

**El valor económico del portugués:
lengua de conocimiento con influencia global**

Alexandra Albuquerque, José Paulo Esperança

Área: Lengua y Cultura
Documento de Trabajo 26/2010
28/07/2010

El valor económico del portugués: lengua de conocimiento con influencia global

*Alexandra Albuquerque, José Paulo Esperança **

Introdução

A relação da língua com a economia tem vindo a atrair uma atenção crescente, justificada pelas necessidades da sociedade de conhecimento em que vivemos, onde o volume de dados, informação e conhecimento cresce continuamente. Os estudos sobre o valor económico da língua reconhecem que a externalidade positiva da partilha de uma língua, enquanto instrumento de comunicação e intercompreensão, reforça o seu valor e impacto nas trocas com o exterior.

Antes de mais, importa delimitar os conceitos do título e o âmbito deste trabalho, tal como a abordagem que esteve na base da sua elaboração. Assim, começaremos por definir o que se entende por “valor” e “conhecimento” no contexto económico mundial e a importância de valores intangíveis (como a língua) na sociedade do conhecimento.

Seguidamente, apresentamos alguns dados sobre a presença do português nos vários sectores da sociedade do conhecimento, no maior número possível de espaços de expressão portuguesa.

Finalmente, apresentamos alguns cenários onde a língua portuguesa constitui um activo gerador de vantagens competitivas no mercado global, como veículo de conhecimento e desenvolvimento.

1. Valores da Sociedade de Conhecimento

O conceito de “Sociedade de Conhecimento” que define grande parte das sociedades do mundo globalizado e que se relaciona com outros conceitos como “Sociedade de Informação” ou “Sociedade das Tecnologias da Comunicação e Informação” está intimamente ligado a um novo modelo de economia que alguns autores apelidam de “Nova Economia”, “Economia da Informação” ou “Economia baseada no conhecimento”. Desde a criação do termo “sociedade de conhecimento”, por Peter Drucker e Robert Reich, nos anos 70, assistiu-se a uma era profundamente marcada pela tecnologia, que foi um dos maiores impulsionadores do crescimento económico nos países ditos desenvolvidos, onde (1) a produção de informação cresceu exponencialmente, e (2) a disseminação dessa informação, muito especialmente através da Internet, alterou de

** Alexandra Albuquerque, Docente do ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto e doutoranda no Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa.*

José Paulo Esperança, Professor catedrático do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

forma indelével a actividade económica e a organização social. Hoje aquele conceito parece estar muito mais ligado ao conhecimento, i.e, ao capital humano e intelectual das empresas, e ao desenvolvimento sustentável.

De facto, no glossário de termos estatísticos da OCDE (2005), *sociedade baseada no conhecimento* vem definida como:

*an expression coined to describe trends in advanced economies towards greater dependence on **knowledge**, information and high skill levels, and the increasing need for ready access to all of these by the business and public sectors.* (sublinhado nosso)

Assiste-se, assim, à existência de um mercado do conhecimento, onde a oferta e a procura das soluções imediatas e competências mais adequadas resultam de um processo imparável de concorrência entre empresas e grupos económicos num mercado global, multilingue e multicultural, onde bens intangíveis, como as línguas, por exemplo, são elementos a considerar num negócio, onde mais do que o preço conta o conhecimento e as competências pessoais.

Como se pode ler em Murteira (2005:81), a criação de valor hoje em dia continua, obviamente, a depender da relação entre a oferta e a procura mas, acima de tudo, das mais-valias que directa ou indirectamente estão associadas ao bem em causa para gerar esse mesmo valor, isto é, produtividade, difusão do conhecimento, incremento do capital humano, promoção de mudanças organizacionais, crescimento económico e bem-estar. Tratando-se esse bem de uma língua, no caso deste estudo o Português, como podemos, então, contribuir para a sua avaliação? Com que indicadores? Em que mercados? Com que actores?

2. O Português na Sociedade do Conhecimento

Ao efectuar a pesquisa de dados que nos permitissem medir a presença do português na sociedade do conhecimento, deparámo-nos com a forte expansão de (1) observatórios da língua portuguesa, nacionais e internacionais, mono e plurilingues, com dados sobre o número de falantes, peso da língua e outros indicadores, (2) portais em e sobre a língua portuguesa, (3) seminários e reuniões sobre a importância do português e (4) notícias sobre a língua portuguesa e a cooperação entre países de língua portuguesa, (5) estatísticas sobre a sociedade de conhecimento, etc.

Esta proliferação confirma, sem dúvida, o reconhecimento do prestígio da língua portuguesa e do seu valor como instrumento de comunicação na rede global.

