

Aquest text correspon a les intervencions de Francesc Vallverdú i Maria Alba Agulló en la conferència del dia 11 de juny de 1999 sobre 'Els serveis lingüístics a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió', organitzada per la Direcció General de Política Lingüística i el Consorci per a la Normalització Lingüística en el marc del pla de formació de 1999 per a les xarxes de serveis lingüístics.

Autors

Francesc Vallverdú
Maria Alba Agulló
*Corporació Catalana de Ràdio
i Televisió*

Una mica d'història

La història dels serveis lingüístics de la Corporació Catalana de RTV arrenca de l'any 1982, quan Alfons Quintà —aleshores director del projecte de Ràdio i Televisió de la Generalitat— em va encarregar un llibre d'estil per als locutors i periodistes de les futures emissores de ràdio i televisió que ell projectava.

El llibre, de fet opuscle, que vaig preparar —que s'inspirava en les seves línies generals i en les propostes concretes en l'important treball de Joan Coromines, «Sobre l'elocució catalana en el teatre i en la recitació», publicat el 1971 dins el volum *Lleures i converses d'un filòleg*— fou lliurat a Alfons Quintà poc temps després i es va difondre en fotocòpies. L'any 1986 es publicà comercialment amb el títol *d'Elocució i ortografia catalanes*.

Mentrestant, l'any 1983 el Parlament de Catalunya va crear el Consell d'Administració de la CCRTV i jo en vaig ser elegit membre. Durant el període que vaig ser conseller, em vaig ocupar dins aquest organisme d'assessorar-lo en totes les qüestions lingüístiques. El meu mandat, però, va durar molt poc (fins al juliol de 1984) i ja no vaig repetir com a conseller. A finals de 1984, Joan Granados, director general de la CCRTV, em nomenà assessor lingüístic i em demanà un dictamen sobre el funcionament dels serveis lingüístics de ràdio i televisió de la Corporació. Les conclusions d'aquest dictamen foren les següents:

- a) Catalunya Ràdio tenia una organització estructurada, la Unitat d'Assessorament Lingüístic, amb una orientació lingüística adequada.
- b) Televisió de Catalunya, en canvi, no tenia una organització coordinada, perquè el director del mitjà considerava innecessari un departament lingüístic estructurat.

Aleshores, es va perfilar la idea d'una coordinació dels serveis lingüístics a partir del meu dictamen. Així quedà constituïda a la primavera de 1985 la Comissió de Normalització Lingüística de TVC, integrada per:

- un president (el director de TVC);
- un director (vicepresident de fet, perquè substituïa el president en la seva absència); un coordinador general (que era el secretari natural de la CNL);
- un coordinador per cada sector o àrea de servei lingüístic (jo vaig ser designat director de la CNL i Enric Vives en fou el primer coordinador general; actualment ho és Maria Alba Agulló)

En l'última etapa del mandat de Joan Granados com a director general, quedà constituït definitivament el Servei d'Assessorament Lingüístic de la CCRTV, al capdavant del qual vaig ser destinat.

Les funcions del responsable d'aquest servei són les següents:

- a) Coordinar els serveis lingüístics de ràdio i televisió i vetllar per l'aplicació adequada dels criteris lingüístics acordats;
- b) Assessorar el director general i els directors dels mitjans en totes les qüestions lingüístiques (amb una vinculació directa a la CNL de TVC, en la forma que ja s'ha explicat);
- c) Respondre davant el Consell d'Administració de la CCRTV, al qual informa periòdicament de la situació de la qualitat lingüística dels programes radiofònics i televisions;
- d) Elaborar dictàmens, instruccions i recomanacions sobre qüestions lingüístiques controvertides.

A continuació, M Alba Agulló exposa en detall el funcionament i la coordinació dels serveis lingüístics a Televisió de Catalunya.

L'assessorament lingüístic a TV3

Procuraré donar-vos una visió global del que representa l'assessorament lingüístic a TV3: característiques particulars dels serveis segons les àrees, i dificultats, necessitats i recursos de valoració. Des d'un doble punt de vista: la meua funció dins la CNL i la meua feina de correctora durant 15 anys als diferents departaments.

