, un compromís i una inquietud constants de l'autor per la llengua catalana.

Aquesta inclinació lingüística de Fontserè es palesa, per exemple, en les anotacions que va escriure en el seu exemplar de la primera edició del *Diccionari ortogràfic*, de Pompeu Fabra, de 1917. En aquest exemplar propietat de Fontserè, que ara es troba al Centre de Lectura de Reus, s'hi poden llegir 772 mots afegits als marges, tant referents al lèxic general com al lèxic especialitzat. Fontserè segurament va fer aquestes observacions abans de 1923, entre 1917 i 1923, ja que en la segona edició del *Diccionari ortogràfic*, de 1923, ja hi consten algunes de les aportacions que ell va anotar al marge.

Un treball molt interessant per descobrir les anotacions de Fontserè és el que van publicar Maria-Pilar Perea i Germà Colón a la revista *Els Marges* l'any 2013: «Les aportacions d'Eduard Fontserè a la lexicografia catalana» (Perea i Colón, 2013, p. 28-57). Segons aquest estudi, als marges de l'exemplar del *Diccionari ortogràfic* que va ser propietat de Fontserè es documenten 400 mots de caràcter científicotècnic (51 %), amb un pes important per als termes de meteorologia (87), física (39) i geologia (28). Seguint la classificació d'aquest estudi, a continuació recollim alguns dels termes de meteorologia que Fontserè ja va anotar abans de 1923 i que després en molts casos s'inclourien en la segona edició del *Diccionari ortogràfic* (DO), en el *Diccionari general de la llengua catalana* (DGLC), en l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català (AVMC), en el *Diccionari català-valencià-balear* (DCVB) o en el *Diccionari de la llengua catalana* (DIEC).<sup>1</sup>

— Mots recollits a la segona edició del DO: *cercç*.

— Mots recollits al DGLC i també al DIEC: *advecció*, *advectiu*, *aerològic(a)* [*aerologia*], *anabàtic*, *anemògraf*, *anemograma*, *antisol*, *cirriforme*, *cromosfera*, *neomènia*, *parheli*, *ressol*.

— Mots recollits al DGLC, però amb canvis gràfics: *altimetre* <*altímetre*>, *altocúmul* <*alto-cúmulus*> [*altocúmul*], *altonúvol* <*alto-núvol*> [*altonúvols*], *altostrats* <*alto-estratus*> [*altostratus*, *altostrat*], *barograpf* <*barògraf*>, *cap de núvol* <*cap de núvol*>, *cirrós* <*cirrós -a*> [*cel cirrós*], *cúmulonimbus* <*cúmulo-nimbus*> [*cúmulonimbus*], *estatoscop* <*estatoscopi*>, *fractocúmul* <*fractocúmulus*> [*fracto-*], *galàctic* <*galàctic -a*>, *galàxia* <*galàxia*>, *llunar* [*lunar*].

— Mots no recollits al DGLC, però posteriorment incorporats al DIEC, al DCVB, a l'AVMC o en diverses d'aquestes obres: *aigualada*, *antheli*, *barograma*, *catabàtic*, *cel d'escata*, *ciclònic*, *cirrocúmul*, *cirrostrat*, *darga*, *espectrofotòmetre*, *espectroheliògraf*, *estratosfera*, *golfa-da*, *llunisolar*, *mil-libar*, *nefoscopi*, *nimbostrat*, *nuvolassa*, *parhèlic*, *tropopausa*, *troposfera*, *nuvolositat*, *occidu-a*, *plu-inejar*, *pluviositat*, *salmastre*, *voltorn*, *vorticós*.

Fontserè va anotar tots aquests termes, entre molts altres, quan tenia una quarantena d'anys, en un moment de plena activitat professional, coincidint amb els anys de la creació i la fundació del Servei Meteorològic de Catalunya, i per això es pot afirmar que l'interès i el compromís lingüístics el van acompanyar tota la vida. L'elaboració de l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català, doncs, no respon a la dedicació d'un moment puntual de la seva vida, sinó que és el fruit de les reflexions lingüístiques i terminològiques que probablement va fer al llarg de tota la seva trajectòria.

### 2.3 Base popular i dialectal

Al costat de termes altament especialitzats, tal com s'espera d'un vocabulari terminològic (per exemple, *barotròpic*, *coeficient d'extinció*, *declinació magnètica*, *difracció*, *escintil·lòmetre*, *estratificació*, *frontogènesi*, *hidrometeor*, *gradient adiabàtic*, *relleu isobàric*, *sobrefusió*, *troposfera*, *vorticitat*, etc.), l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català destaca per la inclusió de termes d'origen popular i dialectal. Fontserè considerava que, sempre que fos possible, era important utilitzar els mots ja disponibles en la llengua per designar els diferents fenòmens meteorològics descrits des d'un punt de vista especialitzat, tal com expressa en el pròleg de l'obra:

L'obra del Vocabulari internacional impresa en el *Glossary* i en el *Lexique* s'ha estès, per ara, només a les principals llengües oficials d'Europa. Àdhuc de les europees, algunes hi manquen. Les no oficials no hi són representades. Feina resta, doncs, als meteoròlegs de les noves fornades per a cercar, cadascú en el fons lexicogràfic del seu poble, els mots més adients a l'expressió dels diferents fenòmens de l'aire. (Fontserè, 1948, p. 7)

En el diccionari de Fontserè es recull un nombre important de formes pròpies de la llengua general, de tipus popular, referents a fenòmens meteorològics o atmosfèrics. A continuació en reproduïm alguns exemples: *aiguat*, *arc de Sant Martí*, *barba*, *barrufet de vent* o *follet*, *boira ploranera*, *bonança*, *cel d'escata*, *cerc*, *calitja*, *calma*, *clariana*, *eixut*, *estiuet de Sant Martí*, *fosca*, *fumera*, *gotellada*, *mestralada*, *minva*, *plovinejar*, *plovisca*, *recalmó*, *roina*, *rondar*, *rufagada de neu*, *tamborinada*, *terral*, *torb*, *verberol*, *xàfec*, *xafogor*, etc.

En les entrades del vocabulari, en diverses ocasions es posen en relació les formes populars o locals amb els tecnicismes establerts en l'àmbit internacional. Per exemple, *bufanda* remet a *pileus*; *fogony*, a *Föhn*; *merlets* (o *emmerlat*), a *castellatus*; *núvol penjant*, a *mammatus* o *mammato cúmulus*; *os de sípia*, a *altocúmulus lenticular*, i *rotllo*, *rodona* i *era*, a *halo*. D'aquesta manera, Fontserè proporciona una definició especialitzada d'expressions populars, facilitant així la comprensió entre els experts del país, i dona l'equivalència tècnica o de caràcter internacional a termes populars, amb la qual cosa permet també la comprensió entre els meteorò-

legs catalans i els d'altres països. Amb aquests exemples, doncs, queda reflectida la doble finalitat que té l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català per a Fontserè.

Pel que fa a la recopilació de formes dialectals, i tot i que la feina de Fontserè és encomiable, no es pot passar per alt el fet que és un recull desigual, ja que hi tenen molt de pes certes zones dialectals i no hi és representat el lèxic d'altres zones del territori. Així, per exemple, hi apareixen moltes formes pròpies i localismes de l'àrea de Girona, especialment de l'Empordà, com ara *cabrejar*, *cavalls*, *estuf*, *gropada*, *ramioles* i *verberol*. Aquest desequilibri es deu amb tota seguretat a la influència de Rafael Patxot i Jubert (1872-1964), nascut a Sant Feliu de Guíxols, que va ser mecenes d'activitats científiques dutes a terme pel Servei Meteorològic de Catalunya en l'època de Fontserè i va formar part, al costat de Fontserè, de la Comissió Internacional per a l'Estudi dels Núvols.

Una altra explicació de tipus personal pel que fa al recull de formes dialectals la podem trobar també en els mallorquinismes, que, si bé no són abundants, sí que són més presents en el vocabulari que les formes pròpies, per exemple, del valencià, que sembla que són inexistents. La justificació, en aquest cas, seria que Eduard Fontserè estava casat amb Margalida Marroig i Llopart, d'origen mallorquí, i segurament per això coneixia formes del dialecte balear, com *embat* i *calabruix*, que va introduir en l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català.

Amb relació a l'entrada del mot *calabruix*, però, convé fer una petita nota crítica, ja que la delimitació conceptual que va establir per a aquest terme no va ser del tot adequada: el mot *calabruix* va ser útil a Fontserè per donar nom en català al concepte conegut en anglès com a *snow pellets*, però el problema és que no va tenir en compte que en mallorquí aquesta forma corresponia al fenomen conegut en altres zones com a *calamarsa* o, més genèricament, com a *pedra*. En casos puntuals com aquest, doncs, en què Fontserè no va tenir prou en compte el significat de partida, convé una actualització del lèxic. Pel que fa concretament al cas del terme *calabruix*, des del TERMCAT ja s'ha fet una revisió d'aquest terme i, d'acord amb les aportacions d'experts de les Illes Balears, actualment es recull a la Neoloteca (el diccionari de termes normalitzats) com a sinònim de *calamarsa*; per als *snow pellets*, d'altra banda, s'han fixat formes de nova creació: *neu granulada*, i com a sinònim secundari, *neu rodona*.

### 3 Conclusions

Fontserè és considerat el pare de la meteorologia catalana professional, però també podria ser considerat un dels pares de la terminologia catalana. Malgrat que per ell el recull terminològic que va elaborar era de caràcter provisional (el titula «assaig») i en el pròleg deixa escrit que té «l'esperança que tard o d'hora servirà de



guia a qui vulgui emprendre la redacció d'un Vocabulari més definitiu»), el cert és que es tracta d'una obra completa en molts sentits.

En primer lloc, convé tenir present la solidesa terminològica de l'obra, vertebrada per uns principis totalment moderns per l'època. D'altra banda, també cal destacar que no es tracta d'una obra que fotografiï el camp de la meteorologia en un moment concret, sinó que segurament dona compte d'una visió més àmplia, ja que Fontserè durant bona part de la seva carrera professional va tenir present la iniciativa proposada per la Comissió Meteorològica Internacional d'elaborar la versió del *Meteorological glossary* en diverses llengües, de manera que el vocabulari és fruit d'una feina de recopilació de termes de llarg recorregut. Finalment, l'aportació dialectal de l'obra, encara que sigui desequilibrada, és destacable i hi atorga una importància d'obra de país més que no pas d'autor.

En certa manera es pot dir que, a través de l'anàlisi de l'Assaig d'un vocabulari meteorològic, la coneguda figura polifacètica de Fontserè com a meteoròleg, astrònom i sismòleg encara s'amplia més amb una triple perspectiva lingüística i fa sortir a la llum també el Fontserè terminològic, el Fontserè filòleg i fins i tot el Fontserè dialectològic.

A continuació, i per acabar, reproduïm les paraules que el lingüista Joan Coromines va dedicar a Fontserè en el llibre d'homenatge *Miscel·lània Fontserè*, publicat el 1961; les seves paraules són una descripció del tot encertada del vocabulari i tot un elogi de la seva obra:

[Eduard Fontserè] elaborà [l'Assaig d'un vocabulari meteorològic català] amb la seva gran sobrietat, amb una simplicitat extrema i una claredat que arriba a la transparència, amb certa elegància natural, gens recercada i despullat de tot enfarfec erudit. ✿

## 4 Bibliografia

- ALCOVER, Antoni M.; MOLL, Francesc de B. (1985). *Diccionari català-valencià-balear*. Palma de Mallorca: Moll.
- ARÚS DUMENJÓ, Joan (2015). «Eduard Fontserè, la meteorologia al servei del país i de la llengua». *Terminàlia*, núm. 11, p. 68-72.
- FABRA, Pompeu (1917). *Diccionari ortogràfic*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- (1932). *Diccionari general de la llengua catalana*. Barcelona: Llibreria Catalònia.
- FONTSERÈ, Eduard (1948). *Assaig d'un vocabulari meteorològic català*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS (2021). *Diccionari de la llengua catalana* [en línia]. 2a ed. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. <<https://dlc.iec.cat/>> [Consulta: 18 març 2024].
- METEOROLOGICAL OFFICE (1916). *Meteorological glossary*. Londres: Meteorological Office.
- OFFICE NATIONAL MÉTÉOROLOGIQUE (1926-1931). *Lexique météorologique*. París: Office National Météorologique. 7 fasc.
- PEREA, Maria-Pilar; COLÓN DOMÈNECH, Germà (2013). «Les aportacions d'Eduard Fontserè a la lexicografia catalana». *Els Marges*, núm. 99, p. 28-57.
- TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA (2024). *Neoloteca* [en línia]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia. <<https://www.termcat.cat/es/neoloteca>> [Consulta: 18 març 2024].

### Nota

1. El subratllat indica que són termes recollits a l'AVMC, i les formes entre claudàtors corresponen a la variant gràfica recollida a l'AVMC quan és diferent de la grafia recollida anteriorment al DGLC.

# Noms dels fàrmacs que inclouen denominació del laboratori: els genèrics i els de marca (o comercials)<sup>1</sup>

**CARLES RIERA I FONTS**

Universitat Ramon Llull

ORCID: 0000-0001-9461-4924

carlesrf@blanquerna.url.edu

## **Carles Riera i Fonts (Moià, 1959)**

és doctor en Filologia Catalana, llicenciat en Farmàcia i té estudis de Teologia. Especialista en el camp del llenguatge científic i docent d'aquesta matèria des de l'any 1987, és autor de nombrosos llibres (*Manual de català científic*, 1992; *Curs de lèxic científic*, 1998, o *Manual de traducció de textos científics de l'anglès al català*, 2014, entre d'altres) i de nombrosos articles (publicats a *Terminàlia* i en altres revistes especialitzades). Exerceix de professor a la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals de la Universitat Ramon Llull i a la Facultat de Ciències de la Salut d'aquesta mateixa Universitat.



## **Resum**

Aquest article ofereix una descripció de les principals tendències en la creació de noms de fàrmacs, siguin genèrics o de marca, amb una atenció especial en aquells el nom dels quals s'ha originat a partir del de la companyia farmacèutica o del laboratori que en posseeix la patent i el comercialitza. El treball descriu també les característiques que es tenen en compte en el procés de selecció dels noms dels fàrmacs. Com és sabut, els medicaments amb nom genèric contenen els mateixos principis actius que els de marca o comercials i han de complir els mateixos estàndards de qualitat i seguretat.

PARAULES CLAU: medicament; marca comercial; noms descriptius; noms genèrics

## **Abstract**

### **Names of drugs derived from the names of laboratories: Generic and branded (or commercial) drugs**

This article offers a description of the main trends in the creation of the names of drugs, whether generic or branded, focusing on those whose name originated from the names of the pharmaceutical companies or laboratories that own the respective patent and that market the drugs. Also described are the characteristics that are taken into account in the selection process of drug names. As is well known, medicines with generic names contain the same active ingredients as branded or commercial medicines and must meet the same quality and safety standards.

KEYWORDS: drug; brand or trade names; descriptive names; generic names

TERMINÀLIA 29 (2024): 13-21 · DOI: 10.2436/20.2503.01.200

Data de recepció: 24/10/2023. Data d'acceptació: 6/5/2024 amb modificacions  
ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica) · <https://terminalia.iec.cat>

### 1 Introducció

La farmaconímia és l'estudi dels noms de fàrmacs o medicaments. El diccionari defineix el mot *fàrmac* com la «substància emprada en farmàcia com a medicament o com a ingredient d'un medicament», i el mot *medicament*, com la «substància emprada amb finalitat terapèutica contra les manifestacions patològiques» (DIEC2).

L'objectiu d'aquest article és presentar una descripció de les principals tendències en la creació de noms de fàrmacs, siguin genèrics o de marca, fixant-nos concretament en aquells el nom dels quals s'ha originat a partir del de la companyia farmacèutica o del laboratori.

Distingirem, doncs, entre els noms genèrics i els noms de marca (o comercials).

### 2 Els noms genèrics

Un medicament genèric<sup>2</sup> és aquell que presenta la mateixa composició qualitativa i quantitativa i la mateixa forma farmacèutica que un medicament original de referència, respecte del qual s'ha demostrat també que és bioequivalent. Els ingredients actius d'un fàrmac han de ser els mateixos tant en el medicament genèric com en el de marca o comercial, mentre que els ingredients no actius —com ara colorants, conservants, etc.— poden diferir. Alguns medicaments genèrics utilitzats en el tractament d'afeccions pot ser que no tinguin ben bé la mateixa eficàcia que la seva versió de marca, ja que petites diferències en els ingredients inactius poden afectar l'absorció i el metabolisme del fàrmac. La sigla EFG (especialitat farmacèutica genèrica) identifica els medicaments genèrics,<sup>3</sup> i no s'ha de no confondre amb la sigla EFP (especialitat farmacèutica publicitària o medicament objecte de publicitat destinada al públic).<sup>4</sup>

Les denominacions dels medicaments genèrics consten de tres elements: 1) nom del principi actiu segons la denominació comuna internacional (DCI), 2) nom del laboratori que comercialitza el fàrmac i 3) la sigla EFG. Posem tres exemples de medicaments genèrics amb el nom de laboratori que el 2023 ja no eren actius a l'Estat espanyol:<sup>5</sup> Aciclovir Bayvit EFG (antivíric), Rosuvastatina Apotex EFG (hipolipemiant d'Apotex, una companyia farmacèutica del Canadà fundada el 1974 pel doctor Barry Sherman) i Duloxetina Sandoz EFG (antidepressiu de Sandoz, una divisió del Grup Novartis que se centra en productes farmacèutics genèrics i biosimilars).

És sabut que moltes DCI són una versió abreujada del nom químic del fàrmac, de la seva estructura, de la seva fórmula o de la seva acció. Així, el *bebtelovimab* és un nou fàrmac d'anticossos monoclonals per tractar la COVID-19,<sup>6</sup> amb la terminació *-mab* típica dels anticossos monoclonals. O, per exemple, els fàrmacs antiretrovírics (o antiretrovirals) acaben en *-vir*: aci-

clovir, abacavir, remdesivir, etc. Es procura que els afixos (prefixos o sufixos) siguin bi- o trisil·làbics a fi de permetre més varietat denominativa, cosa que pot ajudar a distingir un fàrmac dels altres. Per exemple, els fàrmacs inhibidors de la bomba de protons, antiulcerosos, acaben en *-prazole*: *omeprazole*, *pantoprazole*, *esomeprazole*, etc. L'afix dona informació al professional de la salut sobre com funciona la substància en el cos. Per exemple, la terminació *-afil* es troba en fàrmacs inhibidors de la PDE5 (fosfodiesterasa tipus 5), que ajuden a controlar el flux sanguini i en a tractar la disfunció erèctil, com ara *sildenafil*, *ildenafil*, *tadalafil*, *avanafil*. Els afixos es componen amb lletres de l'alfabet i, si és possible, s'eviten aquelles que no s'utilitzen en determinades llengües, com ara *h*, *j*, *k*, *y* i *w*, a fi que el nom sigui vàlid per a la comunicació global.

En la taula següent enumerem uns quants noms de fàrmacs segons la DCI, llur funció i els laboratoris que comercialitzen aquests medicaments (cal dir que hi ha alguns laboratoris que actualment, el 2023, ja no comercialitzen el medicament en qüestió, però que sí que ho havien fet en el passat).<sup>7</sup>

El nom genèric és el mateix en els diferents països, mentre que el nom de marca varia d'un país a un altre.

Els noms dels medicaments genèrics han de ser aprovats per organitzacions internacionals, com ara el Consell de Noms Adoptats pels Estats Units (USAN), i pel programa DCI (denominacions comunes internacionals) de l'Organització Mundial de la Salut (OMS).

En la denominació dels genèrics cal evitar qualsevol referència a mots superlatius o termes elogiosos —com ara *millor*, *nou*, *més ràpid*, *més fort*— que podrien ser considerats promocionals.

Els materials publicitaris dels medicaments genèrics han de complir totes les indicacions contingudes en la *Guia per a la publicitat de medicaments d'ús humà* (2024, 5a ed.), del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya.

### 3 Els noms de marca

Els noms de marca o comercials són noms inventats, que no poden transmetre connotacions terapèutiques o farmacèutiques enganyoses, però que poden estar formats per noms propis o del lèxic comú, per sigles o per acrònims, etc.

Els qualificatius o les abreviatures que acompanyen la marca comercial o en formen part són acceptables si:

- 1) Afegixen informació sobre les característiques del medicament (p. ex., durada de l'acció, mecanisme d'acció, composició, activitat, població destinatària) o si indiquen alguna diferència que ajudi a identificar i seleccionar el medicament.
- 2) La probabilitat d'error deguda a l'ús d'un qualificatiu és menor que la derivada de l'ús de noms més llargs i difícils de memoritzar i pronunciar (cf. *Guia* en la bibliografia final).



**Noms dels fàrmacs que inclouen denominació del laboratori: els genèrics i els de marca (o comercials)**  
 Carles Riera i Fonts

Genèric	Funció	Laboratoris
aciclovir	antivíric	Bayvit, Cinfa, Mundogen Farma, Pharmagenus, Normon, Stada, Sandoz
al·lopurinol	uricosàtic	Mundogen Farma, Ratiopharm, Cinfamed, Normon, Tecnigen, Ker Pharma, Stada, Pensa, Teva, Tarbis, Sun
alprazolam	tranquil·litzant	Géminis, Merck, Qualix, Cinfa, Normon, Sandoz, Stada, Tecnigen, Viatris
ambroxol	expectorant	Ratiopharm, Cinfa, Normon, Stada
amoxicil·lina	antibiòtic	Cinfa, Géminis, Mundogen Farma, Normon, Sandoz
atenolol	blocador d'adrenoreceptors $\beta$	Alter, Normon, Ratiopharm, Cinfa, Sandoz
captopril	antihipertensor	Apothecon, Bayvit, Cinfa, Esteve, Merck, Normon, Pharmagenus, Ratiopharm, Alter, Aristo, Qualigen
carbamazepina	antiepilèptic	Alter, Normon
carboplatí	antineoplàstic	Pharmacia & Upjohn, Accord, Kabi, Teva, Hikma
cefonicid	antibiòtic cefalosporínic	Combino Pharm, Pharmagenus
cefotaxima	antibiòtic cefalosporínic	Combino Pharm, Normon, Torlan
ceftriaxona	antibiòtic cefalosporínic	Combino Pharm, Normon, Fresenius Kabi, Torlan, Qilu, Reig Jofre
ciprofloxacina	antibiòtic fluoroquinolònic	Alter, Normon, Cinfa, Stada, Qualigen, Tevagen, Vir
clotrimazole	antifúngic	Bayvit, Gine-Canesmed
diclofenac	analgèsic, antiinflamatori, antipirètic	Alter, Cinfa, Géminis, Llorens, Mundogen Farma, Normon, Aristo, Pensa, Teva, Kern Pharma
diltiazem	vasodilatador coronari	Cinfa, Esteve, Qualix, Stada, Sandoz, Aristo, Pensa
doxorubicina	antibiòtic, antineoplàstic	Ferrer Farma, Accord
famotidina	antagonista de receptors de la histamina $H_2$	Bayvit, Ratiopharm, Cinfa, Normon, Aristo
fluoxetina	antidepressiu	Bayvit, Cantabria, Normon, Pharmagenus, Qualix, Ratiopharm, Cinfa, Stada, Aristo, Ker, Mylan, Teva, Vir
furosemida	diürètic	Inibsa, Cinfa, Normon, Physan, Sandoz, Stada, Tecnigen, Ker, Ratiopharm
gemfibrozil	hipolipemiant	Bayvit, Stada, Tarbis
indapamida	antihipertensor, diürètic	Merck, Normon, Cinfa
metotrexat	antineoplàstic	Pharmacia & Upjohn, Accord, Wyrth, Oriol, Cipla, Mylan, Pfizer
metronidazole	tricomonocida	Normon, Aurovitas
naproxèn	analgèsic, antiinflamatori, antipirètic	Ratiopharm, Aristo, Aurovitas, Cinfa, Kern, Normon
nifedipina	vasodilatador coronari	Bayvit, Ratiopharm, Stada
nimodipina	vasodilatador cerebral	Bayvit, Stada
nitrendipina	antihipertensor	Bayvit, Stada
norfloxacina	antibiòtic fluoroquinolònic	Bayvit, Cinfa, Normon, Pensa, Qualigen, Stada, Sandoz
piroxicam	antiinflamatori	Cinfa
ranitidina	antisecretor gàstric	Cinfa, Mabo, Merck, Mundogen Farma, Normon
tamoxifèn	antiestrogen, antineoplàstic	Ratiopharm, Cinfa, Funk, Vir
ticlopidina	anticoagulant	Normon, Cinfa
timolol	blocador d'adrenoreceptors $\beta$	Ciba Visión
tramadol	analgèsic	Asta Medica, Almus, Andromaco, Aristo, Asta, Aurovitas, Cinfa, Kern Pharma, Krka
vancomicina	antibiòtic glucopeptídic	Abbot, Combino Pharma, Pfizer, Sala

TAULA 1. Noms genèrics dels fàrmacs, llur funció i els laboratoris fabricants (taula elaborada per l'autor)

Els qualificatius que s'accepten en la denominació d'un medicament —no subjecte a prescripció mèdica— poden fer referència als aspectes següents:

- 1) L'acció terapèutica: analgèsic, anestèsic, antiàcid, antial·lèrgic, antidiarreic, antiemètic, antiflatulent, antigripal, antihemorroidal, antisèptic, antitussiu, descongestiu, expectorant, laxant, mucolític, etc.<sup>8</sup> Per exemple, Iniston Antitusivo, Iniston Descongestivo, Iniston Expectorante, Iniston Mucolític (cf. Guia).
- 2) La composició: complex, compost, plus. Per exemple, Fluimucil Complex, Aspirina Plus.
- 3) La via d'administració: bucal, capil·lar, labial, vaginal, etc. Per exemple, Betadine Bucal, Maynar Labial, Betadine Vaginal.
- 4) El grup d'edat a qui va dirigit el fàrmac: lactants, nens o adults.
- 5) El temps d'alliberament de la substància activa: flas, flash; retard; instant, ràpid, fast, etc. Per exemple, Serc Flas, Efferaldol Flash, Doclis Retard, Feldene Fast.
- 6) El sabor o l'aroma. Per exemple, Angileptol Sabor Menta.
- 7) La posologia: uní (per a administració única), unidie (posologia d'un cop al dia), bid (posologia de dos cops al dia). Per exemple, Lamicosil Uní.

Entre les característiques que es tenen en compte en el procés de selecció d'un nom per a un fàrmac, destaquem aquestes:

- 1) Que el nom sigui realment únic.
- 2) Que no s'assembli massa al nom d'altres marques de medicaments ni al nom genèric.
- 3) Que soni bé i es llegeixi amb facilitat.
- 4) Que no correspongui, per casualitat, a cap mot ofensiu, despectiu o vergonyós en cap llengua o dialecte.
- 5) Que sigui atractiu a escala global.

Convé d'evitar que un nom de marca comercial es pugui confondre amb un nom genèric, si bé a vegades el primer és simplement una versió escurçada d'aquest últim, com ara Minocin<sup>®</sup> (minociclina, un antibiòtic del grup de les tetraciclines).

En els dos apartats següents presentem, en primer lloc, una llista amb els de marca corporativa de la companyia farmacèutica, incorporada plenament —o quasi— en la denominació del fàrmac (deixem de banda aquelles denominacions en què el nom del laboratori o de la companyia figura com a nom independent en el terme sintagmàtic), i, en segon lloc, altres noms de marca no recollits en el nostre treball anterior (vegeu la nota 1).

### 3.1 Noms de marca corporativa de la companyia farmacèutica

**Abboplegisol<sup>®</sup>** (= clorurs de sodi, calci, magnesi i potassi), solució cardioplègica per a perfusió cardíaca; abbo- (d'Abbott Laboratories) + -plegi- (de cardioplègic -a) + -sol (de solució).

**Aldosomnil<sup>®</sup>** (= lormetazepam), hipnòtic sedant; aldo- (del laboratori farmacèutic Aldo-Union)<sup>9</sup> + -somnia (de somni).

**Amoximedical<sup>®</sup>** (= amoxicil·lina), antibiòtic penicil·línic sensible a la penicil·linasa; amoxi- (de amoxicil·lina) + -medical (de Medical Laboratorios).

**Baycip<sup>®</sup>** (= ciprofloxacina), antibiòtic fluoroquinolònic que actua sobre soques específiques de bacteris; bay- (de Bayer, companyia quimicofarmacèutica)<sup>10</sup> + -cip (de ciprofloxacina).

**Belmalax<sup>®</sup>** (= lactulosa), laxant emprat en el tractament de les malalties metabòliques; belma- (dels laboratoris Belmac) + -lax (de laxant).

**Brisoral<sup>®</sup>** (= cefprozil), antibiòtic cefalosporínic; bris- (de la companyia biofarmacèutica Bristol Myers Squibb) + -oral (de oral, car es presenta amb les formes farmacèutiques de comprimits recoberts i de pòlvores per a suspensió oral).