Segundo Graddol¹, o crescimento e projecção de uma língua pode decorrer de três razões fundamentais:

¹ In Promoção da Língua Portuguesa no Mundo - Relatório da Reunião de Trabalho da FLAD, 2007. [edição electrónica]. URL: <http://www.flad.pt/documentos/1216226048S9qMG0he4Yh87DC6.pdf>. Acedido em Junho de 2010.

1. Demografia
2. Globalização
3. Tecnologia

Em relação aos dois primeiros parâmetros, e com base nos dados numéricos recolhidos em várias fontes², podemos afirmar que a língua portuguesa tem uma dimensão bastante considerável no panorama linguístico mundial, sendo a

- 2ª língua românica
- 3ª língua europeia
- 4ª língua mais falada como segunda língua
- 5ª com maior número de países de língua oficial (8) – a CPLP³-, espalhados pelos 5 continentes
- 6ª língua mundial

É língua materna dos habitantes de Portugal e do Brasil e de parte significativa das populações de Angola, Moçambique, Cabo Verde, Guiné-Bissau, S. Tomé e Príncipe e Timor-Leste, língua falada, ainda, nos antigos territórios de Goa e Macau, num total de cerca de 205 milhões de falantes⁴. Para além disso, é língua materna ou segunda falada pelos membros das várias comunidades de emigrantes, espalhados por países de vários continentes: França, Alemanha e Luxemburgo, Canadá e Estados Unidos, Venezuela e África do Sul.

No entanto, o valor da língua portuguesa, ou de qualquer outra, não depende tanto do seu peso demográfico, nem da vontade dos falantes, nem de políticas isoladas, como das relações que cria, sejam elas científicas, culturais, artísticas, sociais e, muito especialmente, económicas. Como se pode ler em Reto (2009b:10) “os benefícios do domínio de uma língua resultam também da existência de externalidades de rede que aumentam o seu valor com o número de utilizadores. O valor das redes sociais (...) ilustra o benefício de pertença a um grupo influente”. E, na “economia de informação em rede” (Benkler, 2006), onde as tecnologias de informação e comunicação constituem não só instrumentos de trabalho mas também de lazer, a produção de conteúdos e de conhecimento foi já descentralizada, e a sua distribuição, baseada em padrões de cooperação e partilha, facilitada, na rede por excelência – a Internet - que assume um papel cada vez mais relevante na forma como produzimos informação, conhecimento e cultura.

As redes electrónicas ligam agora um conjunto incomensurável de recursos públicos e privados, que vão desde volumes de referência, livros, revistas científicas, bibliotecas e

² Observatório das Línguas na Sociedade do Conhecimento. URL: <http://www.portalingua.info/pt/observatoire/demographie-linguistique/>; . Acedido em Junho de 2010 e Observatório da Língua Portuguesa. URL: <http://www.observatoriolp.com/>. Acedido em Junho de 2010; Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/>. Acedido em Junho de 2010.

³ Comunidade dos Países de Língua Portuguesa.

⁴ Observatório da Língua Portuguesa. URL: <http://www.observatoriolp.com/>. Acedido em Junho de 2010

repositórios, bases de dados, *blogs*, portais, correio electrónico e outros recursos que nas sub-redes da Internet criam uma enorme biblioteca digital, i.e, conhecimento, com as suas propriedades de não rivalidade e de inclusão social. No entanto, no crescimento contínuo da informação na rede global, torna-se bastante mais fácil medir a quantidade de utilizadores e de páginas do que avaliar a qualidade dos conteúdos ou traçar perfis de utilização, apesar de já existirem programas que fazem esta análise, que está obviamente dependente da autorização dos utilizadores em instalarem *spyware*, o que limita estes estudos quase exclusivamente a países com uma demografia bastante elevada e a sítios Web de grande tráfego.⁵

Analisemos, então, alguns dados relativos à presença do português nos seguintes sectores da sociedade de informação: (i) educação, (ii) comunicação e informação, (iii) tecnologia e inovação e (iv) sector cultural e criativo.

Relativamente ao sector educação, e segundo dados do Instituto Camões⁶, o ensino da língua e cultura portuguesas distribui-se por 72 países e ao longo dos vários ciclos de estudos, integrando cerca de 155.000 alunos.

O inquérito efectuado junto dos alunos de português como língua estrangeira ou segunda dos leitorados do Instituto Camões, inserido no estudo de Reto (2009b), revela, ainda, que 62% dos respondentes prevêem vir a utilizar o português no trabalho ou em negócios, contribuindo assim para a valorização do seu capital humano.

De facto, o português parece ter voltado ao palco internacional e, como disse Carlos Reis (2008)⁷ “está na moda aprender português” em vários pontos do mundo, especialmente na Europa de Leste, onde cerca de 3500 alunos estudam a língua⁸ e na China, “onde o ensino da língua, restrito até há pouco tempo a três universidades, em Pequim, Xangai e Cantão, está hoje implantado em uma dezena de cidades”⁹.