A diferència de Catalunya Ràdio, els serveis lingüístics de TVC no estan centralitzats, sinó distribuïts en les 4 grans àrees de producció i depenen dels departaments corresponents, unificats a través de la CNL. Això diferencia molt les funcions dels assessors per la naturalesa de cadascuna de les feines. Tot i així, hi ha uns aspectes comuns: la revisió prèvia dels textos i guions, en els casos en què això forma part del procés regular, i la revisió posterior de les intervencions de presentadors i col·laboradors diversos, en els programes directes o amb un alt percentatge d'improvisació.

Cadascuna d'aquestes activitats és fonamental per refermar un seguiment que permeti consolidar el nivell de competència lingüística global i elevar el nivell d'exigència per part de tots.

Els programes en què es pot fer una revisió prèvia de textos i guions són els informatius llegits (diaris, setmanals, especials i esportius), molts dels programes propis (amb el marge d'improvisació que suposa un diàleg, una conversa amb públic...) i els dramàtics. També en els espots publicitaris (en els quals el punt determinant és més la traducció i recreació que no pas la revisió pròpiament dita).

Els programes que exigeixen, en canvi, una revisió posterior són les transmissions esportives, els actes especials, i tota aquella part de la producció pròpia que té un caràcter dinàmic i obert.

Un cas més especial és el de producció aliena, perquè tota la revisió és posterior i se centra en el que anomenem control de qualitat dels productes ja doblats. En aquesta àrea és fonamental la feina dels traductors i dels assessors-adaptadors assignats a cada estudi i homologats per nosaltres, perquè la seva competència permet assegurar molt més aquesta qualitat a través del contacte, de les consultes i de l'intercanvi.

Una part important en aquests moments és tota la revisió de subtitulació per a sords (pel·lícules i altres) i teletext, el contingut dels quals prové directament de la correcció prèvia que en fan els serveis lingüístics

d'informatius, cas del teletext, o bé demana un tractament especial i adequat al seu objectiu per part dels operadors, com pot ser la reducció, la síntesi i en alguns casos la reelaboració en part del missatge.

A part del seguiment posterior, responsabilitat dels mateixos correctors, hi ha una professora integrada en el nostre equip que completa tot el seguiment i que fa arribar diàriament als interessats les observacions sobre dicció, pronunciació, expressió... i que fa tractaments individuals a les persones que en necessiten per raons de dicció o altres. Val la pena destacar-ho perquè suposa una bona oportunitat de reciclatge dels professionals de la casa.

Ara passaré al balanç actual, positiu i negatiu, de cadascun d'aquests serveis i àrees.

Hi ha l'aspecte important de la selecció, que englobo al final.

Cursos

En els primers temps, eren més generals (dicció, gramàtica...). Després es van fer més especialitzats: recursos expressius a esports, lectura, fonètica i entonació. Però per la nostra experiència en el mitjà, són més eficaces les pràctiques individualitzades.

Publicacions

- *El català a TV3. Llibre d'estil*. Televisió de Catalunya. Edicions 62. 1995.
- *Criteris lingüístics sobre traducció i doblatge*. Televisió de Catalunya. Edicions 62. 1997.
- *Versió doblada*, núm 1,2,3,4,5. Televisió de Catalunya. 1997-1999.

Producció aliena

A diferència d'altres serveis, aquest actua sobre productes elaborats fora de TVC: als estudis de doblatge.

Es fa una revisió de mostra, segons les prioritats següents: infantils, documental i sèries i cinema de qualitat, no pas sempre de màxima audiència.

La qualitat lingüística s'assegura: fent que els estudis treballin amb traductors i correctors homologats per TVC; donant-los orientacions generals per escrit i un servei permanent de consultes per telèfon;

obligant-los a fer modificacions puntuals (*retakes*) un cop s'ha revisat el producte; controlant les veus dels actors.

Periòdicament es valora la qualitat de la feina feta per cada estudi, i aquest és un valor decisiu en l'homologació d'estudis que s'està fent. (Implica més adjudicacions de doblatge: el factor econòmic incideix en l'estímul de qualitat lingüística.)

La infraestructura per donar un servei satisfactori hi és. L'únic que impedeix fer-la plenament efectiva són les presses i els canvis de programació, que, en els últims dos anys, s'han convertit en contínues. Convindria programar, almenys el gros de l'emissió, amb una antelació mínima d'un mes i mig o dos mesos (no és demanar gaire).

És interessant que tota la Corporació sàpiga que pot demanar orientació en qüestions de traducció a Producció Aliena:

- llistes de traductors homologats de 25 idiomes;
- traducció del català a l'anglès i al francès.