**Cibalgina<sup>®</sup>** (= clorhidrat de drofenina + propifenazona), antiespasmòdic associat amb analgèsic contra el patiment funcional de l'estómac i l'intestí; ciba- (dels laboratoris Ciba).<sup>11</sup>

**Cinfamar<sup>®</sup>** (= dimenhidrinat), antiemètic i antihistamínic H<sub>1</sub>; cinfa- (dels laboratoris Cinfa)<sup>12</sup> + -mar (de mareig, ja que és un fàrmac indicat en la prevenció i el tractament dels símptomes del mareig produïts pels mitjans de transport, per terra, mar o aire, com ara nàusees, vòmits i vertígens).

**Cusimolol<sup>®</sup>** (= timolol), blocador d'adrenoreceptors β emprat en el tractament del glaucoma; cusí- (d'Alcon Cusí, SA) + -molol (de timolol).

**Ernodasa<sup>®</sup>** (= estreptocinasa + estreptodornasa), enzims pancreàtics, fibrinolítics, indicats per a processos inflamatoris; ern- (de Laboratorios ERN, SA)<sup>13</sup> + -od- (de estreptodornasa) + -asa (terminació dels enzims).

**Fabrazyme<sup>®</sup>** (= agalsidasa beta), enzim de substitució en pacients amb la malaltia de Fabry (deficiència d'alfa-galactosidasa); fabr- (de Fabry) + -zyme (de Genzyme).<sup>14</sup>

**Foslainco<sup>®</sup>** (= hidrogenfosfat de disodi dodecahidrat + dihidrogenfosfat de sodi dihidrat), laxant emprat per netejar l'intestí abans d'una operació quirúrgica; fos- (de fòsfat) + -lainco (obtingut a partir de la primera síl·laba de cadascuna de les paraules que formen el nom Laboratorios de Investigación Coloidal).<sup>15</sup>

**Gambrosol<sup>®</sup>** solució per a diàlisi peritoneal, amb una concentració d'electròlits similar a la del plasma; gambro- (de Gambro)<sup>16</sup> + -sol (de solució).

**Gelofeno<sup>®</sup>** (= ibuprofèn), analgèsic, antiinflamatori, antipirètic; gelo- (de Laboratorios Gelos, SL) + -feno (de ibuprofeno).

**Gentibiopital<sup>®</sup>** (= sulfat de gentamicina), antibiòtic aminoglicosídic per a la prevenció i el tractament d'infeccions en intervencions quirúrgiques oculars; genti- (d'Istituto Gentili)<sup>17</sup> + -op- (de òptica).

**Ginejuvent<sup>®</sup>** (= clorur de benzalconi), antisèptic, desinfectant; gine- (del grec *gyné gynaikós*, 'dona') + -juvent (de Laboratorio Juventus, SA).

**Glucobay**<sup>®</sup> (= acarbosa), hipoglucemiant oral per tractar la diabetis mellitus de tipus 2 i, en alguns països, la prediabetis; *gluco-* (de glucosa) + *-bay* (de Bayer).

**Intergríp**<sup>®</sup> (= paracetamol), analgèsic i antipirètic + (= clorfenamina), antial·lèrgic i antihistamínic H<sub>1</sub> + (= cafeïna); *inter-* (de Interpharma, SA) + *-grip*. El prefix *inter-*, de Interpharma, SA, figura també en aquestes especialitats farmacèutiques: Intercold (= paracetamol + bitartrat de fenilefrina + maleat de clorfenamina), analgèsic, antihistamínic i descongestiu nasal; Interderm, antiinflamatori i glucocorticoide; Interfrin (= hidrocloreur d'oximetazolina), vasoconstrictor; Intermucol (= carbocisteïna), mucolític; Intertos (= hidrobromur de dextrometorfan), antitussigen.

**Isdibudol**<sup>®</sup> (= ibuprofèn); *isd-* (d'ISDIN)<sup>18</sup> + *-ibu-* (de *ibuprofen*). Altres especialitats amb *isd-*, *isdi-*, *isdin-*, *-isdin*, *-sdin*: Isdol (= ibuprofèn); Isdinex (= clorhidrat de difenhidramina), antiemètic i antihistamínic H<sub>1</sub>; Isdinium (= buteprat d'hidrocortisona); Acnisdin (= isotretinoïna), antiacneic; Cortisdin, corticoesteroide; Dermisdin, antiseborreic, antibacterià i antimicòtic; Fungisdin (= miconazole), antifúngic; Hidrocisdin (= hidrocortisona), glucocorticoide; Keratisdin (= àcid làctic); Ketoisdin (= ketoconazole), antifúngic; Micoisdin (= tolnaftat), antifúngic; Algiasdin (= ibuprofèn); Psoriasdin/Psorisdin, fàrmac contra la psoriasi.

**Justebarin**<sup>®</sup> (= sulfat de bari), contrast positiu per a estudis radiogràfics; *juste-* (de Grupo Juste)<sup>19</sup> + *bar-* (de bari). Altres especialitats amb *juste-*: Justegas (= hidrogencarbonat de sodi i àcid cítric anhidre); Justelax (senòsids A-B).

**Lacerol**<sup>®</sup> (= diltiazem), vasodilatador coronari; *lacer-* (de Laboratorios Lacer, fundats l'any 1949). Una altra especialitat amb *lacer-*: Lacerdermol, complex vitamínic de retinol, biotina i vitamines del grup B.

**Letisan**<sup>®</sup> (= vitamina C), antioxidant; *leti-* (de Leti; LETI = Laboratorio Experimental de Terapèutica Inmunògena, fundat l'any 1919 pel doctor Pedro Domingo Sanjuán).

**Loperkey**<sup>®</sup> (= loperamida), antidiarreic; *loper-* (de *loperamida*) + *-key* (d'INKEYSA, SA, abans INKEY, SA).<sup>20</sup> Altres especialitats farmacèutiques de la mateixa empresa amb la terminació *-key*: Algikéy (= ketorolac), analgèsic + (= trometamol), diürètic osmòtic; Ansiókey (= valeriana); Aterkey (= lovastatina), hipolipemiant; Bifokey (= bifonazole), fungicida d'ús tòpic; Dolokey (EFP); Famokey (= famotidina, antagonista dels receptors de la histamina H<sub>2</sub>), inhibidor de la secreció àcida gàstrica; Fitokey Ginkgo, vasodilatador i antiagregant; Oxatokey (= oxatomida), antial·lèrgic i antiasmàtic; Tensikey (= lisinopril), antihipertensor + (= hidroclorotiazida), diürètic.

**Medebiotin**<sup>®</sup> (= biotina), fàrmac per a la prevenció i el tractament del dèficit de vitamines del complex B; *mede-* (de Laboratori Medea, SA) + *-biotin* (de biotina). Altres especialitats amb *mede-*: Medenorex (= ciproheptadina), estimulador de l'apetit; Mederebro (= monohidrat de tiamina, clorhidrat de piridoxina, cianocobalamina); Mederreumol (= indometacina), analgèsic, antiinflamatori, antipirètic.

**Menaderm**<sup>®</sup> (= dipropionat de beclometasona), glucocorticoide que redueix la inflamació i les reaccions al·lèrgiques de la pell; *mena-* (del grup farmacèutic Menarini)<sup>21</sup> + *-derm* (del mot grec *dérma*, -atos, 'pell'). Altres especialitats amb *men-*, *-men*, *-men-*, *mena-*: Mencalisvit (lactat de calci + colecalciferol), prevenció i tractament del dèficit de vitamina D; Batmen (= prednicarbat), glucocorticoide; Digestomen Complex (= pepsina, papaïna); Lacimen (= lacidipina), blocador dels canals de calci, vasodilatador coronari; Virmen (= aciclovir), antivíric; Zamene (= deflazacort), glucocorticoide; Menalgil (= hidrocloreur de tiamina, hidrocloreur de piridoxina, cianocobalamina); Menaven (= heparina sòdica), anticoagulant, antitrombòtic.

**Mucosan**<sup>®</sup> (= hidrocloreur d'ambroxol), expectorant; *muco-* (de mucositat) + *-san* (de Sanofi, multinacional dedicada a la fabricació i a la comercialització de productes farmacèutics).

**Narvizol**<sup>®</sup> (= astemizole), antial·lèrgic i antihistamínic H<sub>1</sub>; *narv-* (de Narval Pharma) + *-izol* (de astemizole).

**Norditropin**<sup>®</sup> (= somatotropina o somatropina), estimulador del creixement; *nordi-* (de Novo Nordisk Pharma)<sup>23</sup> + *-tropin* (de somatotropina). Altres especialitats amb *novo-* (també de Novo Nordisk Pharma): Novomix (insulina); Novonorm (= repaglinida), hipoglucemiant oral; Novorapid (insulina); Novoseven (factor de coagulació).

**Normofenicol**<sup>®</sup> (= cloramfenicol), antibiòtic bacteriostàtic; *normo-* (de Laboratorios Normon)<sup>22</sup> + *-fenicol* (de cloramfenicol). Una altra especialitat amb *normo-*: Normovite (= àcid fòlic i ferro), associació antianèmica.

**Onsukil**<sup>®</sup> inhalador (= procaterol), broncodilatador; *onsukil* (obtingut a partir de la combinació de *o-* i *-suk-*, d'Otsuka Pharmaceutical, empresa farmacèutica japonesa fundada el 1964).

**Orgalutran**<sup>®</sup> (= ganirelix), hormona sexual; *orga-* (d'Organon, companyia de salut); també començat amb *orga-* Orgametril (= linestrenol), progestagen.

**Osteomerck**<sup>®</sup> (fosfat de calci + colecalciferol), fàrmac per a la prevenció i el tractament del dèficit de vitamina D); de *osteo-* (del grec *ostéon*, 'os') + *-merck* (de la multinacional alemanya Merck).<sup>24</sup> Una altra especialitat amb *-merck*: Sedalmerck (= cafeïna + clorhidrat d'efedrina + clorhidrat d'etilmorfina + propifenazona), analgèsic i antipirètic.



**Quimpedor**<sup>®</sup> (= cafeïna + fenazona + clorhidrat de piridoxina + propilfenazona + clorhidrat de tiamina), analgèsic, antipirètic i antineurític; *quimpe-* (de Laboratorios Quimpe, SL, de Màlaga).

**Robervital**<sup>®</sup> (= oxaceprol + succinat àcid de tocoferol), antiinflamatori + vitamina E; *rober-* (de Laboratoris Robert, de Barcelona, companyia extingida) + *-vital* (de vitamina E); també començat amb *rober-*: Roberfarin.

**Rochevit**<sup>®</sup>, compost vitamínic; *roche-* (de Roche Farma) + *-vit* (de vitamina).

**Rubacina**<sup>®</sup> (= famotidina), antagonista dels receptors de la histamina H<sub>2</sub> i inhibidor de la secreció àcida gàstrica; *rub-* (de Laboratoris Rubió SA,<sup>25</sup> de Castellbisbal, Barcelona) + *-ina* (de famotidina); també amb *rubi-*: Rubifen (= metilfenidat), psicoestimulant, amb *-fen* (de metilfenidat), i Rubiulcer (= clorhidrat de ranitina), antisecretor gàstric, amb *-ulcer* (de úlcera).

**Salvacolina**<sup>®</sup> (= loperamida), antidiarreic; *salva-* (de Laboratoris Salvat, SA,<sup>26</sup> d'Esplugues de Llobregat, Barcelona); també començat amb *salva-*: Salvacolon, recolonitzador de la flora bacteriana intestinal; Salvapen (= trihidrat d'amoxicil·lina), antibiòtic penicil·línic sensible a la penicil·lasa, amb *-pen* (de penicil·lina); Salvarina (= cafeïna + dimenhidrinat + ibuprofèn), analgèsic, antihistamínic H<sub>1</sub> i antiemètic.

**Sandomigran**<sup>®</sup> (= pizotifèn), antimigranyós; *sando-* (de Sandoz, divisió del grup Novartis)<sup>27</sup> + *-migran* (de migranya).

**Schericur**<sup>®</sup> (= hidrocortisona), glucocorticoide; *scheri-* (de l'empresa farmacèutica Schering Plough);<sup>28</sup> també amb *scheri-*: Scheriproct (clorhidrat de cincocaïna + prednisolona + mentol), anestèsic local, glucocorticoide, aromatitzant.

**Septacef**<sup>®</sup> (= cefradina), antibiòtic cefalosporínic sensible a la cefalosporinasa; *septa-* (de Laboratorios Septa-Chemifarma, SA)<sup>29</sup> + *-cef* (de cefadrina).

**Sulidamor**<sup>®</sup> (= nimesulida), antiinflamatori; *sulida-* (de nimesulida) + *-damor* (de Farmaceutici Damor, SPA).<sup>30</sup>

**Taucor**<sup>®</sup> (= lovastatina), hipolipemiant; *tau-* (de Laboratorios Farmacéuticos Sigma-Tau) + *-cor* (de l'òrgan *cor*); també començat amb *tau-*: Tautoss (= levodropropizina), antitussigen, amb *-toss*.

**Tobradistin**<sup>®</sup> (= tobramicina), antibiòtic aminoglicosídic; *tobra-* (de tobramicina) + *-dist-* (de Laboratorio Dista).

**Torlasporin**<sup>®</sup> (= cefalexina), antibiòtic cefalosporínic sensible a la cefalosporinasa; *torla-* (de LDP Torlan)<sup>31</sup> + *-sporin* (de cefalosporina).

**Uxalex**<sup>®</sup> (= rasagilina), inhibidor de la monoaminoxidasa (MAO) per tractar la malaltia de Parkinson; *uxa-* (del nom del laboratori UXAFarma).

**Uxazen**<sup>®</sup> (= hidroclofur de donepezil), inhibidor de la colinesterasa, fàrmac indicat per tractar la

demència; *uxa-* (del laboratori UXAFarma) + *-zen* (obtingut a partir de la combinació de les lletres *z*, *e*, *n* de donepezil).

**Venolep**<sup>®</sup> (= hidrosmina), medicament que alleuja els símptomes relacionats amb la insuficiència venosa crònica; *veno-* (de venós) + *-lep* (de Farma Lepori).<sup>32</sup>

**Viread**<sup>®</sup> (= tenofovir disoproxil), fàrmac anti-VIH/SIDA; *vir-* (de virus) + *-ad* (de Gilead Sciences).<sup>33</sup>

**Vitafardi C-B<sub>12</sub>** (= vitamina C i vitamina B<sub>12</sub>), complement alimentari per ajudar les defenses naturals de l'organisme i reduir el cansament i la fatiga; *vita-* (de vitamina) + *-fardi* (de FARDI).<sup>34</sup>

### 3.2 Altres noms de marca

- a) Sovint molts noms de marca suggereixen una característica del fàrmac (l'efecte previst, la part anatòmica on es vol incidir, la patologia que es vol combatre, etc.). Per exemple:

**Asmaflu**<sup>®</sup> (= flunisolida), glucocorticoide inhalador que actua contra l'obstrucció de les vies respiratòries; terme compost per asma- + angl. -flu ('grip').

**Bronchenolo**<sup>®</sup> (= dextrometorfan), antitussigen; parteix de l'italià *bronchiolo* ('bronquíol').

**Calmatuss**<sup>®</sup> (= dropropizina), antitussigen, sedant perifèric que calma la tos (*-tuss*, de tussigen).

**Cialis**<sup>®</sup> (= tadalafil), vasodilatador; el nom deriva de *ciel* ('cel'), per la sensació de «volar» que produeix el fàrmac.

**Diabemide**<sup>®</sup> (= clorpropamida), hipoglucemiant oral, fàrmac antidiabètic, pertanyent a la classe de compostos orgànics de les sulfonilurees; format per *diabe-* + *-mide* (de clorpropamide).

**Dissenten**<sup>®</sup> (= loperamida), antidiarreic; parteix de *disenteria*.

**Gardenal**<sup>®</sup> (= fenobarbital), antiepilèptic barbitúric; d'acord amb l'opinió d'un químic del Roine, de nom Poulenc, *garde-* (del francès *garder*, 'mantenir') + *-al* (de *veronal*).

**Glucotrol**<sup>®</sup> (= glipizida), controla els nivells elevats de glucosa (sucre) a la sang.

**Golasan**<sup>®</sup> (= clorhexidina), antisèptic i desinfectant, indicat per a la higiene de la gola, de les genives i de les dents.

**Lenident**<sup>®</sup> (= procaïna), anestèsic local emprat pels odontòlegs; del llatí *lenis* ('suau, dolç') + *dens dentis* ('dent').

**Lipitor**<sup>®</sup>, **Liponorm**<sup>®</sup> (= atorvastatina) tracten els nivells anormals de lípids i prevenen malalties cardiovasculars.

**Lopressor**<sup>®</sup> (= metoprolol) redueix la pressió arterial alta (hipertensió).

**Painkiller**<sup>®</sup> (= paracetamol), analgèsic per tractar el dolor; de l'anglès *pain* ('dolor') + *killer* ('matador'), o sigui, 'que mata el dolor'.

**Prostatil**<sup>®</sup> (= terazosina), antihipertensor que produeix un bloqueig dels receptors  $\alpha_1$  adrenèrgics a la pròstata.

**Skelaxin**<sup>®</sup> (= metaxalona) relaxa els músculs esquelètics.

**Tranquirit**<sup>®</sup> (= diazepam) tranquil·litzant (d'on ve el nom).

**Vasdilal**<sup>®</sup> (= mononitrat d'isosorbida), diürètic osmòtic per a la teràpia de manteniment de la insuficiència coronària, prevenció d'atacs d'angina de pit; el nom ve de *vasodilatador*.

b) Quan ideen els noms de marca, els inventors, en alguns casos, intenten incorporar una referència a la biologia del fàrmac, fer associacions amb el seu funcionament. Per exemple:

**Comirnaty**<sup>®</sup>, vacuna d'ARNm contra la COVID-19; el nom combina *co-* (del mot *covid*) i *-m-* + *-rna-* (del mecanisme d'acció, ARNm).

**Spikevax**<sup>®</sup>, vacuna d'ARNm contra la COVID-19; el nom està format per *spike-* (de l'anglès *spike* ('espiga'), en referència a les proteïnes d'espiga que el coronavirus utilitza per penetrar en les cèl·lules) i la terminació *-vax* (típica de les vacunes).

**Xalkori**<sup>®</sup> (= crizotinib), anticanceròs; en el nom comercial figura el segment *-alk-*, ja que és un inhibidor de l'ALK (sigla de *anaplastic lymphoma kinase*, 'cinasa del limfoma anaplàsic').

**Zelboraf**<sup>®</sup> (= vemurafenib), anticanceròs utilitzat per tractar el melanoma; en el nom figuren els segments *-b-* i *-raf*, ja que és una molècula que inhibeix el gen BRAF (o sigui *b-raf*).

c) Altres vegades els noms de marca estan formats per combinació del nom de l'òrgan diana i el nom del principi actiu, o amb fragments de les denominacions comunes internacionals (DCI) o amb lletres o segments del nom químic del fàrmac:

**Cardizem**<sup>®</sup> (= diltiazem), vasodilatador coronari; de *cardi-* (forma prefixada del mot grec *kardía*, 'cor') + terminació *-zem* (de *diltiazem*).

**Ciprodex**<sup>®</sup> (= ciprofloxacina), antibiòtic fluoroquinolònic + (= dexametasona), glucocorticoide.

**Folina**<sup>®</sup> (= àcid fòlic), fàrmac emprat en la prevenció i el tractament del dèficit de vitamines del complex B.

**Tylenol**<sup>®</sup> (= paracetamol), fàrmac analgèsic i antipirètic; el nom parteix de la combinació de diferents segments de *para-acetyl-amino-phenol* ('para-acetil-amino-fenol').

d) Els noms de marca també poden ser evocadors d'idees relacionades: noms propis, noms comuns, sonoritat o suavitat d'un mot (associació so-fàrmac), onomatopeies, etc.

**Latisse**<sup>®</sup> (= bimatoprost), fàrmac emprat per al tractament del glaucoma i utilitzat també per augmentar la mida de les pestanyes; el nom ve de l'anglès *eye lash* ('pestanya') + *-tisse* (de H. Matisse, pintor impressionista francès, 1869-1954).

**Lunesta**<sup>®</sup> (= eszopiclona), hipnòtic per al tractament de l'insomni; el nom evoca la paraula *lune* ('lluna'), evocadora d'una sensació d'influències lunars.

**Lyrica**<sup>®</sup> (= pregabalina), medicament anticonvulsiu, analgèsic i ansiolític que s'utilitza per tractar l'epilèpsia, el dolor neuropàtic, la fibromiàlgia, la síndrome de les cames inquietes, l'abstinència d'opioides i el trastorn d'ansietat generalitzada. Mot relacionat: adj. *líric -a* («el nom parteix de l'adjectiu líric *-a*. Antigament, destinat a ésser cantat amb acompanyament de la lira», DIEC2; cf. *poeta líric*, *poesia lírica*).

**ZzzQuil**<sup>®</sup> (= melatonina), comprimits per dormir; nom format a partir de l'onomatopeia *zzz*, unida al segment *-quil* de l'anglès *tranquility* ('tranquil·litat').

e) Finalment, els noms de marca també poden contenir inesperades: la lletra en qüestió sol haver estat triada per tal que el nom sigui més distingible.

**Almax**<sup>®</sup> (= almagat), antiàcid; de *almagat*, amb la lletra *x* al final.

**Pristiq**<sup>®</sup> (= desvenlafaxina), medicament antidepressiu (inhibidor selectiu de la recaptació de la serotonina i la norepinefrina), amb la lletra *q* al final.

#### 4 Per acabar

Els medicaments amb nom genèric contenen els mateixos principis actius que els de marca o comercials i han de complir els mateixos estàndards de qualitat i de seguretat. Els medicaments de marca o comercials estan subjectes a patents que en protegeixen la fórmula. La principal diferència entre els dos tipus de medicaments consisteix en la marca (associada a la recerca i al màrqueting), però uns i altres són segurs i efectius, si bé els genèrics solen ser una opció més econòmica per als pacients. ✿

## 5 Bibliografia

- CAFFARELLI, Enzo (2011). «Nomi commerciali». A: *Enciclopedia dell'Italiano* [en línia <[https://www.treccani.it/enciclopedia/nomi-commerciali\\_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/>](https://www.treccani.it/enciclopedia/nomi-commerciali_(Enciclopedia-dell'Italiano)/>)] [Consulta: 31-1-2024].
- COLOMER, Rosa (dir.); JULIÀ I BERRUEZO, Maria A. (2008). *Lèxic de fàrmacs*. Barcelona: Col·legi de Farmacèutics de Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia.
- CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE FARMACÉUTICOS (2003). *Catálogo de especialidades farmacéuticas*. Madrid: Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos. (Colección Consejo Plus)
- [DIEC2] = INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS (2007). *Diccionari de la llengua catalana* [en línia]. Barcelona: Edicions 62: Enciclopèdia Catalana. <<https://dlc.iec.cat>> [Consulta: 31-1-2024].
- [Guía] = MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD (2011). *Guía para la aceptación de nombres de medicamentos: Directrices de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios para la elección del nombre de los medicamentos de uso humano* [en línia]. Madrid: Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad. Subdirección General de Medicamentos de Uso Humano. Versió 1. (1 agost) <<https://www.aemps.gob.es/industria/regMedicamentos/docs/guia-Nomb-MUH.pdf>> [Consulta: 31-1-2024].
- RIERA, Carles (2017). «Medicaments: noms comercials o de marca». *Terminàlia* [en línia], núm. 16, p. 29-39. <<https://revistes.iec.cat/index.php/Terminalia/article/view/142775>> [Consulta: 31-1-2024].
- XERENCIA DE ATENCIÓN PRIMARIA DE OURENSE. COMISIÓN DE FARMACIA E TERAPÉUTICA (1999). «Prescripción de medicamentos genéricos». *Boletín de Información Farmacoterapéutica* [en línia]. <[https://www.sergas.es/cas/documentacionTecnica/docs/Farmacia/XapOurense/InformacionFarmacoTerapeutica/NMedicamentos\\_genericos.PDF](https://www.sergas.es/cas/documentacionTecnica/docs/Farmacia/XapOurense/InformacionFarmacoTerapeutica/NMedicamentos_genericos.PDF)> [Consulta: 31-1-2024].

## Notes

1. Aquest estudi en complementa un altre que vam publicar l'any 2017: «Medicaments: noms comercials o de marca» (vegeu-ne, en la bibliografia, la citació completa). Sobretot desenvolupem més àmpliament l'apartat 2.6 del dit treball («[Mots] Relatius al nom de la companyia farmacèutica»).
2. Per la Llei 29/2006, de 26 de juliol, de garanties i ús racional dels medicaments i productes sanitaris, la denominació *especialitat farmacèutica genèrica* va ser substituïda per la de *medicament genèric*.
3. La sigla EFG és privativa del medicament genèric des de l'1 de gener de 2016, quan entraren en vigor les modificacions del text refós de la Llei de garanties i ús racional dels medicaments i productes sanitaris.
4. El TERMCAT recull els termes *medicament objecte de publicitat destinada al públic* i *especialitat farmacèutica publicitària* (així com la sigla EFP) amb la definició següent: «Medicament que no conté substàncies psicotròpiques ni estupefaents, que per la seva composició i el seu objectiu es pot dispensar sense recepta mèdica, que no es finança amb fons públics i del qual es permet fer publicitat directa al públic».
5. Atès que la llista de medicaments és sempre canviant, per a una llista actualitzada vegeu <https://cima.aemps.es>.
6. A propòsit del gènere gramatical d'aquest terme, vegeu Josep RUAIX (2023), «El problema lingüístic covidà», a *Nous estudis de llengua*, Barcelona, Claret, p. 725-732. Vegeu també M. Antònia JULIÀ, Elisabet SERÉS i Fèlix BOSCH (coord.) (2022), *Diccionari multilingüe de la COVID-19: Cinc-cents termes per a entendre la pandèmia*, Barcelona, TERMCAT i Fundació Dr. Antoni Esteve, col·l. «Quaderns», 50.
7. Vegeu la nota 5.
8. Hi ha molts més adjectius indicadors d'accions terapèutiques, però els esmentats són habituals en els medicaments que no estan subjectes a prescripció mèdica (com ja hem dit). Altres qualificatius d'accions terapèutiques de medicaments en general són: *anorèctic*, *ansiolític*, *antiacneic*, *antial·lèrgic*, *antialopèdic*, *antianèmic*, *antiarrítmic*, *antiasmàtic*, *antiabortiu*, *antibacterià*, *antidepressiu*, *antidiabètic*, *antidiürètic*, *antiepilèptic*, *antiespasmòdic*, *antifúngic*, *antihemorràgic*, *antihiperlipèmic*, etc.
9. Fundat el 1961 per Josep M. Calzada Badia, doctor en Farmàcia.
10. Fundada el 7 d'agost de 1863 a Alemanya per l'industrial Friedrich Bayer (1825-1880); a l'inici fabricaven pigments tèxtils.
11. De CIBA, sigla de Gesellschaft für Chemische Industrie Basel (Indústria Química de Basilea).
12. L'any 1964 un grup de farmacèutics fundà, a Navarra, Infarco (Indústria Farmacèutica Cooperativa), societat matriu de Cinfa.
13. Fundat a Barcelona el 1942.
14. Empresa de biotecnologia nord-americana amb seu a Cambridge, Massachusetts. Des de la seva adquisició el 2011, Genzyme ha estat una filial de propietat total de Sanofi.
15. Fundats l'any 1934 pel doctor Josep Antoni Serrallach i Julià (Barcelona, 1902-1990), químic.
16. Empresa de tecnologia mèdica que fabrica productes per al tractament de la diàlisi.
17. Empresa farmacèutica italiana que ofereix solucions terapèutiques innovadores en oncologia i oncohematologia.
18. Laboratori de Barcelona fundat el 1975 i especialitzat en temes dermatològics.



## Noms dels fàrmacs que inclouen denominació del laboratori: els genèrics i els de marca (o comercials)

Carles Riera i Fonts

19. Empresa fundada el 1920 per Rafael Juste Castán, doctor en Medicina i Farmàcia.
20. Empresa constituïda l'any 1980, ubicada a Esplugues de Llobregat.
21. Companyia farmacèutica fundada a Nàpols el 1886.
22. Laboratorios Normon és la fusió, l'any 1958, de dues empreses: Laboratorios Orto, de Sevilla, i els antics Laboratorios Normon, de Madrid.
23. Empresa fundada el 1923 amb seu als afores de Copenhaguen (Dinamarca).
24. Fundada l'any 1668.
25. Empresa farmacèutica fundada el 1968.
26. Companyia farmacèutica fundada a Barcelona el 1955 per l'empresari Tomàs Miarnau i el científic doctor Antoni Salvat.
27. El seu origen data del 1886, en què es fundà una petita empresa química a Basilea, Suïssa.
28. Establerta l'any 1851 per Ernst Christian Friedrich Schering com a Schering, a Alemanya; el 1971 s'uní a l'empresa Plough, fundada per Abe Plough el 1908, amb seu als Estats Units.
29. Laboratori de San Fernando de Henares (Madrid).
30. Empresa farmacèutica italiana fundada el 1943.
31. LDP Laboratorios Torlan, SA, amb seu a Cerdanyola del Vallès.
32. Laboratori de Barcelona que Angelini Pharma España adquirí el 1978.
33. Empresa de biotecnologia estatunidenca que descobreix, desenvolupa i comercialitza productes terapèutics.
34. Laboratorio de Aplicaciones Farmacodinámicas, SA (FARDI = **farmacodinámicas**).

