

15/10/1972

# Vocabularis terminològics

**D**iumenge passat el nostre admirat Espinàs comentava un Vocabulari Nàutic, compilat per Margarida Guàrdia i Joan Puig, que en una edició no vendible però creiem que fàcilment assequible, ha aparegut de poc. Els mots de lloança que dedicava a les iniciatives d'aquesta mena eren justos i adequats i no sabriem pas afegir-hi gaire cosa més. Però com que per l'amable confiança dels autors ens vam encarregar de la revisió d'aquesta obreta, creiem que hauriem d'aprofitar l'ocasió per a assenyalar-hi una errada que hi hem descobert tot just impresa i que, lamentablement, no vam reeixir a eliminar de l'original: en lloc de «bitàcora», tal com hi apareix, ha de dir bitàcola, que és la forma pròpia del català.

També creiem que resulta adequat d'encadenar aquest comentari donant compte de l'aparició d'un altre recull terminològic semblant: el Vocabulari terminològic de publicitat, dut a terme per un grup de publicitaris de Barcelona, que han comptat amb l'assessorament i la col·laboració del professor Alfred Badia. Es tracta, en aquest cas, d'una recopllació de tots els termes generalment usats en publicitat — molts dels quals, és clar, pertanyen al llenguatge comú — que són presentats en la correspondència castellà-català. Doncs, contràriament al Vocabulari Nàutic, en què cada mot hi és explicat — amb definicions procedents del Fabra, del Moll i d'altres repertoris — aquest aplec de termes de publicitat es limita a donar-ne la forma correcta en català a partir de la del castellà, considerant, sens dubte, que es tracta en tots els casos de mots de significació ben coneguda, i que l'únic problema que plantegen és que molts professionals del ram incorren, sovint, en l'ús de les formes castellanitzants. Efectivament, fins no fa gaire la publicitat en català — i la seva administració — era una manifestació escadussera i la seva normalització exigeix aquests treballs de «reconversió». Exigeix, de fet, plantejar-se a fons la qüestió del llenguatge, tal com assenyalava ara fa cosa de dos anys el publicitari Albert Gasulla, en un article sobre aquesta qüestió.

L'edició del Vocabulari T. de Publicitat té també, creiem, caràcter privat. Però tractant-se de publicitaris no dubtem que els seus promotors el sabran fer arribar a tot arreu on convingui.

ALBERT JANE