També es poden proporcionar llistes de correctors de català externs homologats:

- 83 correctors
- 117 traductors d'anglès
- 22 traductors d'alemany
- 58 traductors de francès
- 28 traductors d'italià
- 75 traductors de 29 idiomes més

Aquest any s'han dut a terme 2.500 hores de doblatge:

- animació: 503 (20 %)
- cinema: 865 (35 %)
- documental: 469 (18 %)
- sèrie 30': 80 (3,2 %)
- sèrie 60': 576 (23 %)

I aquest és l'esquema dels textos amb què habitualment es treballa en traduccions per al doblatge en català:

1. Tipus de text

pel·lícules
sèries de ficció
sèries infantils
documentals

2. Llengua original

anglesa, majoritàriament
francesa
italiana
alemanya
japonesa
sueca (molt poc)
danesa (molt poc)
hebrea (molt poc)
hongaresa (un sol cop)
àrab (un sol cop)

3. Característiques principals

Textos de parla anglesa

Les pel·lícules o sèries d'abans del 1970 acostumen a tenir un llenguatge força estàndard i a ser relativament fàcils de traduir.

Les pel·lícules o sèries modernes són molt més difícils. Hi ha molt d'argot. Si són de tema policial, militar o judicial hi ha la complicació afegida de la terminologia específica i també de les sigles o abreviacions, ja que en fan servir per a tot.

En les sèries molt modernes sovint hi ha referències constants a altres sèries o programes de ràdio de les diferents cadenes del país d'origen, cosa que també fa força difícil la traducció.

En tots aquests casos s'ha de recórrer a l'assessorament d'un lingüista nord-americà o anglès.

El text de les sèries o pel·lícules infantils generalment és àgil i senzill, amb alguns jocs de paraules que cal adaptar, en traduir-los.

Els documentals presenten una llengua estàndard. La dificultat és la terminologia específica de cada documental.

En el cas dels textos de parla no anglesa, les dificultats principals provenen de les traduccions del japonès.

Comercial

La situació lingüística actual de la publicitat emesa per TVC podríem dir que és bona.

Creiem que, els últims anys, hi ha hagut una millora en alguns aspectes:

1. *Revisió i traducció de textos.* Avui dia, pràcticament tots els missatges publicitaris en català que s'emeten pels nostres canals han passat prèviament pel Servei Lingüístic. Ha contribuït molt a millorar aquesta situació el fet de tenir un contacte directe amb les agències (les encarregades de confegir els espots) i els creatius.

2. *Fonètica dels locutors.* Tot i que no s'ha arribat a la situació ideal, hi ha hagut un progrés en la fonètica dels locutors. És un camp en què cal continuar treballant.

Una elevada proporció de sonoritzacions es fan a Madrid i la revisió es fa per telèfon. Volen la mateixa veu per al mateix producte anunciat en català i castellà com a identificació de marca.

3. *El nombre d'espots en castellà.* En aquest àmbit també hi ha hagut avenç, tot i que més lent. Actualment, hi ha unes oscil·lacions mensuals del 4 % al 9 % d'espots emesos en castellà. Això significa una mi-

llora respecte a la situació d'ara fa cinc anys, però un estancament des de 1993.

Tot i aquests progressos, creiem que els camps on cal continuar treballant són:

1. *Exigència en la dicció.* Com que les agències publicitàries no treballen sempre amb locutors homologats, cal fer-los entendre (com ja es va fent) que un spot amb deficiències fonètiques pot arribar a ser perjudicial per al producte anunciat, i que, per tant, el rigor estètic de l'anunci ha d'anar acompanyat d'un rigor lingüístic. *Exemple:* substitució de «Bons Aires» per Buenos Aires (convenciment més pel ridícul que pel criteri pròpiament lingüístic). O bé: «un sabo(r) excel·lent» (referit al gust).

2. *Emissió d'espots en castellà.* En general, el motiu que solen adduir les empreses per anunciar-se en castellà és el cost econòmic que els comporta el doblatge, o bé la brevetat de la campanya (que, segons argumenten, no justifica una despesa afegida). Un exemple són els anuncis de joguines, que, en general, es fan en castellà, però la tipologia dels espots en castellà és diversa. Vegem-ne alguns casos:

Espots institucionals o parainstitucionals. En són exemples els espots de comunitats autònomes (Castella i Lleó, Múrcia...), els d'alguns jocs d'atzar (Primitiva, travesses), alguns de la Direcció General de Trànsit...