No entanto, também em países como a Espanha¹⁰, Suécia¹¹, França, Japão, onde é a 3ª língua materna mais falada¹², e outros¹³ a procura de português como língua estrangeira tem aumentado nos últimos anos.

⁵ Exemplos destas análises são realizadas, por exemplo, por aplicações como a Alexa (<http://www.alexacom/>) e o DoubleClick Adplanner (<https://www.google.com/adplanner/?pli=1#siteSearch>), entre outros.

⁶ Instituto Camões. URL: <http://www.instituto-camoes.pt/rdic-europa/index.html>. Acedido em Junho de 2010.

⁷ *Expresso* (5 de Julho de 2008). [edição electrónica]. URL: <http://aeiou.expresso.pt/esta-na-moda-aprender-portugues=f359202>. Acedido em Junho de 2010.

⁸ *Público* (10.6.2010). [edição electrónica]. URL: <http://jornal.publico.pt/noticia/10-06-2010/portugues-esta-na-moda-entre-os-estudantes-de-leste-19576447.htm>. Acedido em Junho de 2010.

⁹ *Angonotícias* (10.12.2009). [edição electrónica]. URL: http://www.angonoticias.com/full_headlines.php?id=25868. Acedido em Junho de 2010.

¹⁰ *Diário IOL* (11.09.2008). URL: <http://diario.iol.pt/sociedade/extremadura-espanha-portugues-ensino-escolas-iol/990002-4071.html>. Acedido em Junho de 2010.

¹¹ *Mundo Português* (4.5.2010). URL: <http://www.mundoportugues.org/content/1/7029/suecia-portugues-vai-ser-leccionado-escola-secundaria-vittra/>. Acedido em Junho de 2010.

Dos numerosos instrumentos recentes de promoção do conhecimento em língua portuguesa são de destacar:

UNILAB¹⁴ – *Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira*

“Os cursos da UNILAB serão ministrados preferencialmente em áreas de interesse mútuo do Brasil e dos demais países membros da CPLP, especialmente dos países africanos, com ênfase em temas envolvendo formação de professores, desenvolvimento agrário, gestão, saúde pública e demais áreas consideradas estratégicas.” (Projecto de Lei, 2009: 1)

Estão planeados pólos em todos os países da CPLP - Angola, Moçambique, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe, Timor-Leste, Cabo Verde e Portugal.

Repositórios Científicos:

Segundo a Agência para a Sociedade do Conhecimento, o número de repositórios de acesso aberto em Portugal aumentou extraordinariamente, de 2004 para 2009¹⁵. Para além de um grande número de instituições de ensino superior que publicam o acervo científico em repositórios, é de referir o RCAAP - Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal¹⁶ e a SciELO¹⁷ - Scientific Electronic Library Online (Biblioteca Científica Electrónica em Linha) que promove a publicação electrónica cooperativa de periódicos científicos na Internet. Em 2009 estavam registadas 27 publicações de Portugal e 224 do Brasil.

Centro Virtual Camões¹⁸ - *Presta apoio ao ensino e aprendizagem do português e à divulgação da língua e cultura portuguesas.*

Pordata¹⁹ - *Base de dados integrada sobre Portugal.*

Academia Brasileira de Letras²⁰ - *Fundada em 20 de Julho de 1897, promove a língua e a literatura do Brasil.*

Domínio Público²¹ – *Uma biblioteca virtual de acesso livre.*

Museu da Língua Portuguesa²² - *Fundado em 2006 e, segundo a informação disponível no sítio Web, é um dos museus mais visitados do Brasil e da América do Sul.*

¹² Instituto Camões. URL: <http://www.instituto-camoes.pt/encarte-ij/portugues-a-3-lingua-materna-do-japao.html>. Acedido em Junho de 2010.

¹³ Observatório da emigração. URL: <http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/1755.html>. Acedido em Junho de 2010.

¹⁴ Notícias da UNILAB. URL: <http://blog-unilab.blogspot.com/>. Acedido em Junho de 2010.

¹⁵ UMIC-Agência para a Sociedade do Conhecimento. URL: http://www.umic.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=3157&Itemid=146. Acedido em Junho de 2010.

¹⁶ <http://www.rcaap.pt/>. Acedido em Junho de 2010..

¹⁷ <http://www.scielo.br/>. Acedido em Junho de 2010..

¹⁸ <http://cvc.instituto-camoes.pt/index.php>. Acedido em Junho de 2010.

¹⁹ <http://www.pordata.pt/>. Acedido em Junho de 2010.

²⁰ <http://www.academia.org.br/>. Acedido em Junho de 2010.

²¹ <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.jsp>. Acedido em Junho de 2010.