# La expansión del *naming*, objeto de la terminología

HUIMIN SUN

Universitat Pompeu Fabra

ORCID: 0000-0002-4987-3617

huimin.sun@upf.edu

## Huimin Sun és doctoranda de

l'Institut de Lingüística Aplicada (IULA) de la Universitat Pompeu Fabra. Màster universitari en Traducció entre Llengües Globals: Xinès-Espanyol (2022), de la Universitat Pompeu Fabra. Actualment és investigadora predoctoral en formació (FI) del grup IULATERM (Lèxic i Tecnologia). La seva recerca doctoral, sota la direcció de Mercè Lorente Casafont, se centra en la relació entre la creació de noms de marca (*naming*) i la terminologia de productes espanyols de l'àmbit de la dermocosmètica en el mercat xinès.



## Resumen

El *naming* es reconocido como la creación de nombres de marca, de producto o de empresa. Tradicionalmente se ha considerado parte de la onomástica debido a su naturaleza de nombre propio, limitando su estudio al ámbito del marketing. Sin embargo, en nuestra investigación en curso, hemos observado que en las denominaciones de productos, además del nombre propio, se incluyen otros elementos lingüísticos que designan y significan conceptos del producto, abarcando unidades terminológicas. En este sentido, hemos bautizado este fenómeno como «expansión del *naming*» y nos hemos propuesto delimitarlo como una unidad lingüística compleja (unidad de *naming*). En este artículo, describimos este fenómeno y analizamos la relación entre la unidad de *naming* y las unidades terminológicas. PALABRAS CLAVE: *naming*; terminología; chino; español; dermocosmética

## Resum

### L'expansió del *naming*, objecte de la terminologia

El *naming* és reconegut com la creació de noms de marca, de producte o d'empresa. Tradicionalment s'ha considerat part de l'onomàstica a causa de la seva naturalesa de nom propi, limitant així el seu estudi a l'àmbit del màrqueting. Tot i amb això, en la nostra investigació en curs, hem observat que en les denominacions de productes, a més del nom propi, s'inclouen altres elements lingüístics que designen i signifiquen conceptes del producte, abastant unitats terminològiques. En aquest sentit, hem batejat aquest fenomen com a «expansió de *naming*» i ens hem proposat delimitarlo com una unitat lingüística complexa (unitat de *naming*). En aquest article, descrivim aquest fenomen i analitzem la relació entre la unitat de *naming* i les unitats terminològiques.

PARAULES CLAU: *naming*; terminologia; xinès; castellà; dermocosmètica

## Abstract

### The expansion of *naming*, the object of terminology

*Naming* is recognized as the creation of brand, product, or company names. Traditionally, it has been considered part of onomastics due to its nature as a proper name, limiting its study to the field of marketing. However, in our ongoing research, we have observed that in product names, besides the proper name, other linguistic elements are included that designate and signify product concepts, encompassing terminological units. In this sense, we have named this phenomenon “*naming expansion*” and we have proposed to delimit it as a complex linguistic unit (*naming unit*). In this article, we describe this phenomenon and analyze the relationship between the *naming* unit and terminological units.

KEYWORDS: *naming*; terminology; Chinese; Spanish; dermocosmetics

TERMINÀLIA 29 (2024): 22-33 · DOI: 10.2436/20.2503.01.201

Data de recepció: 8/2/2023. Data d'acceptació: 6/5/2024

ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica) · <https://terminalia.iec.cat>

## 1 Introducción

Con la constante expansión del mercado y la aparición de nuevos productos, cada día se crean más y más nombres de productos, los cuales son unidades lingüísticas artificiosas y aleatorias. Tradicionalmente, la idea que tenemos del *namíng* es la creación del nombre de una marca comercial o del nombre de una empresa; por lo tanto, se suele concebir como un nombre propio que no suele cambiar (con excepción de su logo o imagen gráfica). Desde el punto de vista lingüístico, el *namíng* formaría parte de la onomástica, por su naturaleza de nombre propio. Esta visión restringida ha implicado que el interés y la mayoría de los estudios sobre *namíng* estén vinculados al ámbito del marketing. En la actualidad, el *namíng* también incluye la creación de nombres comerciales para todo tipo de productos.

El presente artículo forma parte de la investigación doctoral en curso en la Universitat Pompeu Fabra, dentro del grupo IULATERM y bajo la dirección de Mercè Lorente Casafont. Se trata de una tesis en lingüística aplicada, en la intersección entre terminología, *namíng*, estandarización y traducción para fines comerciales. Mediante el análisis descriptivo de las denominaciones de productos dermocosméticos de tres marcas españolas recopiladas en una base de datos, utilizando como marco la teoría comunicativa de la terminología (Cabré, 1999) y estudios actuales sobre *namíng* y marketing, por un lado, se pretende contribuir al análisis de la traducción del español hacia la lengua china de denominaciones comerciales para su venta en plataformas de venta en línea y, por otro lado, ubicar adecuadamente las acciones de difusión y traducción de nombres de productos dentro de la estandarización comercial. Como elementos complementarios se construye un glosario de nombres genéricos multilingüe (chino-español-inglés) de las unidades terminológicas que se pueden aplicar al ámbito empresarial de la dermocosmética, especialmente para la traducción comercial.

Después de analizar las denominaciones de los productos dermocosméticos de las empresas españolas en su proceso de venta en China, hemos podido hacer dos constataciones iniciales:

- a) En contextos internacionales, el *namíng* de la dermocosmética se adapta; es decir, que las denominaciones españolas no se mantienen inalterables, sino que se traducen al chino con modificaciones.
- b) El *namíng* en dermocosmética se expande más allá del nombre propio. Además de nombres propios, incluyen algunos elementos lingüísticos más que sirven para designar, denominar y significar conceptos del producto. Estos elementos lingüísticos, en gran parte, son unidades terminológicas claras.

En esta línea, hemos delimitado como objeto de estudio de nuestra investigación las secuencias comple-

tas que incluyen el nombre propio de la marca o del producto más estos elementos mayoritariamente terminológicos. Caracterizamos estas secuencias como unidades lingüísticas complejas, bajo la denominación específica de «unidad de *namíng*». Y nos referimos a la parte terminológica de la unidad de *namíng* con la denominación «expansión del *namíng*» (Sun y Lorente, 2023).

Los objetivos específicos de este artículo son los siguientes:

1. Describir, mediante datos reales, la unidad del *namíng* como unidad lingüística compleja e identificar la expansión terminológica correspondiente.
2. Analizar la relación entre la unidad de *namíng* y las unidades terminológicas para encontrar algunas posibles similitudes y diferencias.
3. Y, por último, presentar un modelo de análisis de la unidad de *namíng*, profundizando en la descripción del *namíng* de producto en relación con la terminología.

La hipótesis que subyace es que la unidad terminológica participa en la formación de la unidad de *namíng*, y que las dos comparten similitudes: la unidad de *namíng* refleja características tangibles (tamaño, color, forma) e intangibles (marca, imagen de empresa, emociones) de un producto para que el consumidor se interese por el producto, mientras que la unidad terminológica es el reflejo de características esenciales de un concepto.

Para lograr esto, hemos analizado la unidad de *namíng* de veinte productos de tres marcas españolas (Isdin, Martiderm y Endocare) que operan en el mercado chino. Para ello, en primer lugar, se describe la estructura interna (macroestructura). En segundo lugar, se analizan y clasifican los patrones denominativos de la unidad de *namíng* en español y en chino. Por último, se examinan la productividad de cada patrón y su frecuencia de uso, con el fin de identificar qué características o dimensiones son más prominentes en la denominación de los productos dermocosméticos.

En el siguiente apartado sobre el marco teórico, por un lado, se describe la perspectiva terminológica para analizar la unidad de *namíng* bajo la teoría comunicativa de la terminología (Cabré, 1999) y, por otro lado, se presenta la noción de «concepto de producto» en el ámbito del marketing para generar conocimiento sobre el diseño de un producto antes de lanzarlo al mercado. En el apartado 3 se expone la metodología utilizada, detallando el sistema de análisis lingüístico de la unidad de *namíng*. En el apartado 4 se presentan los resultados de la participación de la unidad terminológica dentro de la unidad de *namíng* y los patrones más frecuentes. Finalmente, en el apartado 5 se esbozan unas conclusiones generales, destacando la relación entre *namíng* y terminología y la similitud entre *unidad de namíng* y *unidad terminológica*.



## 2 Marco teórico

### 2.1 Principios de la teoría comunicativa de la terminología

Tanto para la caracterización de las expansiones terminológicas de *naming* como para el análisis de las unidades de *naming* complejas, la teoría comunicativa de la terminología es un modelo teórico óptimo, tanto por su concepción de lo que es una unidad terminológica como por la disponibilidad de diversos principios teóricos adecuados.

Cabré (1999, p. 130) define las unidades terminológicas como unidades multidimensionales, a su vez lingüísticas, cognitivas y comunicativas, de acuerdo con el carácter interdisciplinar de la materia. Las unidades de *naming* pueden acogerse también a esta definición multidimensional.

Los principios metodológicos de la teoría comunicativa de la terminología que mejor se adaptan a las necesidades de la perspectiva lingüística del *naming* son los siguientes:

#### 2.1.1 Principio de la combinación de las unidades terminológicas

Las unidades retenidas en los textos como representativas del conocimiento especializado pueden ser términos (nominales, verbales, adjetivales) o unidades más amplias, combinaciones frecuentes en un determinado ámbito de especialidad. Estas combinaciones pueden ser fraseológicas (sintagmas no autónomos comunicativamente, que contienen por lo menos un término, habitualmente verbales y específicamente usados en una materia), o combinaciones aún más vastas que constituyen unidades oracionales propias de un área específica (órdenes informáticas, interjecciones deportivas de valor oracional, etc.). (Cabré, 1999, p. 139)

#### 2.1.2 Principio de las relaciones conceptuales de las unidades terminológicas

Para la teoría comunicativa de la terminología (TCT) los conceptos usados en un campo especializado mantienen relaciones diversas entre sí, de forma que el conjunto que forman constituye una de las representaciones del campo en cuestión, percibido desde una perspectiva determinada, si tenemos en cuenta que los ámbitos pueden estructurarse desde diferentes perspectivas y a partir de diferentes concepciones. Las relaciones que se dan entre los conceptos son muy variadas y van más allá de las lógicas y ontológicas establecidas por la teoría comunicativa de la terminología (TGT). (Cabré, 1999, p. 138)

#### 2.1.3 Principio de adecuación

Desde el punto de vista pragmático, Cabré (1999) destaca el principio de adecuación en terminología: los

términos son unidades léxicas, activadas singularmente por sus condiciones pragmáticas de adecuación a un tipo de comunicación. La adecuación se expande también a las aplicaciones de la terminología, de manera que la selección de términos, la elaboración de textos especializados y el desarrollo de aplicaciones terminológicas se rigen por el mismo principio de adecuación a las necesidades comunicativas e informativas de los usuarios en contextos concretos.

Las unidades de *naming*, combinaciones lingüísticas complejas, son expresiones guiadas pertinentemente por los principios mencionados. Desde el punto de vista formal, las unidades de *naming* son combinaciones de nombres propios, unidades terminológicas y otros elementos lingüísticos (principio de la combinación). Desde el punto de vista conceptual, las unidades de *naming*, motivadas para representar el concepto de producto, reflejan conceptos de diversos ámbitos temáticos para transmitir conocimiento especializado a los consumidores. Desde el punto de vista pragmático, en la unidad de *naming* algunos términos conservan su forma original, mientras que otros existen como variaciones terminológicas formales (casi término o terminología no estandarizada). Tras entrar en el mercado chino, las unidades terminológicas de las denominaciones originales de los productos experimentan modificaciones. Algunas se han transformado en palabras comunes, otras han sido adaptadas a conceptos similares mediante metáforas o metonimia. Por consiguiente, consideramos que el comportamiento natural de las unidades terminológicas dentro de las unidades de *naming* sigue el principio de adecuación, ya que se adaptan en el ámbito comercial a los receptores que presentan distintos niveles de especialización y conocimiento.

### 2.2 Estudios de *naming*

El *naming* tiene interés tanto para la comunicación empresarial y las prácticas de marketing como para la investigación en la lingüística aplicada. Se centra sobre todo en la denominación de marcas y sus funciones discursivas, siendo la marca una representación integrada tangible e intangible de las organizaciones y los productos o servicios que ofrecen (Basciano, 2016; Chan y Huang, 1997).

Según la definición del alcance del *naming*, los estudios sobre el *naming* se dividen principalmente en dos bloques. Por un lado, los del primer bloque se concentran solo en la denominación de la marca. Desde una perspectiva lingüística, Herrero Ingelmo (2007, p. 59) califica los nombres de marca como «palabras de la tribu» y explica que su estatus gramatical es complejo. Chan y Huang (1997 y 2001) descubrieron que los buenos nombres de marca que funcionan se caracterizan por tener tres rasgos lingüísticos en común: 1) son fonéticamente fáciles de leer, agradables al oído y universalmente convertibles en diferentes comuni-

dades lingüísticas; 2) son léxicamente cortos y fáciles de recordar, y 3) son semánticamente positivos, activos y contemporáneos. Además, muchos lingüistas se dan cuenta de la función de designación del *naming* y consideran el nombre de marca como neologismo en el campo de la terminología o en el vocabulario de las lenguas de especialidad (Rey, 1995, p. 75; Aranda Gutiérrez, 2011, p. 27; García Soler, 2017, p. 73). En este sentido, la mayoría de los terminólogos coinciden en que una característica fundamental de este tipo de neologismos es que llenan vacíos conceptuales a través de su denominación (Alpízar, 1983, y también, 1997; Cabré, 1993, pp. 31-34). Desde la perspectiva de la traductología, la traducción de nombres de marcas puede considerarse una transformación interlingüística recontextualizada. Chan y Huang (2003) descubrieron que el 79 % de las traducciones de marcas extranjeras de cosmética contienen palabras del campo semántico relacionadas con la mujer y la belleza, y muchas de ellas utilizan nombres similares a los de mujeres extranjeras o palabras que expresan romanticismo. Zheng (2010, pp. 23-24) opina que se deben respetar tanto la estética como las preferencias y las costumbres culturales del público diana basándose en la teoría del escopo (*skopos theory*). Los métodos más utilizados en la traducción son el calco (pinyin, vocabulario de inglés, marcas originales) y la traducción creativa (ajuste del pinyin, variante ortográfica, ortografía combinada) (Peng, 2001).

El segundo bloque de estudios se concentra en el conjunto de nombres asociados a un producto. Así, la denominación del producto (*product naming*) se relaciona con los productos subordinados de la marca, pertenecientes a la serie y en los principales puntos de venta, etc. Tiene en cuenta características como la memorabilidad, la rastreabilidad (especialmente en los motores de búsqueda), la unicidad, la comprensibilidad y la pertinencia. En cuanto a los recursos lingüísticos, se analizan la capacidad descriptiva, el uso de palabras reales y de prefijos o sufijos, la creación de palabras compuestas, los cambios en la ortografía, la adaptación o la combinación de vocabulario existente, el uso de nombres de lugares o de personas, el uso de acrónimos o de números y el uso de verbos para la denominación de producto.<sup>1</sup> Desde esta perspectiva lingüística, Nikiforova y Galitska (2020) consideran que el conjunto de nombres se puede observar como la unidad más pequeña de la lingüística textual, analizando su composición, las relaciones entre las diferentes partes y descubriendo que los resultados del análisis textual demuestran que el conjunto integrado de nombres de perfumes y cosméticos es un texto o una estructura textual. Este conjunto cumple con dos normas de textualidad, que son la coherencia y la cohesión (Nikiforova y Galitska, 2020, p. 76). Desde el punto de vista de la traductología, Sun (2022) descu-

bre que, para diferentes partes de las denominaciones de productos, se deben adoptar diferentes técnicas de traducción a fin de transmitir el significado original y adaptar la cultura local para la comunicación internacional.

### 2.3 La noción de «concepto de producto» en marketing

En *naming*, todo nombre de marca parte de una *idea de producto*, esto es, de un producto hipotético que la empresa podría ofrecer al mercado (Aranda Gutiérrez, 2011, p. 120). Muchos autores, como Kotler et al. (2000), prefieren el uso del término *concepto de producto*, al que definen como «una versión elaborada de la idea, expresada en términos que tengan sentido para los consumidores». Es decir, los consumidores no compran ideas de productos, sino que compran *conceptos de productos* (Aranda Gutiérrez, 2011, p. 120). Y lo hacen antes de la entrada al mercado. Las empresas suelen diseñar un concepto para sus nuevos productos con el fin de comunicar claramente su propuesta de valor a los consumidores antes del lanzamiento de dicho producto al mercado. Esta conceptualización permite a los consumidores comprender mejor el valor central y las características principales del producto.

Según la definición del libro *Marketing en el siglo XXI* (5.ª edición) (Muñiz González, s. f.), un producto se define por sus características o atributos tangibles (la forma, el tamaño o el color) e intangibles (incluyendo la marca, la imagen corporativa o los servicios) que el comprador percibe como elementos que pueden satisfacer sus necesidades.<sup>2</sup> Es decir, la noción de producto va más allá de su aspecto físico; también abarca aspectos intangibles como la popularidad de la marca, la calidad percibida, el diseño, el embalaje y la experiencia del usuario. En otras palabras, un producto no solo se limita a su función principal, sino que también incluye elementos emocionales y psicológicos que influyen en la percepción y la preferencia del consumidor (*neuromarketing*). Es por ello que, en el ámbito del marketing, un producto carece de existencia hasta que no responda a una necesidad o deseo del consumidor.

Según Cardoso Villegas et al. (2019), el *naming* es un proceso estratégico que necesita la participación y la cooperación de muchos agentes, incluso los lingüísticos. Desde nuestro punto de vista, la aproximación del *naming* desde la lingüística consiste en transformar el concepto de producto en una unidad lingüística (unidad de *naming*), es decir, identificar el concepto de producto en el plano lingüístico. Específicamente, el nombre del producto a menudo refleja sus características principales, sus funciones e incluso la posición de la marca en el mercado, otorgando así una identidad al concepto del producto.

### 3 Metodología

#### 3.1 Recopilación de datos y construcción de la base de datos

Bajo este marco, para este artículo hemos seleccionado como objeto de estudio veinte productos de cuidado facial<sup>3</sup> (*skin care*) de la tres marcas españolas con más números de suscriptores de la tienda oficial (Isdin, Martiderm y Edocare) (*flagship store*)<sup>4</sup> en la plataforma china de venta en línea Tmall y las denominaciones correspondientes. Los criterios de selección de los productos han sido los siguientes: 1) ser productos comunes que aparecen tanto en la página web oficial de España como en la plataforma de venta en línea Tmall de China, ya que los productos importados al mercado chino solo ocupan una parte de toda gama de productos, y 2) ser productos del cuidado facial.

Por un lado, en cuanto a la denominación original, hemos recolectado los nombres comerciales completos que aparecen en la etiqueta de veinte productos en las páginas web oficiales correspondientes. Por otro lado, para las denominaciones en chino, hemos recopilado las denominaciones en esta lengua de diferentes registros y niveles de especialidad (variación denominativa) de la plataforma Tmall, que se dividen en dos versiones: 1) denominación en la etiqueta de producto que está registrada en la página web de la Administración Nacional de Productos Médicos (en adelante, NMPA, sigla de National Medical Products Administration) y 2) denominación en la publicidad de la plataforma Tmall.

#### 3.2 Análisis de la estructura de la unidad de *namings* de productos cosméticos

Ya hemos avanzado que la unidad de *namings* es una unidad compleja que incluye nombres propios (de marca, de serie, de producto) y terminología especí-

fica (expansión). Esta estructura compleja está motivada no únicamente por razones de marketing, sino también por la existencia de reglamentos y normas de producción y de comercialización de los productos de cada ámbito.

En el caso de los productos cosméticos es de aplicación el Reglamento n.º 1223/2009 sobre los productos cosméticos. El artículo 19 de dicho reglamento determina que en el etiquetado del producto cosmético debe ser indicada la función, a menos que esta se desprenda claramente de su presentación. Además, establece las restricciones siguientes:

En el etiquetado, en la comercialización y en la publicidad de los productos cosméticos no se utilizarán textos, denominaciones, marcas, imágenes o cualquier otro símbolo figurativo o no, con el fin de atribuir a estos productos características o funciones de las que carecen.

De acuerdo con la normativa, el nombre comercial completo consta del nombre de la marca, el nombre comercial del producto y la función del producto. Así, en los ejemplos «MARTIDERM + AMPOLLAS DSP-BRIGHT + despigmentante» o «MARTIDERM + AMPOLLAS PROTEOS HYDRA PLUS», en el primer producto, después del nombre comercial (AMPOLLAS DSP-BRIGHT) se añade la función «despigmentante»; sin embargo, en el segundo ejemplo, no aparece la función.

En este sentido, podemos observar que la unidad de *namings* de productos dermocosméticos está estructurada en tres partes principales: la marca, la submarca y el nombre comercial del producto. El nombre comercial, a su vez, incluye dos partes, el núcleo (categoría del producto) y los modificadores que transmiten los conceptos centrales del producto. Según las diferencias semánticas de las unidades léxicas contenidas en los componentes modificadores, estos pueden clasificarse en seis campos semánticos distintos: función, síntoma, ingrediente, técnica, tiempo y ubicación.

Marca	Isdin, Martiderm, Endocare	
Submarca	De Isdin: [Isdinceutics]; de Martiderm: [Pigment Zero, Platinum, The Originals]; de Endocare: [Radiance, Tensage, Essential]	
Modificadores	Función	<i>reverse, vital, intense, advanced, bright, renew, hydra plus</i> , iluminador, renovación, regeneradores, antiedad
	Síntoma	<i>AGE, photo age</i>
	Ingrediente	<i>melatonin, retinal, HA+, proteos (2), liposome, C, C 20, proteoglicanos (2), oil-free</i>
	Técnica	<i>FLAVO-C, DSP (3)</i>
	Tiempo	<i>night (2)</i>
	Ubicación	<i>eyes, skin complex</i>
Núcleos	<i>cream/crema (4), sérum (4), loción (1), ampollas (10), gelcream (1), eye cream (1)</i>	

TABLA 1. Recopilación y clasificación de unidades léxicas del nombre comercial de productos dermocosméticos. Fuente: elaboración propia



### 3.3 Extracción de unidades terminológicas

Para analizar la participación de unidades terminológicas dentro de la unidad de *namíng*, lo primero que debemos hacer es detectar las unidades léxicas con valor terminológico, que transmiten un conocimiento especializado y que son unidades de significación especializada. En cuanto a los documentos de consulta, hemos seleccionado cinco recursos como referencia para detectar los conceptos, fijar conocimientos especializados y determinar los equivalentes interlingüísticos:

- Diccionario de términos médicos de la Real Academia Nacional de Medicina de España (español)
- Plataforma Termonline (chino-inglés)<sup>5</sup>
- 已使用化妆品原料目录 (2021年版) (Inventario de ingredientes cosméticos utilizados en China (edición 2021))<sup>6</sup>
- Norma nacional china «GB/T 27578-2011: Terminology of cosmetics»<sup>7</sup>
- Base de datos COSMILE Europe<sup>8</sup>

### 3.4 Análisis de las unidades terminológicas

Inicialmente, tras el análisis de los nombres de productos mencionados, se evidencia que la primera parte de la unidad de *namíng*, la marca, y la segunda parte, la submarca, son nombres propios exentos de valor terminológico. No obstante, la tercera parte de la unidad de *namíng*, el nombre comercial del producto, comprende una amplia variedad de unidades terminológicas.

En segundo lugar, al enfocarnos en los nombres comerciales, se advierte que la mayoría de núcleos son términos estandarizados, mientras que las modificaciones complementarias consisten en combinaciones de unidades léxicas que incluyen términos ya establecidos.

Finalmente, hemos sistematizado los términos identificados estandarizados en dos tablas: una para los modificadores y otra para el núcleo del nombre del producto. Entre ellos, algunas unidades de *namíng* presentan variaciones morfológicas y las clasificamos según el mecanismo de formación léxica (OBNEO, 2022).

Término en el nombre comercial	Término original (Termonline)	Equivalente en chino (Termonline)	Nombre del producto	Tipo de neologismo	Área temática (Termonline)
AGE	<i>advanced glycation end product; AGE</i>	晚期糖基化终末产物	ISDIN ISDINCEUTICS <b>AGE REVERSE NIGHT CREAM</b>	—	Medicina
melatonin	<i>melatonin</i>	褪黑素	ISDIN ISDINCEUTICS <b>FLAVO-C MELATONIN SERUM</b>	—	Fisiología/Medicina/ Bromatología
eye	<i>eye</i>	眼	ISDIN ISDINCEUTICS <b>VITAL EYES EYE CREAM</b>	—	Fisiología/Medicina
retinal	<i>retinal</i>	视黄醛	ISDIN ISDINCEUTICS <b>RETINAL INTENSE SERUM</b>	—	Bioquímica
skin	<i>skin</i>	皮肤	MARTIDERM AMPOLLAS <b>SKIN COMPLEX ADVANCED</b>	—	Ciencias de la salud
photo age	<i>photoaging; photoageing</i>	光老化	MARTIDERM AMPOLLAS <b>PHOTO AGE HA+</b>	<b>VAR</b> Neologismo por variación	Medicina
HA+	<i>hyaluronic acid</i>	透明质酸	MARTIDERM AMPOLLAS <b>PHOTO AGE HA+</b>	<b>VAR</b> Neologismo por variación	Medicina/Bioquímica
proteos	<i>proteoglycan</i>	蛋白聚糖	MARTIDERM AMPOLLAS <b>PROTEOS LIPOSOME</b> MARTIDERM AMPOLLAS <b>PROTEOS HYDRA PLUS</b>	<b>ABR</b> Neologismo por abreviación	Medicina/Biología
liposome	<i>liposome</i>	脂质体	MARTIDERM AMPOLLAS <b>PROTEOS LIPOSOME</b>	—	Fisiología

Término en el nombre comercial	Término original (Termonline)	Equivalente en chino (Termonline)	Nombre del producto	Tipo de neologismo	Área temática (Termonline)
hydra	hydration	水合	MARTIDERM AMPOLLAS PROTEOS <b>HYDRA</b> PLUS	<b>ABR</b> Neologismo por abreviación	Medicina/ Bromatología
C	vitamin C	维生素C	ENDOCARE RADIANCE C PROTEOGLICANOS OIL-FREE AMPOLLA ENDOCARE RADIANCE C 20 PROTEOGLICANOS AMPOLLAS	<b>ABR</b> Neologismo por abreviación	Medicina/ Bromatología
proteoglicanos	proteoglycan; proteoglicano	蛋白聚糖	ENDOCARE RADIANCE C PROTEOGLICANOS OIL-FREE AMPOLLA ENDOCARE RADIANCE C 20 PROTEOGLICANOS AMPOLLAS	—	Medicina/Bioquímica

TABLA 2. Las unidades terminológicas en los modificadores del nombre comercial de productos dermocosméticos. Fuente: elaboración propia

Término en nombre comercial	Equivalente en inglés («GB/T 27578-2011: Terminology of cosmetics») y Termonline	Equivalente en chino («GB/T 27578-2011: Terminology of cosmetics»)	Variación denominativa en chino (extraída del nombre del producto registrado en la web de la NMPA)
cream/crema (3)	cream	霜(shuāng), 膏(gāo)	面(miàn)霜(shuāng) (1) crema facial 晚(wǎn)霜(shuāng) (1) crema de noche
sérum (4)	serum	露(lù)	精(jīng)华(huá) (2) sérum 精(jīng)华(huá)液(yè) (1) sérum líquido
loción (1)	lotion	露(lù)	乳(rǔ)液(yè) emulsión
gelcream (1)	—	—	霜(shuāng) crema
ampollas (10)	ampoule	—	精(jīng)华(huá) (9) serum 精(jīng)华(huá)安(ān)瓶(píng) (1) sérum ampolla

TABLA 3. Los términos en los núcleos del nombre comercial de productos dermocosméticos. Fuente: elaboración propia

Una vez analizados los términos individuales en la parte de modificadores y núcleos de los nombres comerciales, dirigimos nuestra atención hacia la combinación de términos en los modificadores, con el objetivo de examinar los patrones de combinación y determinar la posición de los términos extraídos en relación con el núcleo, ya sea más cerca o más lejos. Siguiendo la clasificación de los campos semánticos

presentada en el apartado 3.1 y tras analizar los veinte nombres de productos seleccionados, presentamos los resultados en la tabla 4, donde se detallan el número de conceptos, los patrones de combinación, ejemplos y los porcentajes correspondientes. Las palabras en **negrita** son los modificadores, y se destacan resaltadas de color amarillo las combinaciones de determinantes en las que intervienen términos.