Remarquem que aquest fenomen és molt general, però no sistemàtic (han vingut en català, per exemple, els de la rifa de Nadal, campanyes de Sanitat, espots del govern basc...).

Espots de pel·lícules espanyoles o doblades al castellà. Solen ser campanyes breus, però intenses. Tots els espots són en castellà, gairebé sense excepció. Els espots són en català si la pel·lícula ha estat doblada al català.

Espots en què apareixen testimonials «famosos» (que no ho són tant per als telespectadors de TVC). Solen ser presentadors castellans d'altres cadenes o bé actors de moda. Per contra, hi ha hagut casos en què aquests personatges han parlat català (Emilio Aragón, Arguiñano —només la frase final—, Concha Velasco, De la Quadra Salcedo...). Un cas particular són els espots de colònies: sovint hi apareix només una cançó en anglès.

Espots d'algunes marques multinacionals, amb poc text (alguns fins i tot sense àudio). És el cas dels de Nike, Levi's, Reebok... Solen ser fets a l'estranger i amb una adaptació mínima (sovint només se n'ha traduït la sobreimpressió).

Finalment, n'hi ha que no encaixen en cap grup dels esmentats. N'apareixen de tant en tant, fins i tot de marques que s'anuncien gairebé sempre en català.

Aquí potser no hi ha cap més remei que tractar cada cas separatament (tal com, més o menys, ja fa el Departament Comercial), i rumiar mesures imaginatives amb què es pugui rebaixar encara més el percentatge d'emissions en castellà. Aquest és el percentatge d'anuncis en castellà durant el primer quadrimestre de 1999:

gener: 6,8%

febrer: 4%

març: 7'9%

abril: 7%

3. *Les servituds del bilingüisme (o de la diglòssia).* No cal estendre-s'hi gaire: jocs de paraules que valen en castellà i en català, no, etc. La raó habitual és que l'spot (imatge i text) ha estat concebut en castellà i només funciona plenament en aquesta llengua. No cal dir que ens hem d'esprèmer el cervell cada vegada que hi ha un cas d'aquests. Potser caldria convèncer els creatius —els d'aquí— que gestessin la idea en català.

També cal remarcar l'ús en castellà dels genèrics (noms comuns que acompanyen la marca): Kinder «chocolate», «lejía» Conejo, «tu otro banco», «valores del tesoro», «primeros pasos» Dodotis. Però: Rexona «talc». Se'ls ha de fer veure que la mentalitat de les persones que compren no és la d'associar estrictament el genèric amb la marca (la gent entra en un supermercat a comprar bolquers i no pas «primeros pasos»).

Després hi ha la traducció o l'adaptació fonètica de les marques: Kinder Chocolate, Citroën (actualment amb pronúncia adaptada), BBV, H&S, DHL... No entenen que, per sentit comú i per respecte a la llengua, hi ha paraules que s'han de traduir o adaptar fonèticament (com es faria si s'exportés l'spot fora de l'Estat espanyol).

Exemples d'anuncis agraïts d'adaptar:

• «¿Estás tururú? Pepsi Boom. Pasa la bola» (bales). «Estàs com un llum? Pepsi Boom. Passa la bala»

• «Soy así: vivo en ti, tierra sin par» (Codorniu). «Sóc així: et duc amb mi, la meva llar»

Complicació en un anunci de crema de llet:

Castellà: «Es la leche»

• 1a proposta (connotada com en castellà): «La bona llet»

Però no pot ser, perquè a continuació diuen: «No, la crema de la llet». I semblaria que neguem que és bona.

• 2a proposta: «És la pera». Però s'ha de vigilar amb el contenciós dels fruiters de Lleida amb la Yoplait (per l'anunci en què s'afirma que ja no menjaràs mai més fruita si menges aquell iogurt, que n'és ple).

Finalment guanya la proposta «És la pera», tot i que s'allunyi del terme *llet*.

Informatius

També presenten molta diversitat: *Telenotícies*, *La Revista* o *De vacances*, *Tot l'esport*, *30'' o 60''*, *Bellvitge hospital*, especials d'investigació històrica (*L'or de Moscou* o *Cuba*, *siempre fidelísima*, per exemple) o preparacions per a eleccions, etc.

