

O GALEGO NA EMPRESA

Non me gusta moito, ou máis ben non me gusta nada, teorizar sobre a marca e as prestacións do vehículo. O realmente importante é poder dispoñer dun obxecto que, baixo as nosas ordes, nos leve a nós e ás nosas mercadorías. Por iso o nome de automóbil é ben ilustrativo. Algo así me sucede cos idiomas á hora de teorizar sobre eles.

Se o idioma non serve para comunicarse ou para transmitir ideas, sentimentos e sensacións non parece que sexa moi bo coche. Quitóuselle o que é fundamental que é que ande, ou sexa, que sirva para comunicarse. Se é usado, máis que nada, só para autoafirmarse, falando cando o interlocutor non entende o idioma, ou non quere entendelo, tampouco parece que cumpra moi ben os seus obxectivos.

Levado ó extremo, preferiría, pois, usar un todoterreo que servise para entenderme con calquera (inglés) que un descapotable marabilloso de non sei cantos cabalos e mulas, que me leve estupendamente... cando non chove, claro.

Dito esto, como mil son as valoracións de cada quen á hora de mercar un automóbil, outras tantas, ou máis, son as percepcións á hora de recibir o legado dun ou varios idiomas, ou mesmo de estudalo.

Por eso coido que é importantísimo darlle o fundamental sentido que debe ter un idioma vivo comz o noso, que é servir para comunicarnos ben, a gusto e cómodos.

Teño a sensación de que non queren ser coñecidas as razóns polas que se utilizan os idiomas como armas “arroxadizas” e mesmo se impoñen. Crasísimo erro, ó meu xuízo, que soe estar mal interpretado pola ciencia política, ou mellor dito, polos políticos, porque non usan xustamente as ciencias que o interpretarían, a saber, psicoloxía e socioloxía fundamentalmente, coa axuda da economía e a etnografía.

O resultado é un desastre moi grave, porque ademais xera incomunicación e a súa orixe está no idioma que, xustamente, debería servir para o contrario.

Neste senso, non quero interpretar o mundo da empresa como alleo os demais mundos.

Por esa vía, que poidamos chamar da autoafirmación e a sedución, penso que deben ir os tiros do que eu prefiro chamar racionalización lingüística, xa que normalizar é poñer normal, e se o normal é o que funciona como norma, xa está normalizado aínda que non sexa normal, mellor dito, de razón.

Eso é o que estamos tratando de facer desde Terras Gauda cara ó exterior, e creo que imos “seducindo”, pero aínda que peque de inmodestia, debo dicir que esta terra é un produto que nos axuda moito.

Xosé María Fonseca Moretón
Presidente de Bodegas Terras Gauda, S.A.