Número de conceptos	Patrón de combinación	Ejemplo	Porcentaje
0	—	Ampollas, Serum, Gelcream, Loción, Cleansing	25 %
2	función + función	Ampollas <b>Regeneradoras Antiedad</b>	65 %
	ingrediente + ingrediente	<b>C 20 Proteoglicanos</b> Ampollas	
		Ampollas <b>Proteos Liposome</b>	
	ingrediente + función	<b>Retinal Intense</b> Serum	
		Ampollas <b>Proteos Hydra Plus</b>	
	Función + ubicación	<b>Vital Eyes</b> Eye Cream	
	ubicación + eficacia	Ampollas <b>Skin Complex Advanced</b>	
	técnica + función	Ampollas <b>DSP-Bright</b>	
		<b>DSP-Serum Iluminador</b>	
		<b>DSP-Crema Renovación</b>	
3	técnica + ingrediente	<b>FLAVO-C Melatonin</b> Serum	10 %
	tiempo + función	Ampollas <b>Night Renew</b>	
	síntoma + ingrediente	Ampollas <b>Photo Age HA+</b>	
	síntoma + función + tiempo	<b>AGE Reverse Night</b> Cream	
	ingrediente + ingrediente + ingrediente	<b>C Proteoglicanos Oil-free</b> Ampollas	

TABLA 4. Patrones de la combinación de modificadores del nombre comercial de productos dermocosméticos.  
Fuente: elaboración propia

## 4 Algunos resultados

### 4.1 La unidad terminológica en los modificadores de la unidad de *namings*

Una primera exploración del material lingüístico de la parte de modificadores en los nombres comerciales de productos revela la presencia de distintos tipos de unidades léxicas o lexicalizadas, las cuales tienden a ser extensas en su mayoría. Tras la extracción y el análisis de estas unidades terminológicas, se han identificado un total de doce términos, correspondientes a nueve productos, lo que representa el 45 % del total.

En primer lugar, desde una perspectiva morfológica, se observa que seis términos presentan variaciones morfológicas, por abreviación y variación léxica, mientras que los restantes seis no experimentan cambios y mantienen su forma original en inglés. En segundo lugar, en cuanto a la clasificación de las áreas temáticas, estos términos provienen principalmente de los campos de la medicina, la fisiología y la bioquímica relacionadas con la salud humana. Por último, desde el punto de vista de la frecuencia de uso, el término *proteoglycan/proteoglicano* se utiliza en cuatro productos, seguido de *C*, que se utiliza dos veces, mientras que los demás términos se usan una sola vez. En este sentido, podemos deducir que los consumidores prestan más atención a los ingredientes comunes que muestran características atractivas.

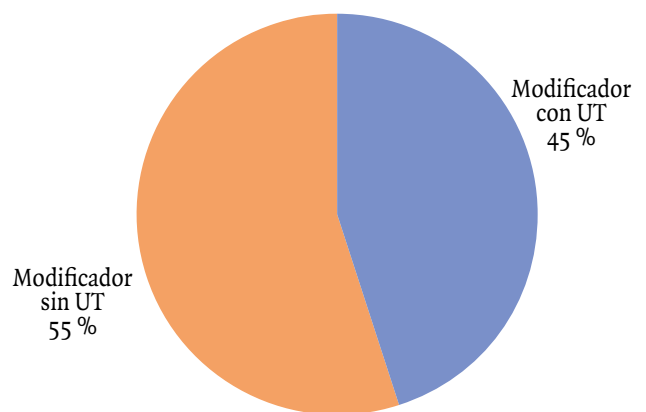


DIAGRAMA 1. Distribución de las unidades terminológicas (UT) en modificadores del nombre comercial de productos dermocosméticos

### 4.2 La unidad terminológica participa en los núcleos de unidad de *namings*

En el ámbito de la cosmética es común que el núcleo de los nombres de los productos se componga de términos estandarizados que reflejan la textura o el estado físico del producto, como *loción*, *gel* y *crema*. Con el desarrollo y la diversificación de los productos cosméticos, han surgido categorías como *sérum* y *ampolla*, apreciadas por los consumidores debido a su alta concentración de ingredientes activos y funciones

específicas. En el núcleo de los nombres de los productos, hemos identificado un total de cinco términos, de los cuales tres ya están estandarizados y recopilados en normas estándar en China («GB/T 27578-2011: Terminology of cosmetics»). Desde el punto de vista de la terminología planificada, *gelcream* es un neologismo formado por la composición patrimonial (*gel* + *cream*) y, hasta el momento, solo se ha observado en la marca Endocare. Por otro lado, el término *ampolla* se origina en el ámbito médico y se define como «recipiente pequeño de vidrio, cerrado por fusión, que suele contener soluciones medicamentosas inyectables y estériles».<sup>9</sup> En la actualidad, en cosmética *ampolla* se refiere a los productos de tipo «recipiente pequeño de vidrio, cerrado por fusión, que suele contener sérum de alta concentración». Por consiguiente, aunque el término *ampolla* no está estandarizado, podemos tratarlo como un neologismo semántico.

### 4.3 Las características de la combinación de modificadores

#### 4.3.1 La combinación de dos conceptos, la más frecuente

Las combinaciones conceptuales son un elemento importante en el análisis de la función de los modificadores dentro de la unidad de *naming*. En total, se distinguen tres tipos de combinaciones de conceptos (cero conceptos, dos conceptos y tres conceptos), y el patrón de dos conceptos es el más predominante (65 %). Dentro de las combinaciones de dos conceptos, se identifican nueve patrones; destacan especialmente los de «ingrediente + ingrediente», «ingrediente + función» y «técnica + función», por su mayor frecuencia de uso.

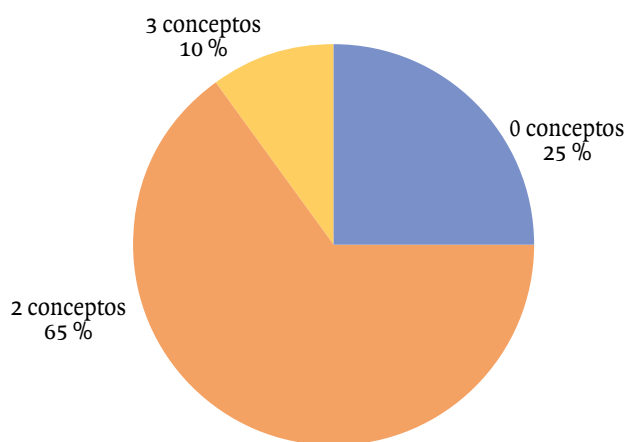


DIAGRAMA 2. Distribución de las combinaciones en modificadores del nombre comercial de productos dermocosméticos

#### 4.3.2 «Función» e «ingrediente» cuentan con la prominencia estructural en la combinación de modificadores

Desde el punto de vista de la semántica cognitiva, Geeraerts (2000, p. 88) nos apunta que la prominencia estructural se correlaciona con el «peso de las dimensiones que distinguen unas categorías de otras». Si delimitamos una unidad de *naming* como un concepto desde el punto de vista cognitivo, podemos analizar la relación entre los modificadores y el núcleo. Teniendo en cuenta el contexto de los nombres de productos para el cuidado de la piel, es posible observar que las dimensiones «función» e «ingrediente» tienen una alta frecuencia de aparición en modificadores. Esto sugiere que en la denominación de productos, la función y el ingrediente son dos características importantes, ya que se utilizan con frecuencia para distinguir diferentes tipos de productos de cuidado facial. Por lo tanto, en la categoría de conceptos de productos para el cuidado de la piel, la prominencia de dichas características en la estructura del vocabulario será mayor, debido a su frecuente aparición en los nombres de estos productos.

Dimensión del concepto	Frecuencia de ocurrencia	Porcentaje
Ingrediente	8	38 %
Función	7	33 %
Técnica	2	9,5 %
Ubicación	2	9,5 %
Síntoma	2	9,5 %

TABLA 5. Distribución de conceptos en modificadores del nombre comercial de productos dermocosméticos. Fuente: elaboración propia

## 5 A modo de conclusión

En este artículo hemos examinado la participación de la unidad terminológica en la unidad de *naming* a través de la descripción de la estructura interna y la formación de los nombres comerciales completos de veinte productos de cuidado facial. Creemos que los resultados obtenidos confirman nuestra hipótesis de partida: la terminología no es ajena al *naming*, sino que está dentro del *naming*. La terminología desempeña un papel fundamental en el proceso de la creación de nombres comerciales de productos aportando informaciones de características del producto, ayudando a los usuarios a identificar y diferenciar productos, y llenando vacíos conceptuales en la clasificación de productos. A continuación, resumimos tres conclusiones relevantes para esta investigación.



En primer lugar, la unidad de *namíng* de productos dermocosméticos se estructura en tres partes: nombre de marca, nombre de submarca y nombre comercial del producto. Las unidades terminológicas tienen un papel importante en la creación de nombres comerciales de producto, ya que reflejan los conceptos esenciales de la categoría del producto y denominan nuevas categorías de productos. Dentro del nombre comercial (núcleo + modificadores), la mayoría de las unidades terminológicas del núcleo son estandarizadas; no obstante, existen algunas que están documentadas pero no estandarizadas (ni entradas en diccionarios): por ejemplo, *gelcream*, como neologismo de composición, y *ampolla*, como neologismo semántico. Las unidades terminológicas también participan en los modificadores, añadiendo informaciones de características de productos dermocosméticos, como funciones, ingredientes, síntomas y ubicación. Sin embargo, algunas unidades terminológicas no mantienen su forma original y presentan variaciones morfológicas cercanas al léxico general.

En segundo lugar, desde la perspectiva del marketing, el nombre de un producto refleja esencialmente los conceptos centrales y las características relevantes de una serie de atributos del producto, con el objetivo de comunicar eficazmente estos rasgos y atraer a los consumidores. En el contexto de los productos para el cuidado facial, la atención se centra en la transmisión de conceptos especializados, como la función y los ingredientes, con el fin de satisfacer la demanda de los consumidores en cuanto al mantenimiento de la salud de la piel facial. Nuestro análisis revela que, en la parte de modificadores de los nombres comercia-

les, se prefiere utilizar combinaciones conceptuales, siendo las combinaciones de dos conceptos las más comunes, especialmente aquellas relacionadas con la eficacia y los ingredientes, que son los conceptos más frecuentemente empleados. Por consiguiente, creemos que el hecho de que la unidad terminológica participe en la creación del nombre de un producto es una acción de divulgación del conocimiento especializado.

Por último, el *namíng* y la terminología comparten similitudes. Primero, desde el punto de vista de la función, la unidad terminológica cumple tres funciones distintas: 1) designativa, al señalar un referente específico; 2) denominativa, al atribuir un nombre a un concepto determinado, y 3) significativa, al aportar información relevante sobre el concepto que representa (Freixa, 2002; Cabré, 2008). La unidad de *namíng*, desde nuestro punto de vista, también cumple dichas tres funciones: 1) designativa, al señalar un producto específico; 2) denominativa, al atribuir un nombre comercial a un concepto determinado en marketing (aquí creemos que un producto es un concepto artificioso), y 3) significativa, al aportar información relevante sobre el concepto que representa. Segundo, desde el punto de vista de la comunicación social, las unidades terminológicas presentan variación por diversos factores. Al mismo tiempo, las unidades de *namíng* cuentan con variaciones denominativas para un mismo producto, que coexisten en diferentes registros y en diferentes niveles de especialidad. Por ejemplo, las denominaciones usadas en la publicidad de la plataforma de compra en línea Tmall. Por consiguiente, es posible abordar el análisis de la unidad del *namíng* desde una perspectiva terminológica. ✿

## 6 Bibliografía

- ALPÍZAR, Rodolfo (1983). *El lenguaje en la medicina: Usos y abusos*. La Habana: Editorial Científico-Técnica — (1997). *¿Cómo hacer un diccionario científico-técnico?* Buenos Aires, Memphis: Unión Latina.
- ARANDA GUTIÉRREZ, Cristina (2011). *El análisis lingüístico de los nombres de marca del sector de alimentación*. Tesis doctoral dirigida por Soledad Varela Ortega. Universidad Autónoma de Madrid.
- BASCIANO, Bianca (2016). «A linguistic overview of brand naming in the Chinese-speaking world». *Annali di Ca' Foscari: Serie Orientale*, vol. 52, pp. 243-296.
- CABRÉ, Maria Teresa (1993). *La terminología: teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antártida: Empúries. — (1999). *La terminología: Representación y comunicación: Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Institut Universitari de Lingüística Aplicada. — (2008). «El principio de poliedricidad: la articulación de lo discursivo, lo cognitivo y lo lingüístico en terminología (I)». *Ibérica*, n.º 16, pp. 9-36.
- CARDOSO VILLEGAS, Adriana Judith; et al (2019). «Naming, un proceso para la creación de nombres de marca». *Insigne Visual*, vol. 5, n.º 25, pp. 52-67.
- CHAN, Allan K. K.; HUANG, Yue Yuan (1997). «Brand naming in China: A linguistic approach». *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 15, n.º 5, pp. 227-234.

- (2001). «Chinese brand naming: A linguistic analysis of the names of ten product categories». *Journal of Product and Brand Management*, vol. 10, n.º 2, pp. 103-119.
- (2003). «Zhongguo de Pinpai Mingming-Shilei Zhongguo Chanpin Pinpai Mingcheng de Yuyanxue Fenxi (中国的品牌命名—十类中国产品品牌名称的语言学分析)» («Naming de marcas chinas: análisis lingüístico de los nombres de diez categorías de productos»). *Nankai Business Review*, vol. 2, pp. 47-54.
- FREIXA, Judit (2002). *La variació terminològica. Anàlisi de la variació denominativa en textos de diferent grau d'especialització de l'àrea de medi ambient*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Institut Universitari de Lingüística Aplicada.
- GARCÍA SOLER, Jordi (2017). «Coca-Cola, terme principal; Coke, sinònim complementari: creació de noms de marca i terminologia». En: FARGAS VALERO, F. Xavier (ed.) (2016). *Creació terminològica: de Ramon Llull a les xarxes socials: Espais terminològics 2016*. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, pp. 73-82.
- GEERAERTS, Dirk (2000). «Salience phenomena in the lexicon. A typology». En: ALBERTAZZI, Liliana (ed.) (2000). *Meaning and cognition*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, pp. 79-102.
- HERRERO INGELMO, José Luis (2007). «Marcas comerciales y diccionarios». En: CAMPOS SOUTO, M.; COTELO GARCÍA, R.; PÉREZ, J. I. (eds.). *Historia del léxico español*. La Coruña: Servizo de Publicacións Universidade da Coruña, pp. 59-70. (Anexos de Revista de Lexicografía; 5)
- KOTLER, Philip [et al.] (2000). *Dirección de marketing*. Madrid: Pearson Educación.
- MUÑOZ GONZÁLEZ, Rafael (s. f.). *Marketing en el siglo XXI [en línea]*. 5.ª ed. <<https://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>> [Consulta: 11 marzo 2024].
- NIKIFOROVA, Yevgeniia Yu; GALITSKA, Elizaveta A. (2020). «Standards of textuality in perfume and cosmetic names». *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, vol. 41, pp. 62-78.
- [OBNEO] = OBSERVATORI DE NEOLOGIA (2022). «Nuevo protocolo de vaciado de textos en español». Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Observatori de Neologia. Grupo de Investigación IULATERM.
- PENG, Shi Yu (彭石玉) (2001). «Hanzi Shangbiaoci de Kuawenhua Chuantong (汉字商标词的跨文化传播)» («Marca china: comunicación intercultural entre Oriente y Occidente»). *Foreign Languages and Their Teaching*, vol. 4, pp. 57-59.
- REAL ACADEMIA NACIONAL DE MEDICINA DE ESPAÑA. *Diccionario de términos médicos [en línea]*. <<https://dtme.ranm.es/buscador.aspx>> [Consulta: 10 marzo 2024].
- REY, Alain (1995). «The concept of neologism and the evolution of terminologies in individual languages». En: SAGER, J. C. (ed.). *Essays on terminology*. Amsterdam: John Benjamins Publishing, pp. 9-28. [Trad. de *L'aménagement de la néologie*, Office de la Langue Française du Québec, enero 1975]
- «Reglamento (CE) n.º 1223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de noviembre de 2009, sobre los productos cosméticos». *Diario Oficial de la Unión Europea [en línea]*. <<chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.boe.es/doue/2009/342/L00059-00209.pdf>> [Consulta: 11 marzo 2024].
- SUN, Hui Min (孙慧敏) (2022). *Estudio sobre la traducción al chino de nombres de cosméticos locales de España*. Trabajo de fin de máster dirigido por la doctora Yingfeng Xu. Universitat Pompeu Fabra.
- SUN, Hui Min; LORENTE, Mercè (2023). «Naming, terminología y comercio electrónico en dermocosmética en lengua china». En: RITERM 2023. XVIII Simpósio Ibero-americano de Terminologia (Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil, 27-29 septiembre 2023).
- STANDARDIZATION ADMINISTRATION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (2011). «GB/T 27578-2011: Terminology of cosmetics». Pekín: Standards Press of China.
- (2017). «GB/T 18670-2017: Cosmetic classification». Pekín: Standards Press of China.
- ZHENG, Li Fang (郑丽芳) (2010). «Huazhuangpin Pinming de Yuyan Tedian ji qi Fanyi zhi Deshi (化妆品品名的语言特点及其翻译之得失)» («Características lingüísticas de las marcas cosméticas y sus traducciones»). *Journal of Xichang College: Social Science Edition*, vol. 3, pp. 23-27.

## Notas

1. Véase <https://aytm.com/post/how-to-name-a-product-10-tips-for-product-naming-success>.
2. Véase <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>.
3. Como no hay una clasificación oficial sobre los productos cosméticos, nos hemos basado la clasificación de Cosmetics Europe - The Personal Care Association, según la cual «Specifically, there are seven categories of cosmetics and personal care products - oral care, skin care, sun care, hair care, decorative cosmetics, body care and perfumes». Fundéu determina que el término *skincare* se puede sustituir en español por la expresión *cuidado facial*. Entonces, delimitamos el ámbito de investigación por los productos de la categoría *cuidado facial* (producto cosmético - producto de cuidado facial).

4. Solo la marca o el titular de los derechos de propiedad intelectual pueden abrir una *flagship store* o tienda propia. Para gestionar estas tiendas propias, se suele contar con el apoyo de *trade partners* (TP), empresas que actúan como distribuidores online en China. (Véase la *Guía de 'cross-border e-commerce' en China para pequeñas y medianas empresas*, p. 12, 2019).
5. Termonline es una plataforma de servicio público de terminología y conocimiento creada por el Comité Nacional Chino de Terminología Científica y Tecnológica (CNTERM), que ofrece la visualización de la página web en chino y en inglés mediante la tecnología autoadaptativa, líder a nivel internacional.
6. El inventario presenta una inclusión objetiva de las materias primas ya utilizadas en cosméticos producidos y vendidos en China. Los nombres chinos estándar y los nombres INCI (nomenclatura internacional de ingredientes cosméticos) — nombres en inglés de las materias primas incluidas en esta fuente— se basan en el catálogo de nombres chinos de las normas internacionales de ingredientes cosméticos (ed. 2010) y en el *Diccionario y manual internacional de ingredientes cosméticos* (ed. 2018), compilados por el Personal Care Products Council (PCPC) (“Consejo de Productos de Cuidado Personal”) de Estados Unidos.
7. Esta norma establece los términos y las definiciones generales, así como los términos y las definiciones de los nombres de propiedad de productos y los términos y las definiciones convencionales utilizados habitualmente en el campo de los cosméticos. Se aplica a la producción de la industria cosmética, así como a la investigación científica y al uso de nombres de productos en este ámbito.
8. COSMILE Europe es una base de datos de ingredientes cosméticos que ofrece información contrastada, verificada y con respaldo científico sobre casi treinta mil ingredientes utilizados en los cosméticos. Véase <https://cosmileurope.eu/es/inicio/>.
9. Véase <https://dtme.ranm.es/buscador.aspx>.

# TERMINÀLIA parla amb...

## Màrius Serra, escriptor, comunicador i membre de la Secció Filològica de l'IEC



### Màrius Serra Barcelona, 1963

Màrius Serra és escriptor, llicenciat en Filologia Anglesa per la Universitat de Barcelona (1986) i membre de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans des de 2013. Les seves creacions giren al voltant de la literatura, la llengua i el joc. La seva obra literària ha estat guardonada amb premis com el Ciutat de Barcelona

(*La vida normal*, 1998), Serra d'Or i Lletra d'Or (*Verbàlia*, 2000), Ramon Llull (*Farsa*, 2006) o Sant Jordi (*Plans de futur*, 2013) i traduïda a vuit llengües. A banda, comprèn obres tan variades com les novel·les ludocriminals de la sèrie «Comas», la sèrie infantil «Les Aventures de la Napeu», la versió completa en català

actual de *Tirant lo Blanc*, o *Quiet*, en què retrata la vida al costat del seu fill discapacitat. La seva última novel·la és *La dona més pintada* (2023). Actualment, és columnista i responsable dels mots encreuats en català de *La Vanguardia* (des de 1990) i de l'Enigmàrius a *El matí de Catalunya Ràdio* (des de 2006).

**Els jocs tradicionals tenien una funció social i un vocabulari propi, però la vostra percepció és que els nens encara hi juguen? O us sembla que els coneixen poc? Perdem els jocs i perdem les paraules?**

La meua impressió és que la majoria dels jocs tradicionals han desaparegut del lleure espontani de la canalla i només es mantenen en el lleure tutelat, a través del sistema de caus, agrupaments i altres associacions que els promouen en trobades periòdiques, excursions o colònies. La recent recança que provoquen les pantalles potser farà que revifin en aquests àmbits, però també els allunyarà encara més del lleure espontani perquè reforçarà el seu paper d'activitat tutelada. La preservació de les paraules associades a aquests jocs tradicionals depèn de la seva pervivència, sigui en l'àmbit que sigui, però la pèrdua d'espontaneïtat també pot tenir una repercussió negativa. La sensació és que els jocs denominats «tradicionals» i les paraules que arrossegueu es preserven dins d'una bombolla, com una càpsula del temps.

**Quina tradició té a Catalunya o als Països Catalans l'enigmística? Es podria parlar d'una enigmística dels Països Catalans?**

El 13 d'agost de 1989 vaig publicar al suplement de llibres del diari *Avui* el primer article setmanal d'una sèrie de 818 columnes que es perllongaria fins al 12 de juliol de 2007 (avui accessibles a <https://enigmisticamarius.blogspot.com/>). Acabava de descobrir l'enigmística italiana i vaig proposar al David Castillo, coordinador del suplement, d'escriure sobre joc verbal. La secció s'havia de dir «A redós de l'Esfinx» i aquell primer article, sobre enigmes clàssics, portava per títol «Enigmística». El David, amb bon criteri, va intercanviar els títols i el terme *enigmística*, que jo havia importat directament de l'italià perquè no figurava (ni figura) en cap diccionari català, va passar a presidir aquelles columnes setmanals sobre artificis verbals. Poc després el Quim Monzó em va posar sobre la pista de «La posta in gioco», una columna setmanal a *La Stampa* sobre joc verbal d'un coetani meu, Stefano Bar-

tezzaghi, que demanava la participació dels lectors, i vaig adoptar la mateixa estratègia. Abans de la generalització del correu electrònic, a la redacció de l'*Avui* arribaven una dotzena de cartes setmanals responnent les propostes de joc verbal que feia a la columna, algunes de les quals signades per joves lletraferits que després serien poetes reconeguts, com Josep Pedrals.

Quan a finals dels noranta em documentava per a l'assaig *Verbàlia*, vaig descobrir que el terme *enigmística* sí que tenia tradició en la nostra llengua. Joan Amades o Valeri Serra i Boldú ja l'havien emprat, en el seu cas per referir-se estrictament a les endevinalles infantils. Però llavors vaig fer una troballa excepcional. Rosend Serra i Pagès (1863-1929) havia publicat quinze articles al setmanari *La Veu Comarcal. Setmanari Catalanista de Ripoll i sa Comarca* (des del 3 de juny de 1916 en endavant) sobre el que ell va anomenar «Els Jocs d'Esperit». En el primer justificava el terme: «creiem millor aquest nom que no pas el d'Enigmística com alguns autors els anomenen». La qüestió



## TERMINÀLIA parla amb... Màrius Serra

és que la sèrie conté un resum essencial del que era la ciència (o l'art) enigmística italiana en aquella segona dècada del segle XX. Aquella quinzena d'articles sobre ludolingüística haurien pogut iniciar una tradició fèrtil d'enigmística en català, però el limitat abast de la publicació on van sortir els degué restar difusió. Serra i Pagès hi recull exemples italians, espanyols i francesos, s'atreuix a adaptar-los al català i aprofundeix d'una manera notable en els mecanismes fonamentals de l'enigmística: enigmes, xarades, logogrifs, anagrames, mots bifacis (bifronts), palíndroms, metafrases (paronomàsia), construccions (jocs geomètrics), acròstics, jeroglífics,

La qüestió de la terminologia hi és omnipresent perquè tot sovint forma part de la mateixa dinàmica del joc

calembours, cronogrames... Aquella troballa em va impressionar perquè era exactament el que jo volia fer a *Verbàlia* i demostrava una vinculació important de la nostra tradició literària amb un aspecte molt particular de la cultura italiana. De fet, només la llengua italiana ha sistematitzat d'una manera tan meticulosa tantes modalitats diferents de jocs de paraules. En l'actualitat, l'enigmística s'articula sobretot a partir dels mots encreuats que es publiquen als diaris. Tots els *crucigramistes* en actiu som fills del Tísner, que ja en va publicar al diari *La Publicitat* abans de la guerra, i cadascú hem desenvolupat un estil propi.

**A part del joc basat en enigmes, quins altres tipus de jocs basats en la llengua hi ha? S'hi juga en grup o en família, o bé de manera individual? Es podria parlar d'una terminologia específica, de paraules o expressions que ens porten a l'imaginari del joc?**

Un segle abans de l'era digital, la revolució industrial en els jocs de llengua va arribar amb la internacionalització dels



Font: © Mercè Pablo

mots encreuats (publicats per primer cop a Nova York el 21 de desembre de 1913 i exportats arreu durant la dècada dels 1920), considerat un joc de jocs perquè en les definicions es poden seguir diverses estratègies enigmístiques per amagar la resposta que cal escriure a la graella. Poc després de la Segona Guerra Mundial vindrien els jocs de taula, especialment a partir de l'*Scrabble* (del qual tenim versió en català gràcies a Oriol Comas i Lluís de Yzaguirre des de 1990), el *Boggle* i moltes altres propostes. Un dels últims jocs lingüístics de taula que causa furor es diu *Codi Secret*. S'hi juga per equips i parteix d'un mecanisme similar al del joc d'enfonsar vaixells amb paraules semànticament relacionades. La qüestió de la terminologia hi és omnipresent perquè tot sovint forma part de la mateixa dinàmica del joc. Si ens cenyim al mateix *Scrabble*, col·locar les set fitxes de cop al tauler s'anomena justament fer un *scrabble*, les fitxes blanques que fan de comodí es van batejar com a *escarrassos* (a instàncies del Tísner) i els

nòduples (tirades que aixafen dues caselles «x3» i multipliquen la puntuació facial per nou) són molt buscats. En general, la terminologia relacionada amb qualsevol joc de taula basat en la llengua presenta moltes variants creatives.