Si al començament de TV3 hi podia haver hagut alguna reticència, ni que fos per part de poques persones, ara no n'hi ha en absolut, més aviat al revés. En general, tothom s'ha adonat de la utilitat de l'assessorament lingüístic, i, també en general, s'ha observat una millora en la redacció dels periodistes que ja fa anys que són a TV3. En aquesta millora, alguna influència hi deu haver tingut la feina diària dels correctors.

Però apunto que hi ha un aspecte que no acaba d'estar del tot lligat, perquè a vegades no es pensa que cal corregir *tots* els textos. Es tracta de corregir tots els textos, llargs o curts, que surten escrits a la pantalla. Això inclou:

• *chyrons* (retolacions de l'estil: «Lleida, aquest vespre»; «Pau Pi, president de l'escala»; «X.X.; ministre de X.»; i traduccions de les intervencions que per alguna raó informativa es decideix no doblar sinó subtítular).

• postproduccions (són les il·lustracions que es fan a disseny gràfic i que acompanyen una informació: mapes, llistes de resultats electorals, repartiments d'accions de l'empresa, etc.).

• *promos* (anuncis de programes que s'han d'emetre, i que solen incloure, al final, el títol de la pel·lícula, la sèrie, l'obra de teatre...), molt importants perquè es repeteixen i marquen molt la imatge de la casa.

• caretes de programes.

[Resposta il·lustrativa de la coordinadora d'Informatius a la meua pregunta de per què havia sortit «Agrigento» en lloc d'«Agrigent»: «Doncs la resposta és no ho sé. El text corregit a quarts de set de la tarda —és a dir, amb prou temps abans de l'emissió del TN 33—, diu «Agrigent». Puc pensar en més d'una causa:

a) van imprimir i llegir el text abans que els

arribés la correcció (he comprovat que, abans de corregir, efectivament deia «Agrigento»);

b) tot i tenir el text corregit, la persona que el llegia tenia *in mente* la forma «Agrigento»;

c) la susdita persona va veure que deia «Agrigent», però es va pensar que hi faltava una lletra («aquests correctors, que no s'hi fixen prou; sort que jo sé que és 'Agrigento' i ja ho diré bé...").

Ja ho veus! És un pou sense fons!]

Una de les raons que expliquen que això no estigui lligat del tot és que «per tan poca cosa, no cal». I surten coses com «Lleida, «alcalde d'el Vendrell», «Nuria», «Avila», etc. Un error molt freqüent en les *promos* i caretes (en què els títols van generalment en caixa alta), és la falta d'accents, perquè «les majúscules no porten accent». Insistim sempre que l'última revisió d'un text que s'ha de veure l'ha de fer el Servei Lingüístic, seguint el mateix procés regular que a l'hora de corregir els textos orals.

Altres aspectes que cal tenir en compte en aquest apartat són:

• La correcció per ordinador, diferentment de la ràdio, no permet tantes observacions fonètiques, perquè l'escrit ha de sortir correcte del Servei Lingüístic d'Informatius, ja que va directe al teletext.

• El seguiment posterior de directes i transmissions.

• El fet que només hi ha dues agències en català: EFE Catalunya i Europa Press Catalunya.

• En les entrevistes s'aplica el criteri de la traducció simultània.

• En la meteorologia cal una atenció especial al lèxic propi de l'àmbit.

• En els titulars hi ha molta innovació, com els dels diaris. Exigeixen l'atenció del corrector perquè solen ser massa sintètics o pensats en castellà. Exemples del primer cas: «Massa malalts a Manlleu», «Tràfic a la roba» (suprimint «de droga»). Exemple del segon cas: «A per la copa» (solució que hi donem: «Ara, la copa» o bé «Cap a la copa»).

Sovint aquests titulars tenen un punt d'humor. «Masies amb fax i internet» o bé (referit a la insistència «del Núñez» d'integrar-se tenint fills a Catalunya) «Tornem-hi, amb els fills».