Ao nível do sector da comunicação e informação, com destaque para a difusão do português na internet, as estatísticas confirmam-lhe uma posição de relevo. O último estudo da Internet World Stats (Dezembro de 2009) identifica cerca de 77 milhões de utilizadores do português, que ocupa, assim, o 5º lugar do TOP 10 das línguas mais usadas na Internet ²³ (era 9ª em 2001 e 8ª em 2002²⁴).

Na **Blogosfera**, segundo o Observatório da Língua Portuguesa⁴, o português aparece como a 1ª língua mais usada (sem ter em conta a língua inglesa) e segundo os dados da SIP 2008²⁵, o desenvolvimento de *blogs* em português teve um crescimento de 70% desde 2005.

Nas **Redes Sociais**, o português aparece também como a 2ª língua mais usada no Twitter²⁶ e no Facebook, a rede social mais popular do mundo, encontramos 3 países da CPLP representados na lista de 187 países de referência: Brasil (20º lugar), com 4 349 160 utilizadores; Portugal (35º lugar), com 2 385 340 utilizadores e Angola (133º lugar) com 41 040 utilizadores.

De forma a organizar e melhorar a acessibilidade aos conteúdos da Web portuguesa, especificamente do domínio .pt, no início de 2008 a Fundação para a Computação Científica Nacional desenvolveu o **Arquivo da Web Portuguesa**²⁷ que no final de 2009 continha já 630 milhões de itens (17,4 TeraBytes) dos quais 350 milhões eram pesquisáveis.

Dada a relevância do projecto, em Outubro de 2009, foi assinado entre os ministros da ciência de Portugal e do Brasil um protocolo de cooperação em projectos de arquivo da Web nos dois países, estando previsto que a componente brasileira comece por incluir os conteúdos dos domínios da rede de investigação e educação.

A análise detalhada do português na Internet sugere uma posição da língua portuguesa robusta e com forte expansão, sugerindo uma leitura optimista quanto à sua influência futura, dado o aumento significativo do número de utilizadores de internet na CPLP (quadro 1).

²² URL: <http://www.poesis.org.br/mlp/index.php>. Acedido em Junho de 2010.

²³ Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>. Acedido em Junho de 2010.

²⁴ Observatório da Língua Portuguesa. URL: <http://www.observatoriop.com/>. Acedido em Junho de 2010.

²⁵ Sociedade de Informação em Portugal 2008. URL:

http://www.umic.pt/images/stories/osic/SIP_2008_apresentacao_sintese.pdf. Acedido em Junho de 2010.

²⁶ Semiocast. URL:

http://semiocast.com/downloads/Semiocast_Half_of_messages_on_Twitter_are_not_in_English_20100224_fr.pdf. Acedido em Junho de 2010.

²⁷ URL: <http://arquivo-web.fccn.pt/>. Acedido em Junho de 2010.

Quadro 1 - Utilizadores de Internet na CPLP.

País	População (2009)	Utilizadores 2000	Utilizadores 2009	% crescim. Utilizadores 2000-2009	Taxa de Penetração
Angola	12,799,293	30,000	550,000	1,733,3	4,3
Cabo Verde	429,474	8,000	102,800	1,185,0	23,9
Guiné-Bissáu	1,533,964	1,500	37,100	2,373,3	2,4
Moçambique	21,669,278	30,000	350,000	1,066,7	1,6
S. Tomé e Príncipe	212,679	6,500	24,800	281,5	11,7
Brasil	198,739,269	5,000	72,027,700	1,340.6	36,2
Portugal	10,707,924	2,500	4,475,700	79.0	41.8 %
Timor-Leste	1,131,612	x	1,800	x	0.2 %

Fonte: Internet World Stats²⁸.

O acesso e uso da Internet nos vários países da CPLP cresceu significativamente no período considerado (2000-2009) e é bastante relevante no Brasil, sendo este também o país da América do Sul com maior taxa de penetração²⁹. De facto, segundo a mesma fonte³⁰, à excepção de Timor-Leste, Portugal e S. Tomé e Príncipe, as percentagens de crescimento dos utilizadores do português no período 2000-2009 foram muito superiores à do resto do mundo, calculada em 399.3 %.

Apesar de estes números mostrarem, claramente, que a presença da língua portuguesa na Internet se deve, em primeiro lugar, ao Brasil e a Portugal, já que a taxa de penetração nos outros países é ainda pouco elevada, com excepção de Cabo-Verde, há que ainda ter em conta que, à excepção daqueles dois países, o português nos restantes países da CPLP não é a língua materna exclusiva. É, no entanto, a língua unificadora e regista uma elevadíssima taxa de crescimento como veículo de intercompreensão e conexão à rede global.