**Quants jocs heu creat, en solitari o en companyia? Quins han tingut més èxit i de quins esteu més satisfet? Heu tingut en compte la tradició terminològica anterior? O heu preferit ser innovador?**

El nombre de jocs fa de mal dir, perquè he creat jocs en formats molt diferents: en llibres, jocs de taula, sessions en viu, gimcanes, espectacles, premsa escrita o mitjans audiovisuals. De fet, l'any 1986 amb els enigmistes Anna Genís i Miquel Sesé vam crear una productora de jocs de paraules, *Olissip*, que va editar durant un any una revista de quiosc de passatemps verbals («...més») i que després va oferir seccions de passatemps verbals en català a tots els mitjans escrits. Des d'*Olissip*

a primers dels anys noranta, amb el dibuixant Nèstor Macià, vam col·laborar durant una temporada en el TN migdia de TV3 que dirigia Salvador Alsius amb un jeroglífic que proposava el presentador abans de la publicitat i el resolvia després. També al programa d'esports nocturn que dirigia Jordi Basté a Catalunya Ràdio (*No ho diguis a ningú*) durant dues temporades proposava jocs com ara anagrames d'esportistes. L'any 2002 vam crear amb el Carles Capdevila una productora que es va dir Verbívors SL per

## L'esclat del Paraulògic i altres jocs de caire més morfològic que no pas semàntic (del tipus Wordle) és una evolució lògica de la digitalització

fer el microprograma *Tenim paraula*, en el qual professionals de TV3 enregistren un enigma verbal que s'emetia abans dels telenotícies i que calia respondre per SMS. No existien encara les xarxes socials i les comunicacions per mòbil estaven en un estat molt incipient. Va tenir molt d'èxit durant les dues temporades que es va emetre. De tots els jocs que he fet per als mitjans audiovisuals, el que ha tingut més èxit i continuïtat és l'Enigmàrius, en antena diària a *El matí de Catalunya Ràdio* des del 4 de setembre de 2006 i fins ara amb una participació molt elevada. Me'n sento satisfet, sobretot, perquè reforça la idea que la llengua catalana és una font de plaer. També he participat en la creació de jocs de taula, sempre amb l'Oriol Comas i Coma. Vam fer la capsula de jocs *Verbàlia* (2010), una versió original del joc de l'Enigmàrius (2013), quatre jocs de petit format amb cartes i daus lletrats —Vuitquatre, Sisset, Vuitdeu i Setsis (2015)— i l'últim, fins ara, 4 *Data Brokers* (2019). En general, sempre he intentat combinar la terminologia existent amb innovacions atractives, tal com ja demostren noms com *Verbàlia* o *Enigmàrius* (inspirat en la Caixa, present en els títols de *Caixabancs*, *Caixafòrums* i

*Cosmocaixes*). La idea és que si proposes jugar amb la llengua has de donar exemple. És a dir, practicar el que prediques.

### Quins dirieu que són avui els jocs estrella en català, siguin de creació pròpia o importats? Quin és el paper de les tecnologies? Creieu que tenen més èxit els jocs que permeten el joc individual?

L'esclat del Paraulògic i altres jocs de caire més morfològic que no pas semàntic (del tipus Wordle) és una evolució lògica de la digitalització. El cas del Paraulògic és exemplar per entendre els mecanismes de popularització d'una proposta. És una adaptació molt reeixida de l'*Spelling Bee* de *The New York Times* bàsicament perquè l'anostra amb intenció cromàtica (de blanc-i-groc a blaugrana), estableix la seva pròpia terminologia (començant pel nom i amb especial menció al terme *tuti*, rescatat de les cartes, eufònic i eufòric per *tutifrutiesc*) i, sobretot, enriqueix la cerca de meres combinacions de lletres admeses amb la possibilitat de llegir-ne la definició del *Diccionari de la llengua catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans.

Aquesta vinculació semàntica és un plus que afegeix la possibilitat d'ampliar la competència lingüística a la competitivitat pròpia dels jocs puntuats. El resultat d'aquesta proposta ha estat un reclam per a tot tipus de públic, fins i tot per al que no és jugaire de mena (per cert, que *jugaire* és un terme molt reivindicat en el sector del joc de taula per diferenciar-se de les connotacions ludòpates de *jugador* i de l'infantilisme del *juganer*). El paper de la tecnologia ha estat cabdal en la popularització de jocs com el Paraulògic, és clar. Deu anys abans hi va haver l'esclat de l'*Angry Words* (o *Apalabrados*) que també va tenir versió catalana, però en aquell cas calia trobar adversari i les partides podien quedar congelades en el temps. L'aportació de la nova onada de jocs d'aquesta dècada (Paraulògic/Wordle) és que es poden jugar individualment i després es poden compartir, ja sigui per competir amb d'altres participants o simplement per presumir dels (bons) resultats a les xarxes socials. En termes de creació original l'última innovació remarcable en la nostra llengua són els *Minimots* de Pau Vidal a *Vilaweb*, atès que adapten el mecanisme clàssic dels mots encreuats a les noves coordenades

digitals de la telefonia mòbil (dimensió reduïda i temps limitat) sense renunciar al joc semàntic.

### Es pot jugar en català a tots els jocs? És a dir, tenim la terminologia necessària per poder jugar a qualsevol joc conegut de taula? Ho tenim prou treballat això?

Es pot jugar a qualsevol dels principals jocs en català, però la terminologia està «en construcció». En aquests últims anys

## Jugaire és un terme molt reivindicat en el sector del joc de taula per diferenciar-se de les connotacions ludòpates de jugador i de l'infantilisme del juganer

l'ebullició del sector ha estat notable. Un dels seus clams és la legitimació dels jocs com a creacions culturals, més enllà dels aspectes industrials, i això també posa el focus sobre l'aspecte lingüístic perquè si el consumidor accedeix a un bé cultural es pot plantejar d'exigir-lo en la seva llengua. Un punt d'inflexió en aquesta percepció social del joc (de taula) va ser la creació del Festival Dau Barcelona l'any 2012, liderat i comissariat per Oriol Comas i Coma durant les deu primeres edicions. Des del primer moment, el Consorci per a la Normalització Lingüística hi va ser present i es van fer campanyes per jugar en català. Els jocs de tauler, tant els de nova creació com els tradicionals, comparteixen espai verbal amb els de cartes, els de rol, les miniatures, els de simulació històrica o els jocs tradicionals com el bèlit, la morra o el futbol de botons, però han de competir amb un mercat acostumat a oferir la pràctica totalitat dels seus productes en castellà.

### Com a creadors o jugadors, hem creat terminologia pròpia en català, o bé recorrem a castellanismes o anglicismes, per exemple? Es podria fer política lingüística en l'àmbit del joc?



Font: Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets. Museu del Joguet de Catalunya/Figueres (MJC/F)

Màrius Serra dalt un cavallet.  
Fotografia d'estudi, Barcelona, 1965

Caldria promoure una política lingüística àmplia i rigorosa sobre el sector. Em consta que recentment s'ha obert alguna línia de subvenció per editar jocs en català, però encara és molt incipient, en consonància amb el poc recorregut en la consideració dels jocs de taula com a fenòmens culturals, tal com passa en països com França o Alemanya. Mentre no arribin ni a la sèrie B, com fins ara, seran vulnerables a la interferència lingüística. Ara per ara, la terminologia dels elements i de les estratègies dels jocs està poc fixada. Sovintegen els anglicismes, però els castellanismes dominen el panorama. No hi ajuda gaire que el diccionari normatiu no estableixi unes bases clares. No només va endarrerit en la incorporació d'algunes de les novetats aparegudes en aquestes últimes dècades, sinó que fins i tot genera dubtes en alguns termes relatius a jocs de taula tradicionals. Llegint les entrades corresponents als mots *fitxa* i *peça*, sembla que siguin intercanviables quan par-

lem de les dames o dels escacs. Caldria fer una repassada exhaustiva dels termes relacionats amb elements o moviments dels jocs de taula. És a dir, clarificar els que hi ha i afegir-hi els que hi manquen.

**El grau de salut del català és diferent segons la tipologia de jocs? A quins calen més cures si l'objectiu és millorar la salut del català? En quin tipus de joc és més present el català?**

Sí, el grau de presència de la llengua és força diferent segons el tipus de jocs. El català és més present en els jocs que tenen components lingüístics, lògicament, sobretot gràcies a la militància d'alguns dels editors del sector, que hi aposten no només per raons comercials. En aquest sentit és destacable el paper de Joaquim Dorca o Xavier Garriga (Devir), que publiquen en català les versions bàsiques dels grans jocs del seu catàleg (Catan, Carcassonne), però també inclouen el català (al costat de l'anglès, el castellà,

l'alemany o el portuguès) en les instruccions de tots els jocs de producció pròpia que exporten arreu del món. Alguns editors no catalans comencen a imitar-los, fins i tot fent edicions en català de jocs tan populars com el Virus. Però hi ha tipus de jocs en els quals el català és inexistent o testimonial, com per exemple en els jocs de rol, que s'editen majoritàriament en castellà, malgrat l'existència d'alguna editorial independent, com ara Maqui (Joaquim Ball-llosera) o d'edicions puntuals en català d'èxits com L'Anell Únic (Devir) o creacions pròpies com Lo Rol de Rèquiem de Marc Pastor (Mai Més). En jocs de guerra (*war games*), de producció més costosa, això encara és més marcat i en algun cas només existeixen les edicions en anglès. Algunes editorials catalanes, com Snafu, de Sabadell, opta per traduir les instruccions i fer-les accessibles en PDF des del web.

**Voleu afegir alguna cosa més que no us hàgim preguntat?**

Sí, voldria felicitar-vos pel nom de la revista. Veig que la va crear l'any 2009. L'any 1998 o 1999, quan vaig posar el peu al coll a l'assaig que després es va dir *Verbàlia*, vaig obrir el domini *verbalia.com* a una incipient xarxa de xarxes denominada Internet. Llavors els únics àlies que se sentien anomenar eren els dels etarres quan els detenien. L'any 2000 el fet singular de disposar d'un domini a Internet amb aquest nom estrany em va permetre fer-me fort i defensar *Verbàlia* com a títol del llibre contra l'opinió dels editors, que no ho acabaven de veure clar. Poc després vaig començar a topiar amb el sufix *-àlia* per tot arreu. Àlies a la sopa: Nominàlia, Funeràlia, Navegàlia, Locàlia, Animàlia, Juvenàlia... i *Terminàlia*! Quan esperes una criatura veus embarrassades pertot, oi? Doncs això és el que em va passar llavors. Segur que aquesta síndrome té nom, però no el conec.

ÀNGELS EGEA PUIGVENTÓS  
LAURA SANTAMARIA I GUINOT  
Consell de Redacció



# El vocabulari de jocs i joguines



Tren. Payà, Ibi, País Valencià, 1930. Museu del Joguet de Catalunya/Figueres [MJC/F 113564]. Foto: Jordi Puig  
Ànec, 1960. Museu del Joguet de Catalunya/Figueres [MJC/F 100652]. Foto: Jordi Puig



## El joc és cultura. Les apostes ho són?

**ORIOI COMAS I COMA**  
oriolcomasicoma@gmail.com



**Oriol Comas i Coma és creador** i director del festival de jocs de taula Dau Barcelona (2012-2021), autor d'*Un món de jocs* (Sugaar Editorial, 2023) i personatge principal en tres novel·les de Màrius Serra.

### Resum

Aquest article tracta de la importància cultural dels jocs de taula i la contrasta amb la del joc d'atzar. Fa ressaltar la rellevància històrica i cultural dels jocs de taula, amb exemples de jocs que han esdevingut fites en la història de la humanitat, citant exemples com el Joc Reial d'Ur, els escacs o el go. El text també aborda la manca de reconeixement de les administracions i les institucions culturals, i l'estatus jurídic, social i cultural dels jocs de taula. L'autor en destaca les discrepàncies i les definicions legals que els exclouen d'àmbits com el finançament cultural. Finalment, fa un prec en relació amb l'autoritat lingüística de l'Institut d'Estudis Catalans i la terminologia del joc, i reivindicava el valor sociocultural dels jocs de taula.

**PARAULES CLAU:** jocs de taula, llengua, Catalunya, història, cultura

### Abstract

#### **Playing games is culture. What about betting?**

This article discusses the cultural importance of board games and contrasts it with that of games of chance. It highlights the historical and cultural significance of board games and gives examples of games that have become milestones in human history, citing examples such as the Royal Game of Ur, Chess or Go. The text also addresses the lack of recognition by administrations and cultural institutions, as well as the legal, social and cultural status of board games. The author points out the discrepancies and legal definitions that exclude them from areas such as cultural funding. Finally, one demand is made regarding the linguistic authority of the Institut d'Estudis Catalans and the terminology of games, and the socio-cultural value of board games is defended.

**KEYWORDS:** board games, language, Catalonia, history, culture

### 1 El joc de taula és cultura

No hi ha, no hi pot haver cap dubte sobre la naturalesa cultural del joc. Cal afegir a aquesta afirmació que l'Administració (local, nacional, estatal, continental, tant se val) encara no ho sap o no ho sap prou, però a això hi tornem més avall. Els jocs de taula com a disciplina cultural tampoc no han arribat als mitjans de comunicació, situació que al nostre país millora dia a dia per un motiu ben prosaic: cada cop hi ha més periodistes que juguen. Pel que fa a les universitats, l'embranchida que ara tenen per raons de mercat i de poder econòmic els *games studies*, que estudien i tenen en compte exclusivament els videojocs, potser arribarà als jocs de taula, eixamplant la petita dedicació de què globalment gaudeixen ara a l'àmbit acadèmic.

El joc és un element cultural de primer ordre. Des de sempre i arreu. Des de l'inici, en què estava associat a l'esfera de les coses sagrades i màgiques, després amb les representacions litúrgiques i teatrals, més tard amb les competicions, fins a l'actual desenvolupament industrial, el joc ha representat en tots els pobles del planeta un espai de relació i comunicació lligat a l'imaginari i a la vida quotidiana, un espai, doncs, de cultura.

Dos estudiosos del segle xx, el filòsof i historiador holandès Johan Huizinga i l'escriptor francès Roger Caillois, ofereixen una descripció i una definició de joc que el situa plenament dins de la cultura. El llibre de Huizinga *Homo ludens* (1938), revolucionari i pedagògic alhora, comença precisament amb aquesta contundent afirmació: «El joc és més antic que la cultura, perquè la cultura, fins i tot en les seves definicions menys rigoroses, pressuposa sempre una societat humana i els animals no van esperar que els homes els ensenyessin a jugar». La definició que dona del joc ha esdevingut canònica, amb lleugeres modificacions posteriors de Caillois (*Les jeux et les hommes*, 1958). Per a Huizinga i Caillois, «el joc és una acció o ocupació lliure, practicada com a ficció, que es desenvolupa dins d'uns límits temporals i espacials determinats, amb unes regles absolutament obligatòries i lliurement acceptades. Absorbeix completament a qui la practica i té un final incert. No té cap interès material ni se'n treu cap profit, la seva única finalitat és el joc mateix. Va acompanyada d'un sentiment de tensió i alegria i de la consciència de «ser algú diferent» que a la vida real». (Cal tenir en compte que cap dels dos llibres té edició en català, per tant la traducció de les citacions és meua.)

Què és, sinó cultura, que algú, fa com a mínim 4.600 anys, s'inventés un joc? Sí, un joc com els d'ara, amb tauler i daus i fitxes i regles de moviment i captura. El 1926, Sir Leonard Woolley era el responsable de l'expedició arqueològica al jaciment de la rica ciutat sumèria d'Ur, al sud de l'actual Iraq. A l'anomenada «tomba reial» hi va trobar el que es coneix precisament com a Joc Reial d'Ur. Es tracta d'un tauler amb calaixos, fet

amb nacre, lapislàtzuli i pedra calcària vermella que es pot admirar al Museu Britànic. Una bella i suntuosa ornamentació per a un objecte que havia de servir per al viatge al més enllà d'un emperador. Algú, ja fa 4.600 anys, va voler perdre el temps inventant una cosa tan inútil com un joc. El Joc Reial d'Ur és un joc de recorregut en què els dos jugadors van per circuits oposats i coincidents, amb caselles segures on no et poden matar. Les fitxes es mouen mitjançant la tirada d'uns daus tetraèdrics. Es tracta, doncs, d'un joc summament elaborat, emparentat molt llunyanament amb l'actual *backgammon*. Afegim-hi, per posar aquest joc en el context de la societat mesopotàmica i en el context de la història de la humanitat, que la data de la seva creació coincideix, uns centenars d'anys amunt o avall, amb les primeres mostres d'escriptura, també a Mesopotàmia. Ara com ara no n'hi ha cap certesa, però aquesta coincidència temporal no deu ser casual.

Si volguéssim explicar la història del lleure, d'una de les principals activitats de la humanitat, ens caldria donar notícia de tres jocs de taula. En mil·lennis diferents, en civilitzacions sense cap relació entre elles —la Xina, l'Índia i l'Àfrica subsahariana—, van ser ideats tres jocs que ens diuen qui som i com som. Aquests tres jocs són el go, els escacs i els mancala, els tres grans jocs de la humanitat. O, dit d'una altra manera, tres tractats sobre on actuar, quan actuar i amb qui i com. Això s'esdevingué fa tres mil anys, mil anys i potser milers d'anys (cap a mil cinc-cents de manera documentada), respectivament. Els jocs de taula potser no sempre són prou reconeguts com a tals, però segur que estem parlant de productes culturals.

El go és un joc aparentment molt simple que s'aprèn en pocs minuts. Els occidentals coneixem bé els escacs i en canvi a penes sabem res del go. Sabem que els escacs es componen de diferents peces, que es mouen de maneres diferents, que hi ha jugades capritxoses (l'enroc, la captura al pas, la promoció dels peons). En contraposició amb els escacs, el go («ese otro ajedrez de Oriente», com el va glossar Jorge Luis Borges) només té pedres blanques i negres totes iguals i que no es mouen en tota la partida. Es tracta de pensar en termes globals i aplicar-ho en cada racó del tauler. L'únic fonament del go és fer cadenes de pedres i encerclar territoris. Ara hi juguem pràcticament com en el moment de la seva creació. Es pot definir com a perfecció això? Si no, s'hi deu acostar.

El mateix podem dir dels escacs, que solem anomenar «el gran joc d'Occident». En els escacs podem trobar-hi alhora una excel·lent evolució i una efervescència d'innovació. Evolució perquè des de l'antic xaturanga, el joc indi ja conegut al segle vi de la nostra era, fins als escacs actuals, una mateixa idea (dos exèrcits iguals, formats per combatents amb diferents moviments i potencialitats que reproduïen l'exèrcit medieval, i que tenen com a únic objectiu eliminar el



Font: arxíu personal

Oriol Comas a Sant Pere de Vilamajor, 1959

rei de l'adversari) ha estat polida i perfeccionada per moltes mans i molts cervells, com ho demostra la tardana incorporació de la dama i els milers de variants que en coneixem avui.

Què és, sinó cultura, un joc com l'auale? L'auale és un joc del qual només sabem que va néixer en algun lloc d'Àfrica i que potser és el joc més practicat al món. Bé, l'auale o qualsevol dels seus parents. De fet, s'ha de parlar de jocs de mancala, dels quals l'auale només és un dels més coneguts.

Un mancala es compon d'un tauler, normalment de fusta, que té de dos a quatre rengles de forats. S'hi juga amb llavors o amb pedretes o amb petxinetes que es mouen de forat a forat. Les llavors són iguals per als dos jugadors. Aquesta és una de les característiques principals dels jocs de mancala: no hi ha diferència entre les fitxes dels dos jugadors. Estrany? Molt; en la majoria dels jocs de taula de la història, un jugador porta les blanques i l'altre les negres, o tenen fitxes de colors si són més de dos, com al parxís. Haurem d'arribar als jocs de cartes i als dòminos, centenars (o milers) d'anys després del primer mancala, per tornar a trobar un joc on els jugadors comparteixen els elements de joc.

Avui els mancala són objecte d'estudi inescapable per a matemàtics i antropòlegs. I són també un bell exemple d'innovació, de canvi constant. Des del primer mancala, creat no sabem on ni tampoc quan, aquesta enorme família de jocs no ha parat de créixer, d'estendre's i de reinventar-se. Sempre al voltant d'una mateixa idea bàsica, trobem mancales a tota l'Àfrica subsahariana, a l'Àsia central, a les Filipines, al Carib. Tots amb la mateixa filiació, tots diferents, tots

re-creats tenint en compte cada poble i cada situació.

Si hi afegim el *backgammon*, les dames, els jocs com el tres en ratlla, el reial joc de l'oca, el parxís i els jocs de cartes i els dòminos (per esmentar només jocs als quals encara juguem), ja hem arribat al segle XIX, en concret, al 1837, quan el litògraf francès Godefroy Engelmann patenta la cromolitografia, és a dir, la impremta en color com l'hem conegut fins fa ben pocs anys. Ara, les cartes ja no s'il·luminen a mà, els taulers de joc no han de ser per força de fusta i creats per un artesà o gravats en una llosa. Com tants altres objectes culturals, els jocs de taula es democratitzen, poden arribar a més persones i en millors condicions. Així, no és estrany que el final del segle XIX visqui una revifada en la creació i la popularització de nous jocs, com l'halma, ara conegut amb el nom de *dames xineses*, o el *reversi*, ara sota la marca *Othello* que el japonès Goro Hasegawa va patentar el 1971 i que, a més de fer-li guanyar molts diners, va permetre que avui puguem jugar un gran joc ja desaparegut.

La primera meitat del segle XX, si l'estirem una mica més enllà del 1950, l'omplen cinc grans jocs: *Monopoly* (Charles Darrow, 1935, però afusellat del joc *The Landlord's Game* creat per Elizabeth Magie el 1904), *Stratego* (Jacques Johan Mogendorff, 1946), *Scrabble* (Alfred Butts, 1948), *Cluedo* (Anthony Pratt, 1949) i *Risk* (Albert Lamorisse, 1957). Tots molt diferents i tots molt presents en la quotidianitat de les llars, si més no, occidentals. Certament, el segle XX també és el segle del temps lliure i, per tant, el segle de fer coses en família, abans que la televisió i les noves tecnologies de què gaudim ara canviessin la nostra manera de viure, la nostra manera d'ocupar l'espai familiar.



Al voltant del 1960 tres grans creadors estatunidencs de jocs de taula, Sid Sackson (Acquire, 1964, i Can't Stop, 1980), Alex Randolph (Twixt, 1962, i Ricochet Robots, 1999) i Robert Abbott (Eleusis, 1956), no només van crear molts jocs que encara són a les taules de les sales d'estar de tot arreu, sinó que van obrir un camí, precisament el camí de la dignificació i la presència pública dels autors de jocs com a creadors de cultura. Sense ells no s'entén el que ha passat després, el moment tan dolç i fecund que vivim ara. Com no s'entendria sense altres grans autors, altres grans jocs i les grans editorials de jocs de taula dels setanta i els vuitanta. O sense l'èxit de grans festivals de jocs de taula com els d'Essen, Canes o el Dau Barcelona, i la bona acollida comercial de premis com l'alemany Spiel des Jahres.

Una ludografia bàsica dels últims cinquanta anys ha d'incloure, com a mínim, La Llebre i la Tortuga (David Parlett, 1973), Dungeons & Dragons (Gary Gygax i Dave Arneson, 1974), Cosmic Encounter (Peter Olotka et al., 1977), Civilization (Francis Tresham, 1980), Illuminati (Steve Jackson, 1982) i Scotland Yard (Manfred Burggraf et al., 1983). Diplomacy, d'Allan Calhamer, és una mica anterior (1954), però per la seva importància, pel seu caràcter innovador i perquè és diferent dels jocs de la seva època, s'ha d'emmarcar amb tots aquests.

Des de la dècada dels noranta vivim el millor moment, de llarg, de tota la història dels jocs de taula. Magic, de Richard Garfield, el 1993; El Grande, de Wolfgang Kramer, el 1995, i especialment Catan, de Klaus Teuber, el 1995, van representar l'inici del segle XXI pel que fa als jocs de taula: més variats, més interactius, més imaginatius, més bonics, més ben il·lustrats, més ben produïts. Des de llavors tenim grans obres amb una freqüència superior a la de qualsevol altra època de la història. Deixem constància d'alguns dels millors: Carcassonne (Klaus-Jürgen Wrede, 2000), Hombres Lobo de Castronegro (Philippe des Pallières i Hervé Marly, 2001), i Aventureros al Tren! (Alan R. Moon, 2004), Dixit (Jean-Louis Roubira, 2008), Pandemic (Matt Leacock, 2008) i Codi Secret (Vlaada Chvátil, 2015).

Si mirem dins de casa nostra, després de massa temps de dependre del talent exterior, és a dir, d'importar jocs, comencem a tenir autors i editors que estan treballant molt bé, com mostren els exemples següents, sorgits els últims anys. El primer és Lacrimosa, un joc que comença just després de la mort de Mozart. És una creació dels catalans Gerard Ascensi i Ferran Renalias, que l'editorial Devir, amb seu a Barcelona, va presentar internacionalment, amb les regles també en català, el 2022 a la fira d'Essen, la més important del sector a tot el món. El segon és la sèrie de jocs cooperatius de deducció Sherlock Holmes-Q (n'hi ha més d'una trentena de diferents), creats pels catalans Martí Lucas i Josep Izquierdo, dels quals l'editorial GDM Games, de Montcada i Reixac, n'ha venut



Fot: Foto de Jora Puig

Joc de l'oca. Borràs, Mataró, 1950. Museu del Joguet de Catalunya/Figueres [MJC/F 102658]

més d'un milió d'exemplars en vint-i-cinc llengües. El tercer és el joc La Fallera Calavera, creat i editat per Enric Aguilar a la seva editorial Zombi Paella, que n'ha venut cent mil exemplars amb les regles exclusivament en català. El quart és el joc Zoom in Barcelona, creat per Eloi Pujadas, Joaquim Vilalta i Núria Casellas i editat a Vic, per l'editorial Cucafera Games, de la mateixa Núria Casellas, i que disposa d'edicions localitzades en ciutats dels Estats Units i del Japó. L'últim és la petita editorial gironina de jocs de rol Maqui Edicions, dirigida per l'expert Quim Ball-llosera. En el món dels jocs de rol, a més d'editorials grans o petites, hi ha un gran i fructífer sector indie. En aquest panorama, Maqui Edicions és indie entre els indies, perquè edita exclusivament en català, de manera que hi ha moltes propostes innovadores que només es poden trobar en anglès i en català.

## 2 El joc de taula a l'Administració

De les moltes maneres de definir la cultura, una de prou pragmàtica podria ser: «Activitats i programes als quals una administració amb autoritat sobre la cultura destina recursos». Segur que és poc científica, però totalment entenedora i aclaridora. Per dir-ho amb exemples i si analitzem només el nostre entorn territorial, per al Govern espanyol, el joc de taula no deu ser cultura perquè, en la llarga llista de beques, ajudes i subvencions del Ministeri de Cultura ([www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones.html](http://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones.html)),



el sintagma *joc de taula* no hi apareix. Més específicament, perquè a la «Ley 8/2022, de 4 de mayo, por la que se modifica la Ley 23/2011, de 29 de julio, de depósito legal» (ho voldria escriure en català, però no puc: l'única menció en català que hi ha a la pàgina web que mostra la llei és precisament «Contingut no disponible en català») no s'esmenten els jocs de taula com a objectes que han de ser registrats al dipòsit legal i fins i tot es poden considerar exclosos d'aquest grup, perquè són «Objetos tridimensionales, aunque acompañen a un documento principal» i perquè es poden assimilar a «Pasatiempos, crucigramas, sudokus, sopas de letras», ambdós tipus de documents expressament exclosos. Ho vaig poder comprovar en una visita recent a la Biblioteca Nacional de España, on s'arxivien tots els documents subjectes a dipòsit legal: el que més pot assemblar-se a un joc són teatrins, cromos de picar i naips, però ni un joc de taula. I videojocs, que sí que hi entren, amb els objectes tridimensionals exclosos una altra vegada, en l'articulat de la llei.

Encara més específicament, el famós «Real decreto 191/2023, de 21 de marzo, por el que se establecen las normas reguladoras del Bono Cultural Joven» ofereix ajudes monetàries que «irán destinadas al público joven para su utilización en la adquisición de productos y servicios culturales ofrecidos por las entidades que se adhieran al programa». Aquests productes i serveis culturals es descriuen en una exhaustiva llista que no inclou els jocs de taula, i això que arriba fins a les partitures musicals, les descàrregues de pòdcasts i els espectacles taurins. Deu ser tan simple com que al Ministeri de Cultura no saben què són els jocs de taula.

Aquesta situació s'entén millor si parlem de l'IVA. Els jocs de taula suporten el general, del 21 %, i no l'IVA anomenat «cultural», aplicat als llibres i a la premsa (4 %) o als establiments i esdeveniments culturals com museus i obres teatrals (10 %).

No tot està perdut, però, ni de bon tros. Si més no, a casa nostra, on gaudim d'intervencions de l'Administració pioneres a l'Estat i segurament a tot Europa. A més de festivals de jocs finançats completament o parcialment per diversos ajuntaments (entre molts d'altres, Dau Barcelona, des del 2012; Fira Joc Joc de Tona, des del 2000; Fira JugarxJugar de Granollers, des del 2007, o Festival del Joc del Pirineu de la Seu d'Urgell, des del 2016), el Departament de Cultura de la Generalitat ha decidit, aquests darrers anys, tractar *de facto* el joc de taula com un sector cultural més.

No ho és encara formalment; no ha entrat al club que formen les arts escèniques, les arts visuals, l'audiovisual, la cultura digital, el llibre i la música, ni disposa d'organismes que en tinguin cura especialment, com passa amb el videojoc (amb la Direcció General d'Innovació i Cultura Digital) i el joc tradicional (amb la Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural).