Producció interna

Actualment hi ha 43 programes per revisar, de característiques molt diverses, com ara:

- *Tarasca* (cultura popular)
- *Sputnik* (juvenil-musical). Molt d'esforç creatiu.
- *Millennium* (debat formal)
- Magazín tarda
- Telenovel·les i dramàtics
- *Malalts de tele* i *La cosa nostra* (tot i que de la productora El Terrat, amb diferències lingüístiques significatives)
- *Club Super3* (molta elaboració)
- Concursos (però molt diferents: *Xou com sou* i *A +a +*)

Cal tenir en compte:

- 1) Diferència amb el doblatge: pensat directament en català, s'allunya de la convenció acceptada de la traducció entre dues llengües i dues cultures. *Estació d'enllaç*, bona feina del corrector. (Es nota la distància que hi ha entre una sèrie diària i una de setmanal pel que fa a l'estudi dels perfils lingüístics dels personatges.)
- 2) Diferència entre els textos corregits prèviament i els directes: molt important el seguiment posterior i les alternatives que s'ofereixen per a diàlegs de to desenfadat i humorístic.
- 3) Molta valoració de presentadors i veus en *off*, que han de ser molt bones pel fet que no hi ha la llicència de donar la cara: *Tarasca*, *Sardana*, *Nit d'arts*, *Informatiu cinema...*
- 4) Bloc de programes del Terrat. Comentaré més endavant el criteri de la CNL de diferenciar expressions tolerables i expressions inadmissibles.
- 5) Produccions o telenovel·les o sèries amb molt pes que exigeixen molta dedicació (assignació d'assessors lingüístics homologats). (Prèviament treballen en algunes ocasions a la mateixa TV3 amb els nostres equips, per valorar la seva capacitat de tracte amb el conjunt de productors, realitzadors i actors, a part de la seva preparació, que han demostrat en les proves de selecció.)
- 6) Molta insistència en la correcció del lèxic especialitzat que fan servir els diferents col·laboradors de programes: cuina, psicologia, jardineria, música, etc.

Sense títol i *La cosa nostra*

Recursos tolerables: formes expressives que reflecteixen la parla espontània i que tenen difícils alternatives en l'ús comú.

Recursos inadmissibles o gratuïts: no aporten cap element de comicitat o d'informalitat i tenen formes alternatives d'ús freqüent entre els catalanoparlants.

Expressions en castellà gratuïtes:

- Els *okupes* (de Sants i l'Hospitalet) diuen: «No quiero salir de aquí, que hace mucho frío afueraaaa»
- Andreu Buenafuente s'adreça al públic i diu: «Me voy a explicar»
- En les excursions de l'Insero es diu: «Visita a Montserrat y rafting por el río Miño, todo el mismo día»
- «Príncipe Felipe» (s'alterna en una ocasió amb «Príncipe Felip»)
- «Felipe el Hermoso»
- «Júpiter» (pronunciat en castellà)
- «Bieeen!» (Andreu Buenafuente i el públic)
- «Otra»
- Referint-se a l'estada de Puigcorbé a París, es diu (situant-se en aquesta ciutat i partint del que seria en francès): «Que nariz que tiene» o bé «Es el guión»
- Referint-se a les tómboles de la fira, es diu: «Por dos boletos, una muñeca chochona y un perro piloto»
- Referint-se a la tribu dels indis winnebagos, es diu el nom d'una nena així: «Cervatilla del Cándido Manto de la Primavera». I a continuació s'afegeix (en boca dels indis): «Venga, a comer!». A partir de la mateixa referència als indis, es diu: «Ciervo Bajito con Cristales Delante de los Ojos que Canta "Felicita, Felicita"»
- Al final del programa, Buenafuente parla castellà a una noia del públic.

Comunicat de la CNL referit al fenomen anterior:

- 1) És legítim reflectir una situació real; per exemple, reproduir una anècdota en què els personatges són castellanoparlants.
- 2) No és correcte fer creure que parlen castellà estrangers no castellanoparlants (indis, princeses, artistes de cinema, etc. de parla anglesa).
- 3) Cal ser prudent a promoure estereotips monolingües; per exemple, presentar els policies, els taxistes, els cambriers, etc. *sempre* com a castellanoparlants. (A vegades, aquest recurs, si el personatge queda antipàtic o ignorant, pot ser malentès per algun telespectador.)

Prensa en pantalla: En castellà sistemàticament (en algun cas, se cita directament que procedeix de la revista *Hola*). Quan es llegeixen els retalls o titulars, també es fa en castellà.

Anomalies detectades: Isabel Gemio i Pepe Rubianes, entrevistats en castellà. (En el primer cas, ella demana directament que la

hi facin en català, l'entrevista, perquè l'entén.)