De facto, “o desenvolvimento e literacia digital intensificou-se nos últimos anos e os utilizadores de hoje não são apenas os leitores e consumidores de hoje; são também os produtores e inovadores de amanhã” (Benkler (2006:12). Mas este crescimento da informação digital depende não só das competências linguísticas, mas da acessibilidade às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Os dados que apresentámos mostram, de facto, que a taxa de penetração da internet na CPLP está a aumentar exponencialmente, mas a taxa de IDI³¹ é ainda baixa, segundo o ITU-10³², especialmente nos países africanos.

²⁸Internet World Stats. URL: <http://www.internetworldstats.com/>. Acedido em Junho de 2010.

²⁹Internet Usage in South America: <http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>. Acedido em Junho de 2010.

³⁰Internet Usage in Europe: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>. Acedido em Junho de 2010.

³¹Information and Communication Technologies Development Index.

³²International Telecommunication Union, no relatório “Measuring the Information Society” de 2010. URL: http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2010/pdf/PR08_ExecSum.pdf. Acedido em Junho de 2010.

Quadro 2: Taxa de IDI na CPLP.

Economia	Rank 2008	IDI 2008	Rank 2007	IDI 2007
Portugal	32	5,77	30	5,32
Brasil	60	3,81	61	3,49
Cape Verde	102	2,62	107	2,27
Angola	139	1,4	138	1,31
Moçambique	153	1,05	154	0,97
Guiné-Bissau	156	0,97	156	0,88
S. Tomé e Príncipe	sem dados	sem dados	sem dados	sem dados
Timor Leste	sem dados	sem dados	sem dados	sem dados

Fonte: Dados recolhidos do ITU-10.

Este desfasamento na taxa de penetração das TIC nos vários países da CPLP deve-se, não só aos diferentes níveis de literacia digital nos vários países, mas também, como é natural, em grande parte aos preços praticados pelos vários servidores de serviços de TIC³³, muito mais elevados nos países menos desenvolvidos.

Ao longo do século XX, paralelamente ao desenvolvimento da Economia do Conhecimento ou da Informação, a globalização e a massificação da cultura, desenvolveu uma estreita relação entre esta e a economia, com o desenvolvimento das “indústrias culturais”³⁴ e criativas³⁵, tendo dado origem a um sector económico de importância crescente: o sector cultural e criativo³⁶

Apesar de diferentes, estando as indústrias “culturais” mais ligadas a actividades de produção e distribuição de bens simbólicos e, assim, potenciais criadores de valor, e as “criativas” mais baseadas no conhecimento, com uma carga intensiva de trabalho baseado na criatividade, e, deste modo, mais potencialmente criadoras de emprego e de riqueza, ambas contribuem consideravelmente para o PIB nacional, como demonstrou o estudo realizado para a União Europeia³⁷, pela KEA European Research em 2006, segundo o qual contribuía para 1,4% do PIB de Portugal.

³³ Que neste estudo compreende preços de internet de banda larga, telefone fixo e móvel.

³⁴ “Conjunto de actividades económicas também denominadas indústrias de conteúdos que conjugam funções mais ou menos industriais – de concepção, de criação e de produção – com funções industriais de fabrico em grande escala e de comercialização, utilizando suportes físicos ou de comunicação.” Les Notes Statistiques do DEPS, Aperçu Statistique des Industries Culturelles, Ministère de la Culture et Communication, nº16, Jan. 2006 apud CultiGest.s/d.Dossier de Economia Criativa. Englobam a música, a edição, o software educativo, o cinema e vídeo, a rádio e a televisão.

³⁵ Segundo a aceção do Department for Culture, Media and Sport (DCMS), do Reino Unido, cuja acção e visão são uma referência neste sector, as indústrias criativas caracterizam-se por terem origem na criatividade, competência e talento individuais e o potencial para criarem riqueza e emprego gerando e explorando a propriedade intelectual. Englobam o software, a arquitectura, a publicidade e o design.

³⁶ Por não termos conseguido recolher dados referentes aos sectores culturais e criativo dos restantes países da CPLP, a breve abordagem que se segue refere-se apenas a Portugal e ao Brasil.

³⁷ A Comissão Europeia lançou em 2010 o Livro Verde das Indústrias Criativas - onde se salienta a necessidade de melhorar o acesso ao financiamento, em especial para as pequenas empresas, de forma a permitir o desenvolvimento do sector e a contribuir para um crescimento sustentável e inclusivo - juntamente com uma consulta na internet com o objectivo de desenvolver o potencial das indústrias culturais e criativas na Europa.

Relativamente ao Brasil, e segundo um comunicado da Agência Lusa de 27.4.10, “as diversas indústrias culturais podem vir a representar, para as economias do Brasil e América Latina, um contributo maior do que os setores da soja ou pescas.”³⁸

Dada a crescente importância da economia cultural, o Brasil está, desde 2005, a desenvolver o indicador de PIB cultural, de forma a calcular o valor da participação das indústrias culturais (nomeadamente a audiovisual, a editorial e a música) na economia brasileira. Segundo a 2ª edição do “Cultura em Números”³⁹, editado pelo Ministério da Cultura brasileiro, a participação do sector cultural na economia brasileira cresceu 0,5%, de 2003 a 2005, mas não são adiantados valores, sendo que em 1994 representava 0,8% do PIB.