No ho és encara, però sí que és en el bon camí: dues convocatòries d'ajuts del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya del mes d'abril de 2024 donen fe d'aquest canvi en l'Administració del país. Una ofereix beques per a la recerca i la innovació en els àmbits de les arts visuals, de l'arquitectura i el disseny, de les arts escèniques, de la música, del pensament i dels jocs de taula, en què els autors i estudiosos del joc de taula s'equiparen als creadors i investigadors d'altres disciplines culturals. Mitjançant l'altra es concedeixen subvencions per a la incorporació de la llengua catalana en jocs de taula, en uns terminis semblants als ajuts per a l'edició de llibres en català.

A més, la Direcció General de Promoció Cultural i Biblioteques va posar en marxa el 2022 un programa per afavorir la creació i el manteniment de seccions de jocs de taula a les biblioteques del país, mitjançant l'edició de guies de jocs de taula específiques per a les biblioteques i una dotació econòmica per tal que les biblioteques que ho desitgen adquireixin jocs per al seu catàleg. El que dèiem, a Catalunya som en el bon camí.

### 3 Les apostes són cultura?

El *Diccionari de la llengua catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans (DIEC2) és concís en la definició de *cultura*. Entre altres significats, ens interessen l'accepció 1.2, que ens diu que és el «Conjunt de les coneixences literàries, històriques, científiques o de qualsevol altra mena que hom posseeix com a fruit de l'estudi, de les lectures, de viatges, d'experiència, etc.», i la 2.1, segons la qual és el «Conjunt dels símbols, valors, normes, models d'organització, coneixements, objectes, etc., que constitueixen la tradició, el patrimoni, la forma de vida, d'una societat o d'un poble». Són les mateixes definicions que, amb matisos, trobem al *Diccionario de la lengua española* de la Real Academia Española i al Larousse. El diccionari francès hi afegeix —i com a primera accepció— que la cultura és l'«Enrichissement de l'esprit par des exercices intellectuels». Si anem al diccionari de Cambridge trobarem, a més, que la cultura és, ras i curt, i també entre altres significats, «Music, art, theatre, literature, etc.».

No, les apostes no són de cap manera res que tingui relació amb el coneixement ni amb la literatura, però sí que formen part del conjunt de coses que configuren la vida d'una societat.

### 4 Ep!, jugar = apostar

És evident que el joc forma part de la primera definició, i les apostes, de la segona, perquè *joc* i *jugar* són paraules polisèmiques, com tantes altres en qualsevol llengua. Més enllà de molts altres significats



Font: Foto de Jordi Puig

Dòmino. Borràs, Mataró, 1950. Museu del Joguet de Catalunya/Figuères [MJC/F 102657]

d'aquestes dues paraules, en concret, i pel que fa al reconeixement del joc com a pràctica social i disciplina cultural, això representa un problema a l'hora de definir què és un joc, com sigui que la segona accepció, per la seva dimensió econòmica i pels perills socials que comporta, es menja la primera. Abans hem vist com els videojocs es mengen l'espai natural d'investigació a les universitats d'arreu, de manera que jugar, especialment a jocs de taula, acaba ocupant un espai més petit del que li tocava en la cultura i en la societat.

Anem una mica més enllà. En francès, en anglès o en alemany, al contrari del que passa en català o en espanyol, *jouer*, *to play*, *Spielen* volen dir 'jugar', 'tocar un instrument' o 'representar una obra de teatre'. Això agermana el joc i el teatre, el joc i la música. Tant en el teatre com en el joc, l'actor o el jugador, tant se val, surt de la realitat diària per submergir-se durant una estona en una altra realitat, real o fictícia, però mai la seva realitat. En el teatre, en el joc, hi té un paper a representar, un objectiu a aconseguir, que res tenen a veure amb la seva vida. Podem dir que el que val en el teatre i en el joc és l'engany, és ser qui no ets.

On el català només disposa de *joc* i *jugar* (si busquem apostar únicament tenim que vol dir «jugar-se diners o una altra cosa») (DIEC2), en francès es pot *jouer* (que també vol dir «engager de l'argent dans un jeu de hasard») i *miser* i *parier* («déposer un enjeu», «mettre un

enjeu sur un gagnant présumé») (Larousse). En anglès, tot és més clar: *to play*, entre altres accepcions, és «to take part in a game» i «to compete against a person or team in a game». També vol dir «to risk money, especially on the results of races or business deals, hoping to win more money», sinònim per tant del verb més utilitzat en anglès per a apostar, *to gamble*: «to do something that involves risks that might result in loss of money or failure, hoping to get money or achieve success» (Cambridge). Ja som al cap del carrer, les paraules diuen el que volen dir, i no perquè així ho mani un diccionari, sinó per la utilització que en fan els parlants.

Aquesta és la realitat: a diferència del que passa en altres llengües, en català i en altres llengües romàniques, *joc* i *jugar* també volen dir 'aposta' i 'apostar', és a dir, l'accepció 1.3 de *jugar* del DIEC2 és «jugar a jocs en què s'arrisquen diners», fins i tot «especular a la borsa», la qual cosa exigeix que moltes vegades, quan es parla del joc com a objecte cultural o dels beneficis individuals i socials del joc, s'ha d'afegir que estem parlant del joc de jugar, no del joc d'apostar.

Per exemple, la Generalitat de Catalunya té una Direcció General de Tributs i Joc que, entre les seves funcions, té la d'actuar en els àmbits de «jocs i apostes», com si fossin diferents, tot i que sempre es refereix a les apostes. A l'organigrama del Departament d'Economia i Finances també trobem la societat anònima Loteries

de Catalunya, que comercialitza loteries amb aquest anunci: «Loteries et recorda que juguis amb responsabilitat i només si ets major d'edat».

També l'ONCE va fer una campanya amb el títol «Amb el joc, no s'hi juga», fent servir l'accepció de *joc* com a 'aposta', però fent veure que no. Així, quan amb els responsables de la Fira de l'Ascensió de Grànollers vam decidir de crear la Fira JugaxJugar el 2007, un dels responsables municipals va proposar que la comunicació de la fira anés al voltant del concepte *joc educatiu*, perquè ningú pogués pensar que es tractava d'alguna activitat relacionada amb les apostes. Sort que ho vam redreçar i disset anys després JugaxJugar continua sent una gran fira de jocs de taula.

## 5 Prec a l'Institut d'Estudis Catalans

Sí, és veritat que els parlants catalans fem servir *jugar* com a sinònim de *apostar*, però això no obliga a les pràctiques, al meu entendre deslleials, que esmentàvem més amunt. No, al contrari del que pensa la comunitat jugaire (sí, *jugaire*, de seguida parlem d'aquest neologisme), la Secció Filològica de l'IEC no pot decretar que no s'usi *jugar* amb el significat d'apostar diners, però sí que podem demanar a empreses públiques i privades que no intercanviïn les dues paraules amb finalitats purament econòmiques: cada dia és més urgent que la Generalitat de Catalunya canviï el nom de la Direcció General de Tributs i Joc del Departament d'Economia i Hisenda pel que realment és, la Direcció General de Tributs i Apostes.

Val la pena aprofitar aquestes ratlles per posar de manifest un encert de l'IEC en relació amb els jocs de taula. Des de fa més de trenta anys, el diccionari oficial de la llengua catalana en dona una definició precisa: «Joc que se sol jugar al voltant d'una taula amb daus, fitxes, naips o altres elements, i en què intervenen generalment l'atzar, l'estratègia o una combinació de totes dues coses». Remarquem que és una definició més escaient que la del diccionari de Cambridge («Any of many games, for example chess, in which small pieces are moved around on a board with a pattern on it») o la del diccionari Larousse, que no passa de dir que els *jeux de société* (el més proper a *joc de taula* que hi trobem) són «Jeux propres à distraire dans des réunions amicales, familiales ou mondaines». Fins i tot el nostre diccionari defineix el *joc de rol*, una de les més especials i importants famílies dels jocs de taula: «Joc en el qual les persones que hi participen representen els diversos personatges d'una aventura o acció».

Sí que sembla raonable advocar per la introducció al diccionari nomatiu de *jugaire* per definir la persona que juga, a qui agrada jugar a jocs de taula o d'altres tipus. Ara tenim *juganer* i *jogasser* («Que és afectat a jugar, entremaliejar, saltironar, etc. Tant la nena com el gos són molt juganers») i *jugador* («Afectat a jugar jocs en què s'arrisquen diners, que té el vici de jugar. És un jugador»). Cap de les tres paraules no serveix. A més, aquesta nova paraula podria evitar el neologisme horripilant que s'utilitza en castellà per descriure les persones que juguen sovint a jocs de taula: *jugón*. ✿

## Documentar-se sobre els joguets: un joc apassionant

**ANNA JOAN CASADEMONT**

Consell de Redacció de *Terminàlia*  
ORCID: 0000-0002-1539-8141  
anna.joancasademont@teluq.ca

**Anna Joan Casademont és**

professora de Lingüística a la Universitat TÉLUQ (Quebec, Canadà). La seva recerca se centra en l'adquisició del català com a llengua addicional i en terminologia. Cofundadora del Grup en Llengües:



Adquisició, Corpus i Ensenyament (GLACE), és membre regular de l'Observatoire de linguistique Sens-Texte (OLST, Université de Montréal) i externa d'IULATERM (Universitat Pompeu Fabra). És vicepresidenta de la Fundació del Museu del Joguet de Catalunya i ha impartit cursos de documentació de col·leccions al màster de Museologia de la Universitat de Montréal. Forma part del Consell de Redacció de *Terminàlia* i del Comitè Científic de *Médiations & Médiatisations*, i és editora associada de *Reserclé*.

**CIRO LLUECA FONOLLOSA**

Universitat Oberta de Catalunya  
ORCID: 0000-0002-5580-7771  
cllueca@uoc.edu

**Ciro Llueca Fonollosa és**

vicegerent de Recerca i Transferència de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i director de l'Editorial UOC. Docent en diverses universitats d'Espanya i de l'Amèrica Llatina, ha treballat



també en biblioteques, arxius i centres culturals, com el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, la Biblioteca de Catalunya i la Filmoteca de Catalunya. És coordinador del grup de treball de Biblioteques i Propietat Intel·lectual de la Federació Espanyola de Societats d'Arxivística, Biblioteconomia, Documentació i Museística (FESABID). Ha treballat i col·laborat en diverses ocasions amb el Museu del Joguet de Catalunya.

### Resum

Tot i la influència dels diferents aspectes del món lúdic en disciplines com la història, la sociologia, l'antropologia, les ciències o la pedagogia, el cert és que els jocs i els joguets no formen, en el sentit tradicional del mot, el nucli d'un àmbit amb una base teòrica científica consolidada. Com en molts altres contextos similars, això sol fer que la tasca de terminòlegs, lingüistes o traductors sigui a vegades més complexa. Aquest article presenta les característiques i els usos principals del Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets del Museu del Joguet de Catalunya / Figueres (MJC/F), estudi de cas que ens permet mostrar l'essencialitat de la documentació i l'arxivística a l'hora de tractar certs àmbits del patrimoni cultural d'una societat.

PARAULES CLAU: jocs; joguets; patrimoni cultural; documentació

### Abstract

#### **Documenting toys: A very exciting game to play**

Despite the pervasive influence of play across various disciplines such as history, sociology, anthropology, science and pedagogy, games and toys lack a consolidated scientific theoretical foundation in the traditional sense. This absence poses challenges for language professionals (terminologists, linguists, translators, etc.), as it makes their task harder. This article aims to shed light on this gap by focusing on the Museu del Joguet de Catalunya / Figueres (MJC/F) – Centre de Documentació i de Recerca sobre els Jocs i els Joguets (Toy Museum of Catalonia / Figueres – Documentation and Research Centre on Games and Toys). In presenting this case study, we elucidate the crucial role of documentation and archiving when dealing with specific aspects of a society's cultural heritage, emphasizing the necessity of a robust theoretical framework for understanding the multifaceted nature of games and toys in academic and linguistic contexts.

KEYWORDS: games; toys; cultural heritage; information science



## 1 La documentació sobre els jocs i els joguets

Documentar-se sobre certs temes pot ésser més o menys fàcil segons els recursos que tenim a l'abast: es tracta d'una temàtica o d'una disciplina amb un origen teòric consolidat i no massa recent?; cerquem informacions diverses en relació amb una llengua concreta, no necessàriament una de les que té més locutors al planeta? No descobrim res quan afirmem que aspectes com aquests tenen incidència en el treball dels terminòlegs, dels lingüistes, dels traductors i d'altres usuaris de la llengua, així com en el dels experts en una matèria concreta.

En aquest sentit, en la temàtica dels jocs i dels joguets, fins i tot l'adequació d'un terme tan central de l'àmbit com *jogueta* feia dubtar els mateixos especialistes. De fet, en el moment d'oficialitzar-lo, l'any 1982, amb l'ús en el nom d'un museu (Museu del Joguet de Catalunya, [www.mjc.cat](http://www.mjc.cat)), hi havia precisament dubtes sobre si era prou correcte. La consulta documental i terminològica va ser resolta per Francesc de B. Moll, que va indicar-los que *jogueta* era un mot perfectament vàlid en català:

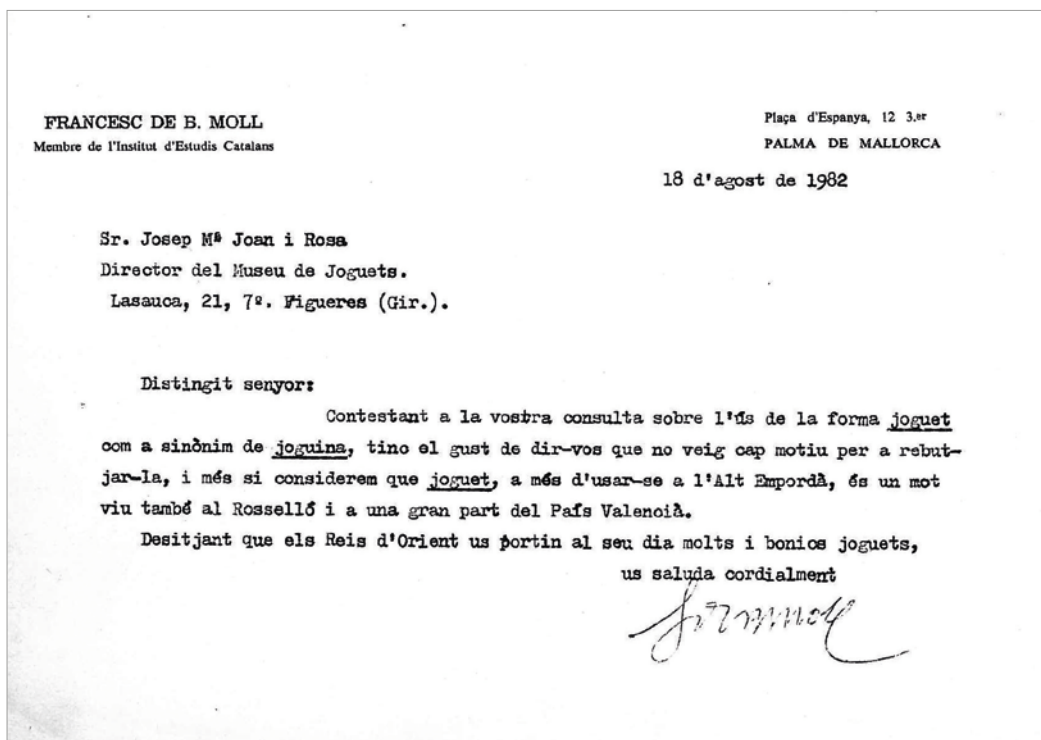
El món dels jocs i dels joguets és un sector molt divers i plural, completament interdisciplinari, que nodreix els interessos de l'antropologia, de la història, de la cultura i de l'art popular, de la ciència, de l'educació i la pedagogia, de la sociologia, del disseny industrial, de la indústria juguetera, etc., i alhora, també se'n nodreix.

De fet, el món lúdic abasta tots els nostres interessos i reflecteix com veiem el món. Ens hi podem apropar o bé d'una manera «més despreocupada», és a dir, jugant (i, doncs, contribuint a la creació o a l'estabilització de la llengua amb les nostres accions lúdiques, ja que mentre juguem som experts de l'àmbit), o bé des del punt de vista d'especialista d'una disciplina, que s'interessa en com aquesta es reflecteix o intervé en les diverses formes de jugar.

Així doncs, el patrimoni vinculat al món dels jocs i dels joguets, com molts altres derivats de les pràctiques socioprofessionals, culturals o populars, no es veu afavorit documentalment ni terminològicament per un vincle estret entre el seu context d'aplicació (a tot arreu, infants i adults, en totes les societats, en diverses èpoques) i el seu lloc d'aprenentatge o de recerca (les universitats, per exemple, des de les diverses disciplines mencionades més amunt); i això fa que documentar-se exhaustivament sobre el tema pugui ser una tasca més complexa que en altres àmbits.

En aquest sentit, la creació d'un centre de documentació sobre el joc i el joguet suposa un important pas endavant cap al reconeixement, la consolidació i l'accessibilitat de centres de documentació especialitzats en certs àmbits del patrimoni que, tot i ser essencials, fins fa poc potser havien estat menys considerats des del punt de vista de l'estudi i de la recerca científica.

La documentació existent als museus té un paper crucial en la gestió, la conservació i la difusió del patrimoni



Font: Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets (MJC/F)

Carta de Francesc de B. Moll a Josep Maria Joan Rosa sobre el terme *jogueta* (1982)



Font: Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets. Museu del Joguet de Catalunya/MJC/F

Anna Joan Casademont amb un os, 1983



Font: arxíu personal

Ciro Lluca en la seva moto, 1976

cultural i artístic que custodien. Els beneficis principals de la documentació museística s'associen amb:

- La identificació de col·leccions, perquè proporciona informació detallada sobre cada peça de la col·lecció, incloent-hi l'origen, l'època, l'autor, les dimensions, i altres característiques essencials. Això facilita la identificació precisa de les obres i dels objectes, i d'aquesta manera s'eviten confusions o pèrdues.
- La recerca, atès que els documents que acompanyen cada peça —els més evidents són els llibres d'instruccions o els catàlegs dels fabricants— són una font inestimable d'informació per a investigadors, estudiants i visitants interessats, ja que faciliten la comprensió del context històric, cultural i artístic de les obres, i així enriqueixen l'experiència educativa i investigadora.
- L'exhibició i la difusió de les peces, perquè la informació recopilada en la documentació ajuda els curadors a dissenyar exposicions amb un discurs coherent i informatiu, i permet als museus compartir coneixements no només en les seves instal·lacions, sinó també a través de catàlegs, publicacions digitals i altres mitjans de difusió. En el Museu del Joguet de Catalunya s'hi poden contemplar 2.100 fotografies d'imatges d'infants amb joguets, que proporcionen context històric en el relat museístic alhora que enforteixen les aliances amb els visitants i els donants.
- La gestió de drets de propietat intel·lectual, ja que la documentació inclou dades sobre els drets

d'autor, aspecte que esdevé essencial per a la gestió legal de les col·leccions, especialment quan es tracta de préstecs, reproduccions o utilització d'imatges de les peces en publicacions i en altres formats.

- Les aliances, perquè la interoperabilitat que proporciona la tecnologia facilita que la documentació museística sigui compartida i consultada en línia, de manera que les col·leccions esdevenen accessibles a un públic global i, per extensió, es facilita la col·laboració entre institucions i el foment de la recerca transnacional.

## 2 El Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets del MJC/F

El Museu del Joguet de Catalunya es va inaugurar l'any 1982 a la Rambla de la ciutat de Figueres, a les dependències de l'antic Hotel París (antiga casa pairal del baró de Terradas, que data de 1767). A partir de l'aportació inicial del col·leccionista de joguets Josep Maria Joan i Rosa i de la seva dona Pilar Casademont Sadurní, el Museu continua rebent donacions de particulars com de col·lectius i d'empreses. Actualment, el Museu exhibeix unes 4.000 peces, d'un total de més de 27.000 que en constitueixen el fons.<sup>1</sup>

Pel que fa al fons documental, l'informe del 17 de febrer de 1998 descriu que la base de dades bibliogràfica d'aquell moment conté 1.128 registres, que corresponen al mateix nombre de documents catalogats i classificats

per part dels responsables del Museu. El mateix informe apunta la progressiva automatització d'un volum de 2.000 monografies de temàtica especialitzada, sense incloure-hi l'hemeroteca i els catàlegs de fabricants.

Aquest primer catàleg descriu la col·lecció bibliogràfica a partir d'un tesaurus propi produït per adaptació de les matèries previstes a la LEMAC<sup>2</sup> i una classificació especialitzada pròpia que, revisada i actualitzada, perdura fins a l'actualitat.<sup>3</sup>

Amb el temps, aquesta col·lecció s'amplia i creix, fins a disposar d'un fons de 10.000 documents, incloent-hi llibres i revistes especialitzades d'àmbit nacional i internacional, un arxiu fotogràfic temàtic d'infants i els seus joguets, un arxiu de catàlegs de fabricants de joguets de tot el món, així com un arxiu de cartells de fabricants i d'exposicions de la indústria del joguet, i nombrosa documentació complementària, tant bibliogràfica com d'arxiu.

El 7 de gener de 2021 es va signar el conveni per a la integració i el manteniment dels registres del catàleg del Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets al Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya (CCUC),<sup>4</sup> amb l'objectiu d'incorporar aquests registres bibliogràfics del Museu al CCUC, per tal de millorar la informació bibliogràfica oferta a la comunitat universitària i investigadora, facilitar el préstec interbibliotecari i aconseguir més eficiència i estalvi en la catalogació, mitjançant la catalogació cooperativa i la compartició de les mateixes pautes de catalogació.

La incorporació dels registres bibliogràfics al CCUC representa un salt qualitatiu per al fons documental del Museu, perquè suma i enriqueix el catàleg acadèmic i de recerca per excel·lència de Catalunya,<sup>5</sup> i alhora es visibilitza i es projecta a tot el món pel camí de la interoperabilitat dels catàlegs bibliotecaris i Internet.

Per culminar la breu crònica de l'evolució d'aquest fons, l'informe de valoració del 7 d'abril de 2022 inventaria la totalitat del fons documental del Museu, que es distribueix de la manera següent:

- Secció de Biblioteca
  - Fons bibliogràfic sobre jocs i joguets: 12.015 volums, a raó de:
    - 295 publicacions (1800-1899)
    - 705 publicacions (1900-1930)
    - 11.615 publicacions (1931-2022)
    - Fons de còmics: 13.178 exemplars
- Secció d'Arxiu
  - Fons de fabricants de joguets: 898 fabricants, 10.304 documents
  - Fons Frègoli, sobre l'actor i transformista Leopold Frègoli (1867-1936): 339 exemplars
  - Fons de cromos i àlbums, segells, postals i altres: 13.077 exemplars
  - Fons originals de TBO i altres còmics: 194 exemplars

- Fons «Fotògrafs per la Pau», amb dibuixos dels infants relacionats amb els bombardejos de Sarajevo (anys noranta) o el tsunami a l'Índic (2004): 142 exemplars
- Fons de cartells: 687 exemplars
- Fons d'imatges d'infants amb joguets: 2.100 exemplars
- Fons d'hemeroteca i revistes: 5.071 exemplars
- Fons de bosses de museus: 564 exemplars

Per al mateix Museu, alhora que per a altres institucions museístiques o col·leccionistes privats, la Secció d'Arxiu és fonamental per poder datar els joguets, especialment gràcies al fons de catàlegs i documents de fabricants de joguets. En aquest sentit, cal destacar el treball ardu i constant de l'equip del Museu per haver comprès la importància del fons sobre els jocs i els joguets, encara que sovint els resultats immediats no siguin tan vistosos com d'altres que el públic relaciona més directament amb la tasca museística: exposicions, publicacions, tallers educatius, etc.

Així doncs, el fons documental d'un museu és essencial per donar valor a la disciplina de la qual s'ocupa, i alhora per dur a terme qualsevol de les missions pròpies d'un museu (recerca, col·lecció, conservació, interpretació i exposició), amb l'objectiu d'oferir a la comunitat un ventall d'experiències educatives, d'oci, de reflexió i d'intercanvi de coneixement (ICOM, 2022). De fet, en una entrevista amb motiu dels seus cinc anys al capdavant del Museu del Disseny de Barcelona, Pilar Vélez reivindicava explícitament l'essencialitat dels centres de documentació: «En el museu, tant patrimoni és un arxiu com un objecte» (Ribas Tur, 2020).

El fons del centre de documentació permet l'estudi de múltiples aspectes a partir de la cultura lúdica, com, per exemple, l'estudi de la publicitat i de les caixes de joguets segons l'època, l'anàlisi de l'evolució dels rols de gènere, i de les tendències socials i de classe. En definitiva, un fons d'aquest tipus contribueix a racionalitzar el conjunt del nostre patrimoni científic, artístic i cultural, i és el pal de paller de les tasques dels diversos departaments o seccions d'un museu.

Vegem breument alguns altres exemples d'activitats museístiques portades a terme al Museu del Joguet de Catalunya que no haurien estat possibles sense el suport «a l'ombra» d'un fons documental, que funciona com a punt de partida de les tasques museístiques de la institució.<sup>6</sup>

- L'accés a documents i la **consulta** per part d'investigadors sobre diferents temes relacionats amb els jocs i els joguets, que també podrà ser presencial un cop les tasques de catalogació de tot el Centre de Documentació estiguin acabades.
- L'acollida d'estudiants especialitzats, com, per exemple, les **pràctiques** del grau d'Història de l'Art de la Universitat de Girona per contribuir a





Inventari i descripció del Fons de Fabricants del Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets, 2021

l'inventari del centre de documentació (formació en NODAC<sup>7</sup> i sistemes de siglatge).

- La creació d'**exposicions**, com «Tengui-falti» (sobre cromos antics, comissariada per alumnat de secundària), l'exposició en línia sobre la pau a partir de fons de dibuixos d'infants de Sarajevo (dipòsit digital de la Generalitat de Catalunya), l'exposició «Ombres xineses» de la Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural (que es va completar amb materials i publicacions del Centre de Documentació), o les exposicions «Cent anys de TBO» (2017), «Dibuijar contes» (amb una selecció de llibres per a infants de quinze il·lustradors catalans publicats entre 1907 i 1937), i «Les transformacions de Frègoli» (el 2019, en el marc de l'Any Brossa).
- La **publicació** de llibres, com *Joguets i escriptors*, escrit per Julià Guillamon i complementat amb

dues exposicions paral·leles sobre el tema (Biblioteques de Barcelona, Institució de les Lletres Catalanes i Diputació de Girona), que més tard s'han transformat en una exposició en versió itinerant produïda per la Institució de les Lletres Catalanes.

- **Projectes educatius i comunitaris**, com el projecte «Alzheimer, joguets per recordar», per explorar les possibilitats emocionals i cognitives dels joguets amb persones que tenen la malaltia d'Alzheimer (amb alumnes de secundària de l'Institut Ramon Muntaner i l'Associació de Malalts d'Alzheimer de Figueres).
- **Projectes d'inclusió social**, com «Mans a l'obra. Els putxinel·lis del Museu del Joguet de Catalunya com a eina de transformació social» (una mostra de creació artística i empoderament feta per un grup de joves en risc d'exclusió social a partir d'un llibret de l'obra *El castell dels fantasmes*,



del figuerenc Miquel Vernet, de 1950), i també el joc Nannido. *La vida en joc* (cocreació d'una versió del joc de l'oca tradicional a càrrec de l'associació Amunt i Crits! que simbolitza el recorregut de la vida humana, plena de fortuna i d'entrebancs, vista des de la perspectiva de les persones immigrants, i per a l'elaboració del qual es va partir d'algunes publicacions d'Amades respecte al joc de l'oca que formen part del Centre de Documentació, així com dels exemplars que formen part de l'exposició permanent del Museu).