Errors de pronúncia o d'improvisació:

- de que torni
- *canvia't* (amb l'accent en la primera síl·laba)
- *Nasa* (pronunciant la essa com si fos sorda)
- algo
- misió (pronunciant la essa com si fos sonora)
- està bo
- em dóna la impressió
- a veure si em despejo
- a lo millor, sí
- bolígrafos
- camarer
- adió
- fotógrafo
- rompeolas
- campeó
- menos
- chalequet
- milló (milió)
- chistes
- cobres algo?
- ja porten dues (en porten dues)
- tu ets soci, tu ets soci fundador (tu n'ets soci...)
- tabaco
- datos
- el chocolata

Formes tolerables:

- el Papa de Roma per la porta asoma
 - agafar carrerilla
 - tenir un bon polvo
 - cabrón, maricón
 - apliqueu-vos el cuento
 - menopàusia
 - campetxano
 - quin susto!
 - quin anell, quin sello!
 - cachondeo
 - cadira de rejilla
 - venga!
 - àrbit
 - armaris empotrats
 - hombre!
 - destape
 - trencar-se el pit
 - tenir la potra
 - los vigilantes de la playa
 - quesito (Trivial)
 - ni corto ni perezoso
- O les absolutament deformades, com:
- no són moc de pav
 - companyer de mili
 - verà azur (verano azul)

En aquests casos, la feina de la CNL és el seguiment continuat en aquest sentit i dictàmens de valoració. Recomanació d'ajustar-se al guió seguint les alternatives obertes i adequades dels correctors, que enllacen, també, amb l'humor tradicional.

A part de tot aquest control, previ o posterior, el factor bàsic per arribar a tenir un nivell òptim de qualitat lingüística és el de la selecció del personal.

En aquest sentit hi ha unes instruccions clares per part de la Direcció que qualsevol persona que hagi d'intervenir en un producte per a emissió a TVC, encara que només sigui la veu, ha de ser valorada primer per la CNL. L'objectiu no és posar vet a bones figures de la comunicació, sinó determinar si hi ha irregularitats i solucionar-les amb un dictamen i un tractament regular, o adreçar-los a logopedes, si requereixen un seguiment especialitzat.

En aquest punt és essencial la selecció de presentadors i col·laboradors de cara als programes en directe, i tant per la dicció com per l'expressió. S'ha de buscar l'equilibri entre un bon professional o un bon reclam d'audiència i la competència lingüística.

Insistim que aquesta valoració ha de ser en el moment adequat, perquè, en alguns casos, els col·laboradors o presentadors ja s'han admès i és molt difícil acoblar la valoració lingüística amb aquest seguiment. Hem de veure clar que, a part del presentador, el col·laborador és identificat pel telespectador com un més de TV3. I així mateix per als càstings d'actors de dramàtics.

Per a altres categories professionals, la selecció ja està establerta del tot: la prova primera és la de competència lingüística (és eliminatòria, no tan sols compensatòria i això afecta redactors, conductors, meteoròlegs, redactors d'esports). Sempre es fixa el nivell mínim exigint segons que les seves intervencions hagin de ser de més o menys improvisació. L'última prova de tot el procés de selecció és la de dicció.

Altres col·lectius que segueixen el mateix procés de selecció són administratius, documentalistes, operadors de teletext (nivell elevat d'exigència), tècnics de continuïtat, etc.

I l'únic col·lectiu que queda fora d'aquest procés de selecció i que seria primordial que s'hi ajustés és el dels guionistes. L'experiència ens demostra que no sempre les idees són pensades en català, o en un català que reculli prou bé la riquesa de registres i de

recursos propis. Tenim establert també que, en els casos en què l'equip de guionistes i «dialoguistes» no sigui òptim pel que fa al nivell de català, treballin conjuntament amb un lingüista, no com a corrector només, sinó com un membre més a l'hora de crear els perfils, per als quals és bàsica l'eina de la llengua.

Per acabar vull dir que, com a testimoni directe de les últimes convocatòries de selecció: operadors de teletext, secretariat de direcció, redactors, meteoròlegs i correctors lingüístics, puc afirmar que el nivell de competència lingüística actual

supera molt, per posar un límit, el de fa 5 anys. Sempre queden els «històrics»: els recomanem que només posin veu en els seus textos, molt de firma. Tot i les deficiències que presenten (supressió de pronoms, no discriminació de vocals obertes i tancades...), han evolucionat favorablement en altres aspectes (com l'expressió, la sintaxi).

La tendència i l'objectiu són d'anar exigint cada vegada més.