Ainda em relação a Portugal, em Março de 2010 o Ministério da Cultura de Portugal divulgou o estudo “O sector Cultural e Criativo em Portugal” que mostra que a riqueza produzida pelo sector cultural e criativo em 2006 foi maior do que o de indústrias como a de alimentos, a imobiliária e a têxtil, correspondendo a 2,8% da riqueza criada em Portugal, gerando uma riqueza bruta de 3,7 mil milhões de Euros.

Dentro do sector cultural, destacamos alguns indicadores relativos à tradução, onde a língua assume um papel de destaque, onde verificamos que ocupa uma posição mais importadora que exportadora, dado que as traduções para português, em termos absolutos e relativos são mais volumosas do que a tradução para outras línguas, de originais em português.

Com base em dados da UNESCO - do Index Translationum⁴⁰ - o Português surge como a 7ª língua de chegada, no Top50, e a 3ª no grupo das línguas latinas.

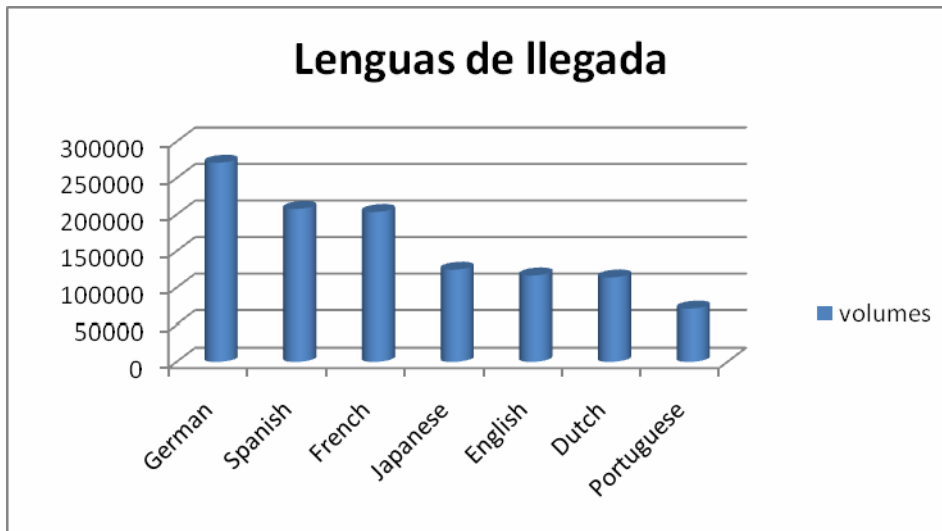
Como língua de partida, ocupa o 18º lugar no Top50 daquele Index sendo, no entanto, a 4ª mais traduzida das línguas latinas. (quadros 1 a 3):

³⁸ Notícias.rtp.pt (27.4.2010). URL: <http://tv2.rtp.pt/noticias/index.php?t=Industrias-culturais-mais-importantes-para-PIB-brasileiro-do-que-setor-de-soja-ou-pescas-ministerio-da-Cultura.rtp&article=339530&layout=10&visual=3&tm=4>. Acedido em Junho de 2010.

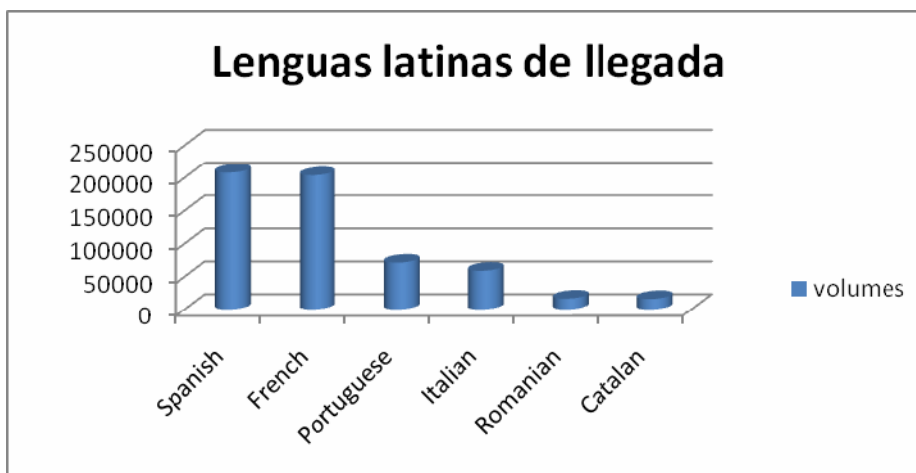
³⁹ Cultura em Números (2009).[Edição Electrónica]. URL: <http://www.cultura.gov.br/site/2010/06/17/sai-a-segunda-edicao-do-cultura-em-numeros/>. Acedido em Junho de 2010.