La varietat d'usuaris i d'usos del Centre de Documentació i de Recerca dels Jocs i dels Joguets del MJC/F és només un exemple de la importància de conservar i ordenar adequadament els fons documentals i els arxius del nostre patrimoni, sens perjudici sobre allò que tradicionalment es consideraven temàtiques o disciplines científiques i especialitzades, per tal de preservar-ne no només el contingut sinó també la llengua amb la qual es presenten. ✿

### 3 Bibliografia

- BIBLIOTECA DE CATALUNYA (2002-). *Llista d'encapçalaments de matèria en català (LEMAC)* [en línia]. Barcelona: Biblioteca de Catalunya. <<https://dades.bnc.cat/autoritats/lemac/>> [Consulta: 16/6/2024].
- [ICOM] = INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (2022). «Définition du 'musée'». <<https://icom.museum/fr/ressources/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>> [Consulta: 16/6/2024].
- MUSEU DEL JOGUET DE CATALUNYA (1998). *Informe de la col·lecció bibliogràfica*. Figueres: MJC.
- (2022). *Informe de valoració del fons documental del Museu del Joguet de Catalunya/Figueres*. Figueres: MJC.
- RAEMDONCK, André (2005). *Le Musée du Jouet de Bruxelles: Son histoire, ses expositions, ses jouets*. Brussel·les: Éditions du Musée du Jouet.
- RIBAS TUR, Antoni (2020). «En el museu, tant patrimoni és un arxiu com un objecte». *Ara* (2 gener), p. 35. [Entrevista a Pilar Vélez]

### Notes

1. Considerat un dels millors museus de joguets del món (Raemdonck, 2005, p. 121), el Museu exposa les peces acompanyades de fotografies antigues de nens amb els seus joguets, amb textos i obres de personatges destacats del món de la cultura, i conserva també alguns joguets que havien pertangut a personatges com Anna Maria i Salvador Dalí, Federico García Lorca, Joan Miró, Carles Fages de Climent, Josep Palau i Fabre, Joan Brossa, Quim Monzó, Frederic Amat, etc. Després de la donació de la col·lecció a la ciutat de Figueres per part dels seus fundadors, unes obres de rehabilitació i adequació començades l'any 1994 van permetre augmentar-ne considerablement l'espai inicial d'exposició, que fou reobert l'any 1998. A part del centre de documentació del qual tractem aquí, el Museu disposa de la Sala Oberta d'exposicions temporals, de l'Auditori Brossa-Frègoli i d'un espai per a activitats a l'aire lliure (el terrat del Museu). Entre altres premis, el Museu fou guardonat per la Generalitat de Catalunya l'any 1999 amb el Premi Nacional de Cultura Popular i, el 2007, amb la Creu de Sant Jordi.
2. *Llista d'encapçalaments de matèria en català (LEMAC)*, creada el 1988 i utilitzada normativament als catàlegs bibliogràfics de Catalunya. Actualment es troba disponible a <https://dades.bnc.cat/autoritats/lemac/>.
3. Classificació MJC/LEMAC: CAF (catàlegs de fabricants de joguets); CME (catàlegs de museus de joguets); CO (cotxes); CRO (cromos); DO (documentació); FT (fang i terrissa); JC (jocs de cartes); JHD (jocs d'habilitat i didàctics); JJ (jocs i joguets); JM (jocs de màgia); JPT (jocs populars i tradicionals); LLI (llibres per a invidents); LLM (llibres en moviment); MEC (mecanos); NI (nines); OP (joguets òptics); OS (ossos); PAP (papiroflèxia i retallables); RO (robots); SO (soldats); TBO (tebeos i còmics); TM (tècnica museística); TE (teatre i titelles); TR (trens); VA (valoracions).
4. El Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya (CCUC), creat i mantingut pel Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC), conté en l'actualitat més de dotze milions de registres, de més de vuitanta institucions universitàries, acadèmiques, de recerca i especialitzades. Es troba disponible a <https://ccuc.csuc.cat/>.

5. La incorporació al Catàleg Col·lectiu d'Universitats de Catalunya (CCUC) ha permès també al Museu participar en diferents projectes i serveis, com el Catàleg d'Autoritats de Noms i Títols de Catalunya (CANTIC), el registre que marca la pauta de com s'anomenen formalment —en els instruments descriptius de biblioteques, arxius i museus de Catalunya— matèries i noms de persones, d'institucions i de marques, de manera que el Museu contribueix, també, a normalitzar la terminologia oficial en matèria de jocs i de joguets. El CANTIC nodreix el *Virtual Information Authority File (VIAF)*, gestionat per l'*Online Computer Library Center (OCLC)*, i el *CERL Thesaurus*, gestionat pel *Consortium of European Research Libraries (CERL)*. El CANTIC es troba disponible a <https://cantic.bnc.cat/>.
6. Presentem aquí una llista no exhaustiva d'exemples trets de les memòries d'activitats de la Fundació del MJC/F dels anys 2021, 2022 i 2023. Alhora, agraïm la disponibilitat d'Eva Pascual Miró i dels altres membres de l'equip del Museu, a l'hora de resoldre'ns dubtes i facilitar-nos l'accés a les imatges que acompanyen aquest escrit.
7. *Norma de descripció arxivística de Catalunya (NODAC)* desenvolupada a partir de la *General international standard archival description (Norma internacional general de descripció arxivística)*.

## Jocs i joguines

### Bibliografia terminològica en català

#### Diccionaris, glossaris i vocabularis

- CLIMENT TONDO, Jordi (2024). *Vocabulari dels jocs de mancala* [en línia]. [S. Il.]: Món Aualé. <<https://monaualé.com/glossari/>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- «Glossari de termes d'escacs» [en línia]. A: *Viquipèdia: L'enciclopèdia lliure*. San Francisco: Wikimedia Foundation, 2024. <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Glossari\\_de\\_termes\\_d%27escacs](https://ca.wikipedia.org/wiki/Glossari_de_termes_d%27escacs)> [Consulta: 12 febrer 2024].
- Glossari videolúdic* [en línia]. Barcelona: Lúdica, 2019. <<https://ludica.cat/glossari-videojocs/>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- SANS, Joan (2003). *Recull de juguetes artesanals de les Illes Balears*. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- (2008). *Recull de juguetes artesanals de Menorca*. Ciutadella: Col·lectiu Folklòric de Ciutadella: Ajuntament de Ciutadella. 2 v.
- TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA (2005). *Terminologia dels escacs* [en línia]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia. <<https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/16>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- (2006). *Diccionari de jocs i joguines* [en línia]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia. <<https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/4>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- (2021). *Terminologia dels videojocs* [en línia]. 3a ed. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, cop. 2021. <<https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/9>> [Consulta: 12 febrer 2024].

#### Materials gràfics

- AJUNTAMENT DE BARCELONA. INSTITUT MUNICIPAL D'EDUCACIÓ (1988). *Juguem!* [material gràfic]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. 1 cartell.
- AJUNTAMENT DE MONTCADA I REIXAC. SERVEI LOCAL DE CATALÀ (1995). *Escacs: Vocabulari* [material gràfic]. Montcada i Reixac: Consorci per a la Normalització Lingüística. 1 tríptic.
- CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA. CENTRE DE NORMALITZACIÓ DE L'HOSPITALET DE LLOBREGAT (1989). *Els jocs 1* [material gràfic]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. 1 cartell.
- (1989). *Els jocs 2* [material gràfic]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. 1 cartell.
- CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA. CENTRE DE NORMALITZACIÓ DE SABADELL (1988). *Les joguines* [material gràfic]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. 1 cartell.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (1992). *En escacs, no et quedis fora de joc* [material gràfic]. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Direcció General de Política Lingüística. 1 tríptic.
- TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA (2019). *Termes de videojocs: com els diem en català?* [en línia]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, cop. 2019. 1 infografia. <<https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/termes-videojocs-com-els-diem-catala>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- (2024). *Màrius Gros* [en línia]. Versió 2. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia. 2 videojocs. <<https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/marius-gros>> [Consulta: 12 febrer 2024].

### Bibliografia general

- ALLUÉ, Josep M.; FILELLA, Lluís; GARCÍA, Glòria (2000). *El gran llibre dels jocs*. 4a ed. Barcelona: Parramon.
- AMADES, Joan (1947). *Auca dels jocs de la mainada* [en línia]. Barcelona: Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana. <<https://mdc.csuc.cat/digital/collection/joanamades/id/748/rec/5>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- ASSENS, Montse; ASSENS, Pinyeres (2019). *100 jocs per fer a casa amb els teus fills*. Valls: Cossetània.
- BALAGUER, Clara; RIPOLL, Oriol (2002). *Xarranca: Jocs per a l'aprenentatge del català oral per a nouvinguts*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: Fundació Jaume Bofill.  
També disponible en línia a: <[https://fundaciobofill.cat/uploads/docs/1/4/j/o/o/3/j/x/o/xarranca\\_150416.pdf](https://fundaciobofill.cat/uploads/docs/1/4/j/o/o/3/j/x/o/xarranca_150416.pdf)> [Consulta: 12 febrer 2024].
- COMAS I COMA, Oriol (2023). *Un món de jocs*. Biscaia: Sugaar.
- CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA (2024). *Tot joc: Juguem en català* [en línia]. Barcelona: CPNL. <<https://www.cpnl.cat/jocs/>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- GISBERT I MUÑOZ, Francesc (2011). *A què juguem?: Els nostres jocs i joguets tradicionals*. Picanya: Edicions del Bullent.
- PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2024). *Jocs i joguines en català* [en línia]. Barcelona: Plataforma per la Llengua. <<https://jocsijoguines.cat/>> [Consulta: 12 febrer 2024].
- PORTELLA COLL, Josep (1983-1989). *Jocs populars*. [Ciutadella]: Col·lectiu Folklòric Ciutadella. 3 v.

TERMCAT  
SERVEI DE DOCUMENTACIÓ

## El refrany



Al joc, a la taula i a la dansa  
es coneix la bona criança



## Crònica del 41è Congrés Internacional d'AESLA (AESLA 2024)

TERMINÀLIA 29 (2024): 55-57 · DOI: 10.2436/20.2503.01.207  
ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica) · <https://terminalia.iec.cat>

**E**l 41è Congrés Internacional d'AESLA (també denominat «AESLA 2024») va tenir lloc entre el 17 i el 19 d'abril al campus de Vera (València) de la Universitat Politècnica de València. Aquest congrés, organitzat anualment per l'Associació Espanyola de Lingüística Aplicada, agrupa persones i organitzacions de diversos àmbits de recerca interessades en l'estudi de la llengua amb una finalitat aplicada. En aquesta ocasió, el congrés va dur per títol «Anàlisi del Discurs i Aprenentatge de Llengües a l'Era de la Intel·ligència Artificial». Va ser un esdeveniment centrat en tres grans eixos temàtics d'especial rellevància pel que fa a la lingüística aplicada actual: les múltiples formes d'examinar l'ús de la llengua per part dels parlants, l'ensenyament-aprenentatge dels idiomes en una societat cada cop més multilingüe, i finalment la reflexió sobre la intel·ligència artificial, inclosa de manera explícita al lema del congrés i de vital importància des del punt de vista acadèmic i social.

La inauguració de l'acte va anar a càrrec de Francesca Romero Forzeza, directora del Departament de Lingüística Aplicada a la Universitat Politècnica de València; de Francisco José Cortés Rodríguez, president de l'Associació Espanyola de Lingüística Aplicada fins al passat mes d'abril; de José Alberto Conejero Casares, vicerector d'Alumnat de la Universitat Politècnica de València, i de María Luisa Carrió Pastor, coordinadora principal d'aquesta edició del congrés i presidenta de l'Associació Espanyola de Lingüística Aplicada

des d'abril. Abans de l'acte d'inauguració, la benvinguda al congrés i a la capital valenciana va tenir lloc de la mà d'una banda de música tradicional constituïda per alumnes de la Universitat. En el primer bloc del congrés, la ponència plenària va anar a càrrec de Francisco Lorenzo, catedràtic de Lingüística Aplicada al Departament de Filologia de la Universitat Pablo de Olavide (Sevilla), el qual va analitzar el vincle entre bilingüisme, educació i desigualtat

social, i va presentar els resultats de recerques basades en l'anàlisi de corpus bilingües per mitjà de programari especialitzat. Seguidament, va arribar el torn de les sessions paral·leles, distribuïdes entre diversos panells científics d'interès per a l'Associació que organitza el congrés: adquisició de llengües; ensenyament de llengües; llengües per a fins acadèmics i professionals; psicolingüística, neurolingüística i lingüística clínica; sociolingüísti-



ca; pragmàtica i anàlisi del discurs; lingüística computacional, de corpus i processament del llenguatge natural; lexicologia i lexicografia, i traducció i interpretació.

Pel que fa a aquestes sessions, celebrades en modalitat presencial en diferents blocs programats per als tres dies del congrés, destaquem l'elevat nombre de propostes de presentació de ponències rebudes en tots els panels. La profusió i la gran diversitat dels treballs de recerca presentats en aquesta edi-

aplicada i va compartir informació sobre els denominats models de llenguatge extens o LLM («Large Language Models», per les sigles en anglès), els quals tenen moltes aplicacions pel que fa a l'anàlisi del discurs i a la didàctica d'idiomes. D'altra banda, Garcés-Conejos Blitvich va examinar el fenomen de l'anomenada cultura de la cancel·lació o CC («cancel culture», també per les sigles en anglès) des de l'òptica de la pragmàtica i l'estudi de la cortesia, i va presentar el seu model d'anàlisi d'aspectes

detecció dels fenòmens de la desinformació i les teories de la conspiració per mitjà d'eines informàtiques: d'una banda, el projecte IBERIFIER, que fa referència al centre ibèric de recerca i verificació de dades sobre desinformació, finançat per l'Observatori Europeu de Mitjans Digitals (2020-EU-IA-0252); de l'altra, els projectes «Xai-Disinfodemics: eXplainable AI for disinformation and conspiracy detection during infodemics» (PLEC2021-007681) i «Fakenhate-PDC: FAKE news and HATE speech»



Font: AESLA

Acte d'inauguració d'AESLA 2024

ció d'AESLA van afavorir la reflexió i l'intercanvi d'idees rellevants per a la lingüística aplicada des de perspectives molt diferents. Durant el segon dia de congrés, caldria fer ressaltar les ponències plenàries de Laurence Anthony, catedràtic de Lingüística Aplicada a la Facultat de Ciències i Enginyeria de la Universitat de Waseda (Japó), i de Pilar Garcés-Conejos Blitvich, catedràtica de Filologia Anglesa a la Universitat de Carolina del Nord de Charlotte (EUA). Anthony va destacar l'impacte de la intel·ligència artificial a la lingüística

interpersonals de la CC en què es demostra l'estret vincle entre l'ús de la llengua, les identitats socials i els comportaments col·lectius.

Finalment, el tercer i últim dia de congrés va tenir lloc la ponència plenària de Paolo Rosso, catedràtic d'Informàtica al Departament de Sistemes Informàtics i Computació de la Universitat Politècnica de València, el qual va fer ressaltar de nou el paper clau de la intel·ligència artificial al món de la recerca actual, i va presentar els resultats de tres projectes d'investigació versats en la

(PDC2022-133118-I00), finançats pel Ministeri de Ciència i Innovació espanyol i per la Unió Europea-Next Generation EU. Tot plegat, l'AESLA 2024 va constituir un fòrum d'intercanvi de coneixements i experiències relacionades amb la lingüística aplicada en el qual el fil temàtic conductor, l'anàlisi de les llengües a l'època de la intel·ligència artificial, va servir de punt de partida per a la generació de múltiples preguntes i debats interessants entorn de l'estat actual de la didàctica i la recerca lingüística. Els participants van desta-





El comitè organitzador d'AESLA 2024 a la mascletà final del congrés

car l'interès dels treballs presentats i la possibilitat que ofereix un congrés com aquest de posar en comú els avantatges i les limitacions que com a lingüistes experimenten sovint en un context tecnològic i social sotmès a evolucions i canvis constants.

A tall de cloenda, no és exagerat afirmar que l'AESLA 2024 demostra la maduresa i solidesa dels estudis

de lingüística aplicada en el context acadèmic actual. L'alta participació i el gran interès en els temes tractats evidencien la importància i les opcions que ofereix aquesta disciplina de contribuir a l'avanç de la societat i dels individus que la componen. La mascletà que va succeir a l'acte de clausura del congrés, celebrat als espais oberts del campus de Vera, va ser la prova final de l'èxit d'aquesta

trobada multitudinària d'acadèmics internacionals reunits per compartir i debatre experiències rellevants per a la lingüística aplicada a la capital del Túria.

**ANA ALBALAT MASCARELL**  
Departament de Lingüística  
Aplicada, Universitat Politècnica  
de València

## Crònica del Congrés «Linguistic Diversity in Professional Settings: Needs, Policies and Practices»

TERMINÀLIA 29 (2024): 58-51 · DOI: 10.2436/20.2503.01.208  
ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica) · <https://terminalia.iec.cat>



El congrés «Linguistic Diversity in Professional Settings: Needs, Policies and Practices» («La diversitat lingüística en contextos professionals: necessitats, polítiques i pràctiques») ha estat organitzat els dies 2 i 3 de maig de 2024 pel Departament de Comunicació Econòmica de la Universitat de Ciències Econòmiques i Empresariales de Viena (Àustria) i ha aplegat més de setanta congressistes procedents de setze països diferents. Ha estat la tercera edició d'una sèrie de congressos que, des de l'any 2020 i amb una periodicitat biennal, s'ocupa de temes relacionats amb la intersecció entre la responsabilitat social corporativa, la diversitat lingüística i aspectes de la comunicació professional en diverses llengües.

Atès que el tema d'enguany se centrava en la diversitat lingüística, el

repte per als organitzadors consistia a compartir l'exposició i l'intercanvi d'idees en un fòrum internacional amb la presència (encara que, fins a un cert punt, simbòlica) de diverses llengües, inclosa la llengua de signes. Es va adoptar un procediment experimental en què en cada presentació s'utilitzaven, com a mínim, dues llengües, una de les quals havia de ser l'anglès. D'aquesta manera, les presentacions van poder fer-se oralment en anglès i basar-se en un PowerPoint en diverses altres llengües o a l'inrevés, o també podia emprarse un sistema bilingüe en els dos canals de comunicació. Des del primer moment, els organitzadors insistiren en el caràcter experimental del congrés.

Finalment es van fer vint-i-nou presentacions i un taller amb presència (òbviament més o menys

intensa) d'una vintena de llengües diferents, la major part de les quals eren llengües europees, incloent-hi el català, però també, per exemple, el zulú i el japonès.

Temàticament, el contingut del congrés es pot classificar en tres grans blocs: a) aspectes de la convivència de llengües, les seves manifestacions i els seus impactes en contextos laborals diferents (en serien exemples la comunicació en els assaigs de músics professionals o el contacte lingüístic entre els col·laboradors brasilers i paraguaians de la planta hidroelèctrica binacional d'Itaipú); b) aspectes de formació multilingüe per a futurs professionals (per exemple, en la formació jurídica o sobre com introduir la comunicació multilingüe i la consciència de la diversitat lingüística en el sistema d'ensenyament clàssic), i c) aspectes de contacte i conflicte lingüístic en espais públics (paisatges lingüístics o pàgines web corporatives; aquestes darreres, amb la perspectiva de l'ús de les llengües minoritàries a Espanya).

Van completar el programa dues taules rodones (una en anglès i una altra en alemany) en què van participar representants d'entitats no acadèmiques (hospitals, empreses, ministeris, ONG, etc.) i en què es van debatre les necessitats i les solucions que requereixen realitats socials i lingüístiques cada cop més complexes: com coordinar plantilles laborals formades per dotzenes de nacionalitats amb llengües diferents o com atendre milers de refugiats ucraïnesos, entre d'altres.





Font: J. Schnitzer

Imatge d'una de les taules rodones celebrades durant el congrés

En el marc del congrés, i paral·lelament a les presentacions, es va organitzar una exposició interactiva sobre les condicions de vida de les persones sordes, en què van poder participar tant els assistents al congrés com col·laboradors i estudiants de la universitat. I precisament al final de la breu presentació d'aquesta exposició a la mateixa obertura del congrés va tenir lloc un fet molt destacable: els congressistes van aprendre a aplaudir en llengua de signes.

Fou un moment molt emotiu i la millor manera d'apropar simbòlicament i psicològicament els participants a l'esperit del congrés.

Després del congrés es va fer una pregunta crucial als assistents a través d'una enquesta electrònica: «Penses que la nostra manera de demanar presentacions en diverses llengües ha estat la correcta per a abordar el tema de la diversitat lingüística?». Fins al moment, a banda de constatar la complexitat i l'alt nivell d'exi-

gència que suposa, les respostes han estat generalment molt positives i, com a conclusió, goso citar-ne una: «Potser ha estat precisament aquest caràcter multilingüe el que ha creat l'ambient amable, obert i compromès del congrés.»

**JOHANNES SCHNITZER**  
Consell de Redacció

## Crònica de la XXI Jornada de la SCATERM. «La implantació i la difusió de la terminologia en llengua catalana. Laboratori d'idees»

TERMINÀLIA 29 (2024): 60-63 · DOI: 10.2436/20.2503.01.206  
ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica) · <https://terminalia.iec.cat>



**XXI Jornada de la SCATERM:  
«La implantació i la difusió de la terminologia  
en llengua catalana. Laboratori d'idees»  
23 de maig de 2024 · Facultat d'Informació i Mitjans  
Audiovisuals de la Universitat de Barcelona**

**E**l dijous 23 de maig va tenir lloc la XXI Jornada de la SCATERM, amb el títol «La implantació i la difusió de la terminologia en llengua catalana. Laboratori d'idees». Aquesta jornada organitzada amb la col·laboració del Servei Lingüístic de la Universitat de Barcelona, a diferència de les jornades anteriors, no es va estructurar en ponències i taules rodones, sinó que es va apostar per

crear un espai de treball col·laboratiu, en el qual tots els assistents van participar en grups de debat dinamitzats.

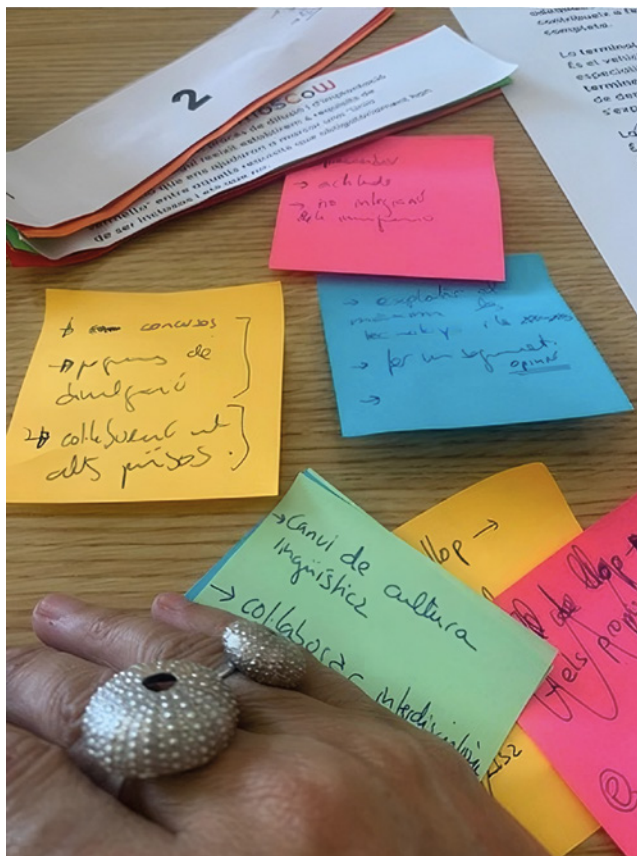
La jornada tenia dos objectius principals: facilitar un diagnòstic de les dificultats per a la implantació i la difusió de la terminologia en els diferents àmbits, d'una banda, i descobrir estratègies per superar-les i sistemes per mesurar els avenços o retrocessos, de l'altra.

Partíem de la premissa que, tot i que la terminologia en català ja disposa d'una base sòlida amb nombrosos diccionaris, vocabularis, infografies i excel·lents professionals de la llengua, el context actual no sempre facilita la penetració de la terminologia catalana en tots els àmbits. Per aquesta raó, volfem crear un espai on poder reflexionar i trobar solucions, grans o petites,

que ens permetessin avançar en l'ús correcte de la terminologia catalana en tots els àmbits d'especialitat per contribuir a fer del català una llengua completa.

Amb la participació de quaranta-quatre persones representant diferents entitats, com universitats, el Consorci per a la Normalització Lingüística i el TERMCAT, així com altres participants a títol personal, com traductors i divulgadors científics, la jornada es va iniciar amb la inauguració a càrrec de Joan Santanach, delegat del rector per a la política lingüística i publicacions de la Universitat de Barcelona, i Nicolau Dols, president de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans.

La jornada estava dividida en tres sessions. Les dues primeres estaven concebudes com a dinàmiques de treball col·laboratiu, i per aquest motiu es va convidar els participants a dividir-se en grups, en què un dinamitzador seria l'encarregat d'encarilar el debat i recollir les idees que anessin sorgint.



Participant en una de les dinàmiques de treball



## Primera dinàmica

La primera dinàmica, en la qual es va fer servir el sistema d'anàlisi anomenat DAFO, va estar dedicada a trobar què funciona (fortaleses i oportunitats) i què no funciona (debilitats i amenaces) en la difusió i la implantació de la terminologia catalana, a partir de les definicions següents:

**Fortalesa** (o punt fort)  
Factor propi de la terminologia catalana que pot/poden facilitar-ne la difusió i la implantació.

**Oportunitat** Factor de l'entorn que pot afavorir la difusió i la implantació de la terminologia catalana.

**Debilitat** (o punt feble)  
Factor propi de la terminologia catalana que pot/poden limitar-ne la difusió i la implantació.

**Amenaça** Factor de l'entorn que pot impedir o dificultar la difusió i la implantació de la terminologia catalana.

En aquesta dinàmica cada participant havia d'anar escrivint a les notes adhesives idees sobre el que sí que creia que funcionava —**fortaleses** (verd) i **oportunitats** (blau)— i el que no creia que funcionava —**debilitats** (taronja) i **amenaces** (vermell).



## Segona dinàmica

En la segona dinàmica de treball, en la qual es va fer servir el mètode de prioritització anomenat MoSCoW, s'explicà que a partir de les idees que havien anat sorgint en la primera sessió ara calia pensar solucions per a les debilitats, com neutralitzar les amenaces i com aprofitar les oportunitats i les fortaleces, i es va convidar a establir uns requisits que haurien d'ajudar en el procés de difusió i d'implantació terminològica a partir de les premisses següents:

**HA DE** Requisits fonamentals i obligatoris per aconseguir la difusió i la implantació terminològica; si no es compleixen, es veurà compromès el resultat esperat.

**HAURIA DE** Requisits que s'haurien de complir en la mesura del possible. Aquests requisits poden ser satisfets mitjançant solucions temporals, o arribat el cas si fos necessari, podrien ser prescindibles si existís alguna causa que ho justifiqués.

**PODRIA** Requisits addicionals que s'implementaran en el cas de disposar de temps i recursos. Aquests requisits serien interessants perquè millorarien el procés de difusió i d'implantació, però se'n podria prescindir.

**NO HA DE** Accions o elements que limiten el procés de difusió i implantació terminològica.

Com en l'altra sessió, cada participant havia d'escriure a les notes adhesives idees sobre quins requisits creia que eren fonamentals i caldria complir —**ha de (verd)** i **hauria de (en blau)**—, quins creia que eren addicionals —**podria (taronja)**— i quins no s'haurien de permetre —**no ha de (vermell)**.



En la tercera sessió, es van reunir tots els grups en una mateixa aula on es van mostrar a la pantalla els **resultats de les dues sessions** i es va convidar a obrir el debat sobre les impressions i les experiències compartides més rellevants.