⁴⁰ “Lista de dados bibliográficos livros traduzidos no mundo inteiro, com mais de 1,900,00 entradas de títulos de literatura, ciências sociais e humanas, ciências naturais e exactas, história, etc.” Esta base de dados não contempla, assim, a documentos traduzidos não indexados a bases de dados bibliográficas, nomeadamente literatura técnica (não científica).

Quadro 3: Línguas para as quais se traduz mais.



Quadro 4: Línguas Latinas para as quais se traduz mais.

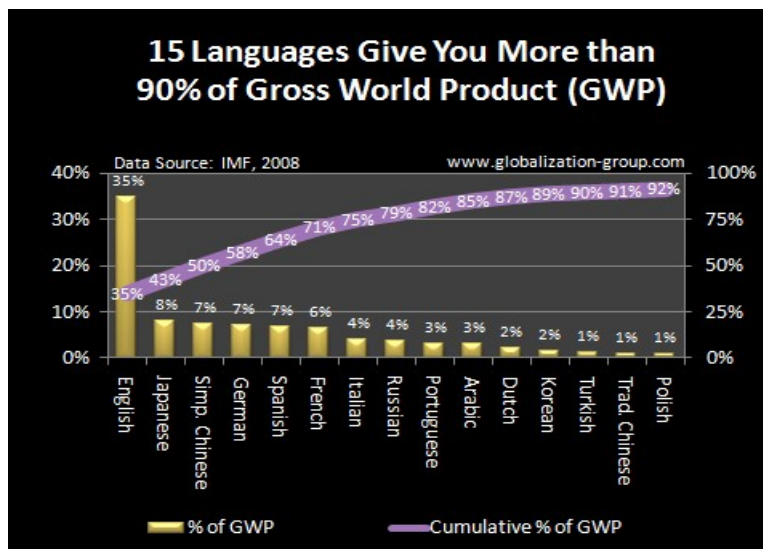


Quadro 5: Línguas latinas das quais se traduz mais.



Segundo The International Business Edge⁴¹, as 15 principais línguas do mundo, onde o Português consta como 9ª, contribuem para 90% do PIB Mundial, em grande parte devido ao contributo do Brasil que, segundo a mesma fonte, é a 10ª economia do mundo.

Quadro 6



Fonte: The International Business Edge, 2010.

O estudo “O sector Cultural e Criativo em Portugal”, que referimos atrás, mostrou que apesar de este sector contribuir de forma significativa para a economia nacional, a posição da economia portuguesa no comércio internacional de bens e serviços culturais poderia beneficiar bastante do aproveitamento de oportunidades da demografia geográfica da

⁴¹ The International Business Edge. URL: <http://www.globalization-group.com/edge/resources/top-languages/>. Acedido em Junho de 2010.

língua portuguesa do mundo e que, por outro lado, as ligações que se estabelecem entre a área tecnológica e as dimensões culturais poderiam contribuir significativamente para a internacionalização do português, o que depende, sem dúvida do desenvolvimento de políticas concertadas e eficazes, dos vários países da CPLP.

Conclusão

Tentámos reunir aqui dados e informação relevante sobre a presença da língua portuguesa nos vários sectores da sociedade do conhecimento dos países da CPLP, onde nem sempre essa presença é explícita. Ela subjaz, todavia, a vários sistemas de produção e de distribuição contribuindo, de forma directa ou indirecta, para a riqueza dos seus falantes. Como se pode observar nas várias fontes consultadas, esses dados nem sempre são rigorosos, consistentes ou abrangentes a todos os falantes e “presenças” da língua na sociedade do conhecimento.

No entanto, mais do que a contagem demográfica, do número de páginas na internet ou das percentagens do contributo para os PIBs, numa palavra, do que os próprios indicadores, importa observar de que forma a presença activa dos utilizadores da língua portuguesa, em vários sectores do conhecimento e da sociedade da informação, pode projectar o valor da língua em rede, criar valor e conhecimento nas várias sociedades onde é utilizada.

Nos países membros dos CPLP a língua portuguesa pode e deve ser um elemento de união dos falantes e um activo que lhes permita aceder a mais formação, mais informação e, assim, a mais conhecimento, de forma a contribuir eficazmente para o desenvolvimento nacional, nomeadamente ao nível do indicador IDI, um dos principais na medição da sociedade do conhecimento.

O desenvolvimento deste capital humano, pode conduzir a mais crescimento económico e bem-estar, já que, segundo Reto (2009b) na relação entre os países da CPLP e as comunidades de expressão portuguesa residentes noutros países, a comunidade linguística é um elemento facilitador do investimento directo estrangeiro, das trocas comerciais e da integração das comunidades imigrantes.

Os indicadores apresentados neste estudo revelam, também, a rápida expansão do português como veículo de comunicação e difusão do conhecimento e o potencial de crescimento económico das comunidades utilizadoras do português, em particular do Brasil, como 10^a economia, em 2009. Esta tendência não passou despercebida aos principais agentes económicos, já que, por exemplo, segundo a *Fortune*, 400 das 500 maiores empresas aí listadas tinham interesses directos no Brasil.

Por outro lado, e apesar de não constarem do Top26⁴², os países africanos de expressão Portuguesa, especialmente Angola, estão a destacar-se no mercado de recursos naturais e a ser bastante atractivos para investidores americanos e chineses, entre outros, sendo a China, actualmente, um dos países com maior expansão da aprendizagem do português. O português tem, assim, um valor relevante para a entrada nos vários mercados emergentes e sociedades onde é língua oficial, facilitando a internacionalização das suas economias e o seu fortalecimento na sociedade de conhecimento.

É possível identificar um conjunto de palcos e actores onde o Português pode, efectivamente, ser uma língua de conhecimento com potencial económico, quer nos vários países que partilham a língua como língua oficial, quer no mercado global.

- a) Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa – o Português pode servir de ponte com a Europa, o Brasil e a Ásia, podendo gerar conhecimento, não só para o capital social dos países desenvolvidos e investidores mas contribuindo, também, para o desenvolvimento tecnológico, social, organizacional e económico dos países que recebem esse investimento.
- b) Brasil (membro dos BRIC⁴³) e Angola:
Dois mercados actualmente muito atractivos para o investimento estrangeiro, pelo que a língua portuguesa poderá funcionar essencialmente como elemento de comunicação comercial, por um lado, e de facilitador da produção e distribuição de bens tangíveis e intangíveis (como as indústrias culturais e culturas locais), por outro, aproveitando a atractividade e exotismo que as caracteriza (ex. novelas, música e dança, literatura).
- c) Portugal: apesar da sua menor dimensão, poderá ser um intermediário decisivo entre a Europa, a América do Sul, África e Ásia (China, Macau, Goa), gerando sinergias e gerindo conhecimento dos vários contextos e actores e oportunidades nos mercados de expressão portuguesa, com os vários actores internacionais.

Finalmente, de forma a contribuir para a sociedade de conhecimento é preciso, acima de tudo, valorizar a língua como factor de identidade entre 8 países de expressão oficial, como meio de comunicação global, dissipar diferenças no palco internacional (de forma a que as várias variantes não criem contra-valores) e deixar os falantes, nativos e que têm português como língua estrangeira, usá-la de forma a ser realmente veículo de conhecimento na sociedade de informação onde não há donos, nem espartilhos ortográficos, nem formas únicas e onde a língua é um código aberto, sujeito a intervenções, *upgrades* e personalizações dos utilizadores activos.

⁴² ⁴² The International Business Edge. URL: <http://www.globalization-group.com/edge/2010/03/top-languages-by-gdp/>. Acedido em Junho de 2010.

⁴³ Acrónimo dos países emergentes: Brasil, Rússia, Índia e China.

Bibliografia

As línguas, valores ou contravalores económicos?. Carta Informativa N°34 (Maio-Junho 2010).[edição electrónica]. URL: <http://www.observatoireplurilinguisme.eu/>. Acedido em Junho de 2010.

BENKLER, Yochai (2006). **The Wealth of Networks - How Social Production Transforms Markets and Freedom**. Yale University Press. New Haven/London.

CultiGest. (s/d.) *Dossier de Economia Criativa*. [edição electrónica]. URL: http://www.inovaforum.org/inoваforum/docs/Dossiers/Microsoft%20Word%20-%20Dossier_Economia%20Criativa_RevisaoFin_.pdf. Acedido em Junho de 2010.

MURTEIRA, Mário – "A 'Nova' Economia do Trabalho". **Economia Global e Gestão**. Lisboa. ISSN 6873-7444. X.3 (2005) pp.131-140.

Projecto de lei de criação da UNILAB. [edição electrónica]. URL: <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/592938.pdf>. Acedido em Junho de 2010.

RETO, Luís (coord.) (2009), **Valor Económico da Língua Portuguesa: Contributos Metodológicos e Empíricos**. Estudo promovido pelo Instituto Camões (edição policopiada).

RETO, Luís (coord.) (2009b). **Valor Económico da Língua Portuguesa: O Impacto sobre as Relações com o Exterior**. Estudo promovido pelo Instituto Camões (edição policopiada).