Fortaleces (o punts forts)	Oportunitats	Debilitats (o punts febles)	Amenaces
Factors propis de la terminologia catalana que poden facilitar-ne la difusió i la implantació.	Factors de l'entorn que poden afavorir la difusió i la implantació de la terminologia catalana.	Factors propis de la terminologia catalana que poden limitar-ne la difusió i la implantació.	Factors de l'entorn que poden impedir o dificultar la difusió i la implantació de la terminologia catalana.
<p>Actualització freqüent de recursos en llengua catalana (SoftCatalà, Viquilgèdia, entre altres).</p> <p>Activisme constant d'institucions lingüístiques com l'Escatèrm, el Termcat i el CPNL.</p> <p>Recerca i divulgació universitària (però no només, com ara l'IEC, Xarxa Vives, Institut Ramon Muntaner, etc.) en terminologia i discurs d'especialitat per fer més propers els termes en català.</p>	<p>Estem a l'era digital i comptem amb molts mitjans audiovisuals (i altres) per arribar al públic meta.</p> <p>Govern de la Generalitat de Catalunya i Andorra favorable, proactiu a l'extensió del català.</p> <p>Sensibilitat del mercat laboral per contractar personal que sàpiga comunicar-se en català (cadena de supermercats - incentius)</p>	<p>Manca de materials especialitzats en català a la universitat (manuais).</p> <p>Manca de competències per legislar a favor del català.</p> <p>Maneres de fer poc conscients a l'hora de fer servir la terminologia catalana (inàrcies dels propis parlants).</p>	<p>Utilitarisme de les llengües (per a què serveix comunicar-se en català si ja es té el castellà i l'anglès per arribar a més gent).</p> <p>La ideologia lingüística que tenen els parlants de la llengua catalana (prejudicis i visions negatives dels valors que representa la llengua catalana). Sovint, hi ha cansament o rebuig, actituds militants (necessitat de justificar-se)</p>

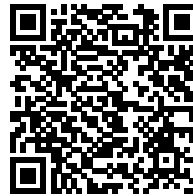
La primera part es va compartir amb aquest codi QR:





HA DE	HAURIA DE	PODRIA	NO HA DE
Requisits fonamentals i obligatoris per aconseguir la difusió i la implantació terminològica; si no es compleixen, es veurà compromès el resultat esperat.	Requisits que s'haurien de complir en la mesura del possible. Aquests requisits poden ser satisfets mitjançant solucions temporals, o arribat el cas si fos necessari, podrien ser prescindibles si existís alguna causa que ho justificqués.	Requisits addicionals que s'implementaran en el cas de disposar de temps i recursos. Aquests requisits serien interessants perquè millorarien el procés de difusió i d'implantació, però se'n podria prescindir.	Accions o elements que limiten i són un fre per al procés de difusió i implantació terminològica.
<p>Aprofitar al màxim les estructures, xarxes i recursos terminològics del país, i adaptar-se a les necessitats de la comunitat de parlants (noves tecnologies, etc.).</p>	<p>Hi hauria d'haver les aplicacions i documents d'ús freqüent disponibles en català.</p>	<p>Hi hauria d'haver les aplicacions i documents d'ús freqüent disponibles en català.</p>	<p>No ha d'abusar d'una normalització terminològica excessivament purista.</p>
<p>Proposar termes adequats per als diferents contextos reals (llengua viva).</p>	<p>Tenir capacitat d'adaptació ràpida a l'hora de crear termes i donar alternatives.</p>	<p>Adoptar mesures de sensibilització i de l'ús de la terminologia i la recerca en català (ajuts, premis...)</p>	<p>No ha de cedir a la influència de les llengües majoritàries.</p>
<p>Tenir una bona estratègia per aconseguir l'objectiu: temporalitat, pautes i entorns</p>	<p>Potenciar la creativitat en la creació de termes i en l'elaboració de recursos adequats que promoguin la difusió dels termes.</p>	<p>Buscar nous agents de difusió i implantació de la terminologia (més enllà del cercle habitual).</p>	<p>No es pot deixar que circulin lliurement els manlleus sense aplicar criteris per millora el model llengua</p>
<p>Adequar la difusió als destinataris (tipus de recurs i mitjans)</p>	<p>Millorar la capacitat i certificació lingüística</p>	<p>Crear continguts en català, obres de referència per vehicular la terminologia</p>	<p>Abandonar l'intent d'afavorir la implantació per cap dels mitjans possibles</p>
			<p>Imposar</p>

La segona part amb aquest codi QR:



Finalment es va cloure la sessió tot agraïnt l'assistència als participants i recordant que aquesta jornada, tal com deia el seu nom, era un «Laboratori d'idees». Es va afegir que tenia la finalitat d'escoltar i compartir les idees que cadascú havia anat

aportant des de la seva experiència personal, ja fos com a terminòleg, lingüista, acadèmic, professional, divulgador, etc., i que ara tocava a l'equip organitzador\* estudiar i passar en net tot el que s'havia dit, per treure'n un document final que

es compartirà amb els assistents i es divulgarà a través de les pàgines d'aquesta mateixa revista.

**ESTER BONET**  
Consell de Redacció

\*Grup organitzador: Ester Bonet (SCATERM), Núria Castells (UB), Àngels Egea (UB), Robert Escolano (UA), Francesc Galera (UAB) i Amor Montané (UB).

# Joan Amades i Gelats (Barcelona, 1890-1959)



## Joc de sort, per uns res i per altres tot

ANTONI SERÈS AGUILAR  
Direcció General de Cultura Popular  
i Associacionisme Cultural

TERMINÀLIA 29 (2024): 64-68 · DOI: 10.2436/20.2503.01.205  
ISSN: 2013-6692 (impresa); 2013-6706 (electrònica)  
<https://terminalia.iec.cat>

Rondalla ve,  
rondalla va;  
si no és mentida  
veritat serà.

(Fórmula inicial)<sup>1</sup>

Una de les constants en els estudis del folklorista Joan Amades i Gelats (Barcelona, 1890-1959) és el joc. Les energies que va dedicar a vetllar perquè ens arribessin tota mena d'exemples del passat s'han fet visibles en una part destacada dels llibres que va escriure.

Nascut en una família obrera del barri del Raval, a l'edat de nou anys va haver de deixar d'anar a l'escola per contribuir a sanejar les despeses de casa. La vida laboral el va portar a fer-se càrrec d'una paradeta de draps al mercat de Sant Antoni que, a catorze anys, reconvertiria en una de llibres de segona mà. Devorador de lletres, no en tenia prou de fullejar els que apilava en el negoci i, a partir de l'any 1905, s'aproparia de nit a ampliar estudis a l'Ateneu Enciclopèdic Popular, on es fan realitat uns primers articles de joventut en la revista *Excursions*, en la qual va participar en el recull de cançons infantils com «El poll i la puça», «El gat», «La cigala», «La cançó de les mentides»...



Joan Amades i La Vella Quaresma

Font: DGCPC

## Joc de sort, per uns res i per altres tot

ANTONI SERÉS AGUILAR



Font: Antoni Serés

Les nines del Fons Joan Amades

Implicat en la protecció del patrimoni festiu, va col·laborar en el projecte de l'Obra del Cançoner Popular de Catalunya, impulsat pel mecenes Rafael Patxot, primer participant en les convocatòries de concursos dels anys 1922 i 1924 i recopilant materials en companyia de l'amic i mestre de música Joan Tomàs per, després, dur a terme conjuntament onze missions de recerca durant els anys 1927 i 1933 per comarques de parla catalana.

Entre la relació dels vuit treballs lliurats en els concursos, hi ha el de *Tonades infantils* (1922), el qual va ser premiat amb 250 pessetes. Però no són, ni de bon tros, els únics papers que es conserven en l'Arxiu de l'Obra del Cançoner Popular al monestir de Montserrat, ja que també hi ha una sèrie de mecanoscrits del folklorista que propaguen els jocs populars, com *Cançonetes i jocs infantils* (1928), *Cançons vàries recollides* (1928) o, entre d'altres, *Cultura infantil* (1931).

Uni, dori, teri, catori,  
quinto, maneo, viron,  
compta'ls bé,  
que dotze són.

(Joc amb els dits)

Malauradament, el conflicte bèl·lic de la Guerra Civil (1936-1939) va escapar la difusió original d'aquests estudis duta a terme per l'Obra del Cançoner Popular de Catalunya. Ara bé, Joan Amades no els deixà de costat i els aniria incorporant, en la mesura que li va ser possible, en la col·lecció que autoeditaria de quaranta-dos volums titulada «Biblioteca de Tradicions Populares» (1933-1937), en la qual destaquen les monografies següents relacionades amb els jocs: *El tres i el set números meravellosos* (1933), *Jocs de paraules i jocs de memòria* (1933), *Titelles i ombres xineses* (1933), *Enigmes populars* (1934), *Diccionari d'endevalles* (1934), *Refranys i dites* (1935), *Justícia popular* (1935) i *Cultura infantil* (1936).

En tots aquests treballs, el que Joan Amades va voler fer a consciència va ser donar valor a activitats populars humils com l'esbarjo per a la mainada. I, amb la finalitat de poder-ho fer amb correcció, es va endinsar en la consulta d'estudis de personalitats acadèmiques com Marian Aguiló, Antoni Maria Alcover, Francesc Baldalló, Agustí Duran i Sanpere, Apelles Mestres, Rossend Serra i Pagès..., o bé, incorporant, també, informacions més planeres que obtindria a través de les entrevistes a informants a peu de carrer amb noms, cognoms i localitats diverses, com Moises Capella, de Terrassa; Pere Fages, de Barcelona; Felisa Isac, de Sant Quintí de Mediona; Antonia Nuet, de Verdú; Rosalia Tarragó, del Pla de Cabra..., sense oblidar tampoc



entranyables figures familiars com l'àvia Baltasara Barrobés; l'avi Pau Gelats; l'oncle Vicenç Amades; el pare, Blai Amades, i, de manera emotiva, la mare del folklorista, Teresa Gelats.

De la influència materna, l'etnòleg en destacava pasatges en alguns dels estudis. De fet, en el pròleg del llibre *Folklore de Catalunya*, vol. I (1950), dedicat a la rondallística, en conta: «La nostra mare era un pou insondable de tradicions, un personatge folklòric de primera talla i dins del seu analfabetisme i admetent la importància i la valor dels coneixements tradicionals, podem dir que era una veritable sàvia. Era una gran cantaire, li tenim recollides més de dues-centes tonades populars inèdites, que nosaltres des d'infants sabem com ella i que estan vinculades en el nostre si com hi estaven en el seu, i, que, com ella, fruïm cantant-les.»

Bim-bom,  
banlim-banlom,  
balandrim-balandrom;  
la gallina blanca  
tot ho escampa,  
la gallina rossa  
tot ho esmossa,  
la gallina negra  
tot ho arplega.

(Joc de gronxar-se)

Resseguint els tractats de Joan Amades sobre jocs, es fa perceptible la determinació sensible per divulgar-los. A més, el folklorista ho feia amb estima, ja que el fet de poder escriure en català durant la postguerra no resultava una empresa fàcil. D'aquí ve que en més d'una ocasió, si tenia l'oportunitat per difondre'ls en nous llibres, en reaprofités fragments. Cal insistir que no volia que es perdessin els costums i les tradicions catalanes i amb en particular les vinculades a l'univers infantil.

Entre altres obres en les quals hi ha la presència de jocs, cal ressenyar els exemplars de *Les auques* (1931), *Els soldats i altres papers de rengle* (1933), *Cançons populars humorístiques* (1936), *Apunts d'imatgeria* (1938), *El llibre segons el poble* (1938), *Catalan puppetry* (1944) i *l'Auca del joc de la mainada* (1947), així com alguns apartats del recull *Xilografies gironines* (1947). Amb tot i això, intentar acotar els jocs únicament en aquestes llistes de llibres del folklorista no resulta tampoc tasca precisa, ja que, entre altres reculls, hi ha dues obres cabdals més de referència que són indispensables de remarcar. D'una banda, hi ha els tres volums de *Folklore de Catalunya: Rondallística* (1950), *Cançoner* (1951) i *Costums i creences* (1969) i, de l'altra, els cinc volums del *Costumari català* (1950-1956).

Olles, olles de vimblanc  
totes són plenes de fang,  
de fang i de maduixa,  
giri la caduixa,  
¿qui la girarà?  
La senyora Maria serà...

(Joc de rotllo)

De fet, en tots aquests grans recopilatoris, Joan Amades va classificar amb la millor de les intencions els jocs. I, sobre això, d'una banda, a *Rondallística* considerava com a essencials les rondalles meravelloses, encadenades, de bèsties, humanes, ortofòniques, paremiològiques...; a *Cançoner*, les cançons de bressol, moixanes, màgiques, de tasca, de dret, de ball rodó, eliminatòries..., i a *Costums i creences*, els entreteniments amb vegetals, animalets, joguines industrials... D'altra banda, en el calendari festiu del curs de l'any del *Costumari català*, n'exposava detalls puntuals en cicles com Nadal, Carnaval, quaresma, Setmana Santa, Pasqua, festes majors...

Pel que fa a les descripcions que feia en els llibres sobre nombrosos jocs, sempre que li era possible, les complementava amb el suport de reproduccions d'imatges que conservava en l'arxiu personal amb l'objectiu de poder fer-les més atractives. I l'exponent principal d'aquesta pràctica el trobem en l'acurada edició de l'obra del *Costumari català*, en què, de manera vistosa, acompanyen els textos reimpressions de documents datats entre els segles XVIII i XX, com auques, calendaris d'advent, cromos de picar, figures d'advent, fulls de rengle, Joanots d'aigua, llufes, ombres xineses, romanços, teatrins de paper, ventalls, velles quaresmes o jocs de taula.

Tinc una son, una gana i una set, que no dormo  
ni menjo ni bec. Si dormia, menjava i bevia, la  
son, la gana i la set em passaria; però com que  
no dormo, ni menjo, ni bec, no em fuig la son, la  
gana ni la set.

(Embarbussament)

En relació amb l'estil literari, Amades va procurar que els continguts dels textos que redactava fossin descriptius i sense floritures. Per poc que podia no els allargava. Cert és, però, que el vocabulari que emprava ha quedat ancorat en el passat, com, sovint, part de les erudites interpretacions que va escriure durant aquella època. De fet, el món ha canviat en molts sentits i cal saber valorar en la distància les aportacions que va fer als jocs tradicionals.

## Semblança: Joan Amades i Gelats



Font: DGGPAC

Joan Amades. El gest a Catalunya (bufar la flauta)

Més enllà dels estudis editats en vida, la secretària personal i cunyada del folklorista, Consol Mallofré (Sant Quintí de Mediona, 1902 - Barcelona, 1995), va continuar publicant treballs inèdits o reedicions de Joan Amades, alguns dels quals vinculats estretament amb els jocs, com ara *La nina* (1965), *Naips o cartes de jugar* (1983), o el recull també pòstum *Quan jo anava a estudi* (1982), en què feia memòria de la infantesa en l'apartat dedicat al «Teatre i els titelles», fent saber coses com ara: «A casa era petit per a fer espectacles, i vaig escollir com a local el replà de l'escala. Obria la porta del pis i a mig aire feia sortir un drap, en dues cadires, que feia l'ofici de part inferior de l'escenari; jo, assegut a terra dintre de casa, feia sortir els ninots per damunt del drap, a la vista de la canallada que em feien d'espectadors asseguts a terra, com jo mateix al replà de l'escala i dintre del pis del davant mateix de casa, on també obrien la porta per donar més extensió a la sala d'espectacles. Amb el temps, l'espectacle va prendre volada i allò del replà de l'escala va resultar petit, així que vaig traslladar la comèdia al terrat...».

Un arbre molt gros que té dotze branques,  
cada branca quatre nius, cada niu set ous.

(Endevinalla: l'any)

Consol Mallofré es va lliurar a donar sortida als materials de cultura popular de Joan Amades dels qual disposava i, precisament, coincidint l'any 1990 amb el centenari del naixement del folklorista, el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya va impulsar la celebració de l'esdeveniment amb una sèrie d'actes arreu del territori. Entre els compromisos assumits per l'Administració, es va editar el llibre d'homenatge *El món de Joan Amades* (1990), en què es reproduïen mostres de l'exposició que es va fer al Museu Marítim de Barcelona, on la presència de jocs de la mainada fou important, com es fa perceptible en el catàleg esmentat.

A més, la compra de l'arxiu personal de Joan Amades per part del Departament de Cultura va afavorir la conservació, la catalogació i la difusió dels materials originals del Fons Joan Amades, que, en l'actualitat, es custodien en el Centre de Documentació de la Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural. Aquest espai, amb el pas del temps, ha anat posant a l'abast de tothom que ho desitgi la possibilitat d'accedir a un nombre important de documents en suport digital consultables en els repositoris Calaix (<https://calaix.gencat.cat/discover>) i Memòria Digital de Catalunya (<https://mdc.csuc.cat/digital/collection/joanamades>).



Font: DGGPAC

Joan Amades. El gest a Catalunya (llegir)



Les Llufes del fons Joan Amades i el Costumari Català

Un quiquer ben enquinqueracolat;  
qui el desenquinqueracolarà un bon  
desenquinqueracolar serà;  
jo el desenquinqueracolaré, perquè sé  
desenquinqueracolar molt bé.

(Embarbussament)

En paral·lel a la Generalitat de Catalunya, Consol Mallofré va intervenir en la creació l'any 1995 de l'Associació Cultural Joan Amades, que, a través de l'editorial El Mèdol, va publicar treballs que restaven inèdits del folklorista, com, per exemple: *Fabulari Amades* (1995), a cura de Jan Grau; *El jugar de l'Amades* (1996), amb supervisió d'Imma Marín i Olga Pardo, o, entre altres tractats, *Les joguines de plom* (2000), a càrrec d'Elisabet Giró i un servidor.

En el present, el compromís de l'Associació Cultural Joan Amades per continuar divulgant el llegat del folklorista és vital. És interessant seguir les propostes que fa per apropar l'obra de l'etnòleg, com, per exemple, en

la secció mensual «Fons Amades» al programa de ràdio internàutic *Fes ta festa* (<https://festafesta.cat/category/seccions/fons-amades/>); en la piulada diària a la xarxa X ([https://twitter.com/amades\\_acja](https://twitter.com/amades_acja)) o, entre altres activitats, el lliurament anual del Premi Joan Amades, destinat a reconèixer i fer públiques les trajectòries de persones i d'organitzacions que han destacat en l'estudi, la promoció i la dinamització de la cultura popular i tradicional en català. I, arribats aquí, una visita a la pàgina web de l'entitat (<https://joanamades.cat/>) és del tot recomanable.

Perquè, tal com exposa Joan Amades en el pròleg del *Costumari català*: «Des que ens vam adonar del valor de la cultura tradicional, ens convencérem de la importància excepcional que tenien els costums, tant per la vàlua que per ells mateixos comportaven, com perquè constituïen l'aspecte més amenaçat i més propens a perdre's de tota la vasta gamma del fer i saber tradicionals. Ens semblà que la tasca més convenient i més immediata dins del tema en què just ens iniciàvem era la de recollir i anotar tot allò que la nostra gent feia impulsada per la tradició secular, per tal de reunir-ho en un llibre que recordés als nostres fills allò que feien els nostres avis, i que no hem aconseguit; el que feien els nostres pares, i que nosaltres en part hem practicat; i allò que fa la nostra generació en trànsit de desaparèixer en un demà immediat, i que ja no arribaran a fer els que vindran darrere nostre.»

I jo vaig venir,  
per poder-vos-ho dir;  
i jo vaig anar,  
per poder-vos-ho explicar;  
perquè si no hagués vingut,  
no ho hauríeu pas sabut.

(Final de conte) ✨

#### Nota

1. Aquests inicis de rondalles, refranys, endevinalles... que complementen el text estan extrets dels volums *Folklore de Catalunya. Rondallística* (1950), *Cançoner* (1951) i *Costums i Creences* (1969).



#### ANTONI SERÉS AGUILAR

Nascut a Tàrraga, el 1964, treballa a la Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya com a responsable de l'Arxiu de Patrimoni Etnològic de Catalunya. Dirigeix la publicació de pensament associatiu i cultura popular *Canemàs*, forma part del Consell de Redacció de la revista *Cavall Fort* i és

guionista del programa de ràdio *Fes ta festa*. Membre de l'Associació Cultural Joan Amades, ha dirigit i publicat revistes i llibres de cultura popular, ha comissariat exposicions d'imatgeria festiva, ha fet conferències i participat en congressos i ha exercit docència en postgraus, campus i seminaris de cultura popular. Ah! I a la mínima que pot, fa fotos, cinema i s'enfila a la tarima.



## Publicacions de la Societat Catalana de Terminologia

### Publicacions

- \* Revista TERMINÀLIA. Té periodicitat semestral i constitueix l'instrument de divulgació científica de la SCATERM.
- \* Butlletí de la Societat Catalana de Terminologia. És una publicació bimestral en línia que s'ha editat regularment des del mes de març de l'any 2007 fins al mes de desembre de l'any 2014. S'adreça especialment als socis de la SCATERM i, en general, a totes les persones que estan interessades en la terminologia.
- \* Col·lecció «Memòries de la Societat Catalana de Terminologia». Aplega treballs derivats de les activitats més rellevants organitzades per la SCATERM, especialment de les jornades i els seminaris anuals:

FELIU, Judit; TRIAS, Mireia (cur.) (2019). *Gramàtica, esport i terminologia*. Barcelona: Societat Catalana de Terminologia. (Memòries de la Societat Catalana de Terminologia; 7) [Publicació electrònica]

FELIU, Judit; TRIAS, Mireia (cur.) (2021). *Viquipèdia i terminologia*. Barcelona: Societat Catalana de Terminologia. (Memòries de la Societat Catalana de Terminologia; 8) [Publicació electrònica]

TRIAS, Mireia (cur.) (2022). *Terminologia i societat: recursos terminològics i escenaris comunicatius*. Barcelona: Societat Catalana de Terminologia. (Memòries de la Societat Catalana de Terminologia; 9) [Publicació electrònica]

TRIAS, Mireia (cur.) (2024). *Terminologia per normalitzar la llengua*. Barcelona: Societat Catalana de Terminologia. (Memòries de la Societat Catalana de Terminologia; 10) [Publicació electrònica]

- \* Col·lecció «Eines de Terminologia». Aplega els treballs guanyadors del Premi de la Societat Catalana de Terminologia:

MORTE SÁNCHEZ, Meritxell (2021). *La neologia de ciberseguretat en la llengua catalana*. Barcelona: Societat Catalana de Terminologia. (Eines de Terminologia; 2) [Publicació electrònica] [Premi ex aequo de la Societat Catalana de Terminologia 2020]

ARNAU GARCIA, Mariona (2021). *Adaptació del 'Diccionari casteller' del TERMCAT al públic infantil*. Barcelona: Societat Catalana de Terminologia. (Eines de Terminologia; 3) [Publicació electrònica] [Premi ex aequo de la Societat Catalana de Terminologia 2020]



Podeu consultar el web de la SCATERM per concretar i actualitzar dates i informacions. Pel que fa a l'adquisició de les nostres publicacions, podeu consultar el Portal de publicacions de l'IEC.

## NORMES DE PRESENTACIÓ D'ORIGINALS

TERMINÀLIA és una revista d'accés obert, que no cobra als autors per la tramesa d'originals ni per la publicació. Els continguts de la revista estan subjectes a una llicència Reconeixement - No comercial - Sense obres derivades 3.0 de Creative Commons. Podeu enviar les vostres contribucions registrant-vos a la plataforma de la revista o per correu a [terminalia@correu.iec.cat](mailto:terminalia@correu.iec.cat).

La tramesa del manuscrit ha d'incloure una **carta de presentació** breu en què l'autor sol·licita l'avaluació del seu treball per a la possible publicació i indica la secció a la qual l'adreça. La carta breu ha de contenir els elements següents: Títol del manuscrit en la llengua original i en anglès; declaració sobre l'adequació del treball presentat a la revista; nom complet de tots els autors amb la filiació institucional, el correu electrònic i el número ORCID de cadascun; declaració sobre l'ordre de signatura dels autors de l'article (alfabètic o algun altre model). Opcionalment, s'hi pot afegir la referència del projecte o la institució que hi ha donat suport i el suggeriment de fins a quatre revisors adequats o bé descartats.

**Extensió màxima.** L'extensió màxima del document, incloent-hi imatges, resums i bibliografia, no pot excedir els 7.000 mots.

**Llengües.** Les contribucions han de ser preferentment en català o en anglès. En la secció Articles s'accepten també originals en espanyol i en francès.

**Títol.** El títol s'ha de presentar en la llengua original de l'article i en anglès, i ha de reflectir de manera clara, precisa i concisa la importància i el contingut del treball.

**Resums.** Tots els manuscrits adreçats a les seccions Articles i Dossier han d'incloure un resum estructurat, que exposi de manera clara i concisa els objectius, la metodologia, els resultats i les conclusions del treball. El resum s'ha de presentar en la llengua original de l'article; i també en català i en anglès, quan l'original no s'hagi redactat en cap d'aquestes llengües.

**Paraules clau.** Al final del resum l'autor ha de definir de cinc a deu paraules clau que ajudin a la indexació de l'article. Es poden utilitzar termes de tesaurus específics o generals elaborats per organismes internacionals de referència (com, per exemple, la UNESCO). Les paraules clau s'han de presentar en la llengua original de l'article i també en català i en anglès.

**Notes.** Les notes complementàries que s'inclouen en els originals han de ser notes al final de text numerades. Quan s'hagi de fer referència a un projecte, contracte o a un organisme que hagi finançat la recerca, cal que s'indiqui a la primera nota. Les notes també poden incloure agraïments o explicacions complementàries breus relacionades amb els continguts del text principal. Cal evitar que les notes continguin només referències bibliogràfiques, que s'han de citar dins del text i incloure a la llista de bibliografia final. Es recomana que no hi hagi més de 10 notes.

**Gràfics.** El material de suport gràfic (taules, gràfics, esquemes, fotografies, figures) inclòs en l'article s'ha de presentar també en arxius independents separats del text, preferentment en format TIFF o JPEG, i amb una resolució mínima de 300 ppp.

**Bibliografia.** Al final de l'escrit cal incloure l'apartat de bibliografia (també numerat), només amb les referències citades dins del text. Les referències bibliogràfiques que hagin de figurar dins el text han d'aparèixer entre parèntesis de la manera següent: (Cognom de l'autor/a, any, p. 000-000.). Les referències bibliogràfiques completes, ordenades alfabèticament, han de seguir els exemples següents: Cognom, Nom; Cognom, Nom(any). Títol del llibre. Número d'edició. Lloc d'edició: Editorial.

Cognom, Nom; Cognom, Nom(any). «Títol del capítol». A: Cognom, Nom; Cognom, Nom (any).

Títol del llibre. Número d'edició. Lloc d'edició: Editorial, p. 000-000.

Cognom, Nom; Cognom, Nom(any). «Títol de l'article». Títol de la Revista, volum de la revista, número de la revista (tal com s'indica en l'original), p. 000-000.

Títol del diccionari. Número d'edició. Lloc d'edició: Editorial, any.

Cognom, Nom; Cognom, Nom(any). Títol [en línia]. Lloc d'edició: Editorial. [Consulta: dia mes any].

**Sigles i abreviacions.** Es recomana reduir al màxim l'ús de sigles en el cos de l'article. Quan n'hi hagi, cal assegurar que la primera vegada que hi surtin ho facin acompanyant la forma lèxica desenvolupada. Si s'usen sigles per referir-se a fonts bibliogràfiques, cal indicar-ho també en la bibliografia final. Per a la bibliografia, cal unificar les abreviatures amb les formes següents (tant si són en singular com en plural): ed. (editor/a o editors/ores), dir. (director/a o directors/ores), coord. (coordinador/a o coordinadors/ores), p. (pàgina o pàgines).

**Format:** Els articles s'han d'enviar en un format de processador de textos, preferentment MS Word o Open Office. L'arxiu ha d'incloure tot el contingut (títol, autoria, cos de l'article, imatges, taules, bibliografia, annexos, notes, resums i paraules clau) en la distribució prevista.

**Tipus de lletra:** Per al cos de l'article i la bibliografia, cal fer servir la lletra Times News Roman de 12 punts. Les citacions textuais, si són breus, van inserides en el text i es componen en regular rodona i entre cometes baixes («»); i, si són llargues, van entrades i es componen en regular rodona de la família Times News Roman d'11 punts. Les notes, si n'hi ha, van en Times News Roman de 10 punts.

**Apartats.** Els títols dels apartats han d'anar numerats (exemple: I, I.I, I.I.I, I.I.2...), amb el mateix cos de lletra, en negreta rodona. La primera línia de cada paràgraf ha d'anar entrada.

**Interlineat:** A un espai i mig, en tots els casos. Els paràgrafs no se separen amb cap interlineat extra. Cal deixar una línia en blanc entre títol i text i dues línies entre text i títol.

## Crida d'articles

Els articles, que han de ser originals i inèdits, són avaluats per revisors externs designats pel Consell de Redacció de la revista. En cas que s'accepti la proposta, els autors poden rebre suggeriments de modificació.

Les propostes han de seguir les normes de presentació d'originals de la revista.

Els autors han d'enviar les seves propostes per correu electrònic a [terminalia@correu.iec.cat](mailto:terminalia@correu.iec.cat). Alternativament, es poden registrar en el sistema electrònic de gestió de la revista (Open Journal System), a <https://revistes.iec.cat> o a <https://terminalia.iec.cat>, i penjar-hi les trameses.

### Per al número 32 (desembre 2025)

Tramesa d'articles: fins al 31 de desembre de 2024

Resultats de la selecció: fins al 28 de febrer de 2025

Versió final: fins al 31 de març de 2025

Publicació de la revista: desembre de 2025

### Per al número 33 (juny 2026)

Tramesa d'articles: fins al 30 de juny de 2025

Resultats de la selecció: fins al 15 de setembre de 2025

Versió final: fins al 30 de setembre de 2025

Publicació de la revista: juny de 2026



## Protecció de dades personals

L'Institut d'Estudis Catalans (IEC) compleix el que estableix el Reglament general de protecció de dades de la Unió Europea (Reglament 2016/679, del 27 d'abril de 2016). De conformitat amb aquesta norma, s'informa que, amb l'acceptació de les normes de publicació, els autors autoritzen que les seves dades personals (nom i cognoms, dades de contacte i dades de filiació) puguin ser publicades en el corresponent volum de *Terminalia*.

Aquestes dades seran incorporades a un tractament que és responsabilitat de l'IEC amb la finalitat de gestionar aquesta publicació. Únicament s'utilitzaran les dades dels autors per a gestionar la publicació de *Terminalia* i no seran cedides a tercers, ni es produiran transferències a tercers països o organitzacions internacionals. Un cop publicades a *Terminalia*, aquestes dades es conservaran com a part del registre històric d'autors. Els autors poden exercir els drets d'accés, rectificació, supressió, oposició, limitació en el tractament i portabilitat, adreçant-se per escrit a l'Institut d'Estudis Catalans (carrer del Carme, 47, 08001 Barcelona), o bé enviant un correu electrònic a l'adreça [dades.personals@correu.iec.cat](mailto:dades.personals@correu.iec.cat), en què s'especifiqui de quina publicació es tracta.



