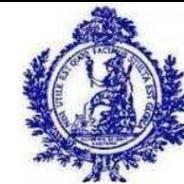


Impacto Económico da Língua Portuguesa



Prof. Doutora Maria Sousa Galito
09/01/2013



ACADEMIA DAS CIÊNCIAS DE LISBOA

PAÍSES QUE FALAM PORTUGUÊS



Prof. Sousa Galito

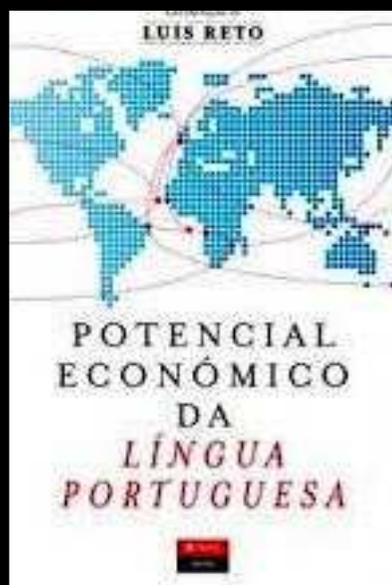
Centro de Investigação em Ciência Política e Relações Internacionais:

www.ci-cpri.com

<http://ftp.infoeuropa.eurocid.pt/files/database/000040001-000041000/000040091.pdf>

<http://www.ci-cpri.com/wp-content/uploads/2010/11/Portugues-lingua-trabalho.pdf>

Livros Publicados
de Outros Autores:



A Lusofonia



A *Lusofonia* é um conceito agregado, atribuído a oito países (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, S. Tomé e Príncipe, e Timor-Leste). Inclui também Macau (na China); Goa, Damão, Diu, Dadra e Nagar Haveli (na Índia).

- A *Diáspora Lusófona* envolve todos os indivíduos que se expressam em português fora dos territórios em que o idioma é oficial ou de uso, por muito dispersos que estejam pelo mundo, e independentemente das diferenças que os possam separar.
- Instituto Internacional de Língua Portuguesa (1989)
- Comunidade dos Países de Língua Portuguesa – CPLP (1996).



- a língua pode ser um poder
- a língua pode ser um instrumento de troca
- a língua pode impulsionar a economia

Estudamos a relevância de se empregar um idioma (neste caso, o português) em contexto profissional.



A língua é um dos elementos culturais mais fortemente relacionados com uma determinada identidade colectiva. Contribui para a interacção das partes que gerem a vida sob a sua influência.

Querer comunicar em português pode motivar a negociar na mesma língua.

Para que uma língua possa ser factor diferenciador no xadrez mundial, deve afirmar-se qual mais-valia capaz de ajudar a fortalecer o mercado.

Actualmente, segundo **Baudrillard (1970)**, podemos fazer uma analogia entre o idioma e outro objecto de troca/consumo, atribuindo-lhe portanto:



- **Valor de uso**: capacidade de um indivíduo (ou grupo de pessoas) se expressar numa determinada língua e de a dominar.
- **Valor de troca**: “usar em função de”; razões pelas quais os indivíduos comunicam numa determinada língua.
- **Valor simbólico**: interpretação subjectiva, emblemática ou conjectural da língua, na intenção consciente ou inconsciente de procurar um sentido de pertença e uma identidade relativos a grupos que partilham uma forma de comunicar.
- **Prestígio social** de uma língua pode resultar da conjugação de vários factores considerados positivos: por ser um meio de comunicação aceite entre as partes; por ser uma língua materna ou língua oficial; por ser uma língua de adopção ou de trabalho.

Proteger uma língua que pertence a uma *comunidade alargada*, pode estimular um *mercado* que gere sinergias políticas e económicas. Mas não necessariamente.

Um idioma alimentado sucessivamente pelos seus falantes (de língua materna ou não), possui talvez mais força para resistir à concorrência linguística que se vive no mercado de trabalho.



- Teoria de Calvet (1999): no modelo gravitacional, há um pivot do sistema (o *inglês, hipercentral*), o qual parece viver em concorrência com outras línguas (talvez mais com as *supercentrais*). No sistema, o inglês poder ser destronado no futuro.
- Declarações politicamente correctas a favor da igualdade real entre as línguas, reduzem-se talvez a *falsas evidências*, pois os idiomas são diferentes em *valor, funções e representações*.
- ❖ *Supercentralidade da língua de Camões* seja reforçada pelo projecto conjunto da *Lusofonia /CPLP*.

Falantes de Português

	População Residente (milhares)	% considerada (com base nas taxas de alfabetização)	Emigrantes (milhares)	Falantes de Português (milhares)
Angola	19082	70%	500	13857
Brasil	194946	100%	3000	197946
Cabo Verde	496	87%	555	987
Guiné-Bissau	1515	57%	300	1164
Moçambique	23391	60%	500	14535
Portugal	10676	100%	4800	15476
RAE de Macau	545	4%	0	22
São Tomé e Príncipe	165	91%	10	160
Timor Leste	1124	20%	20	245
TOTAL (2010)	252595		9715	244392

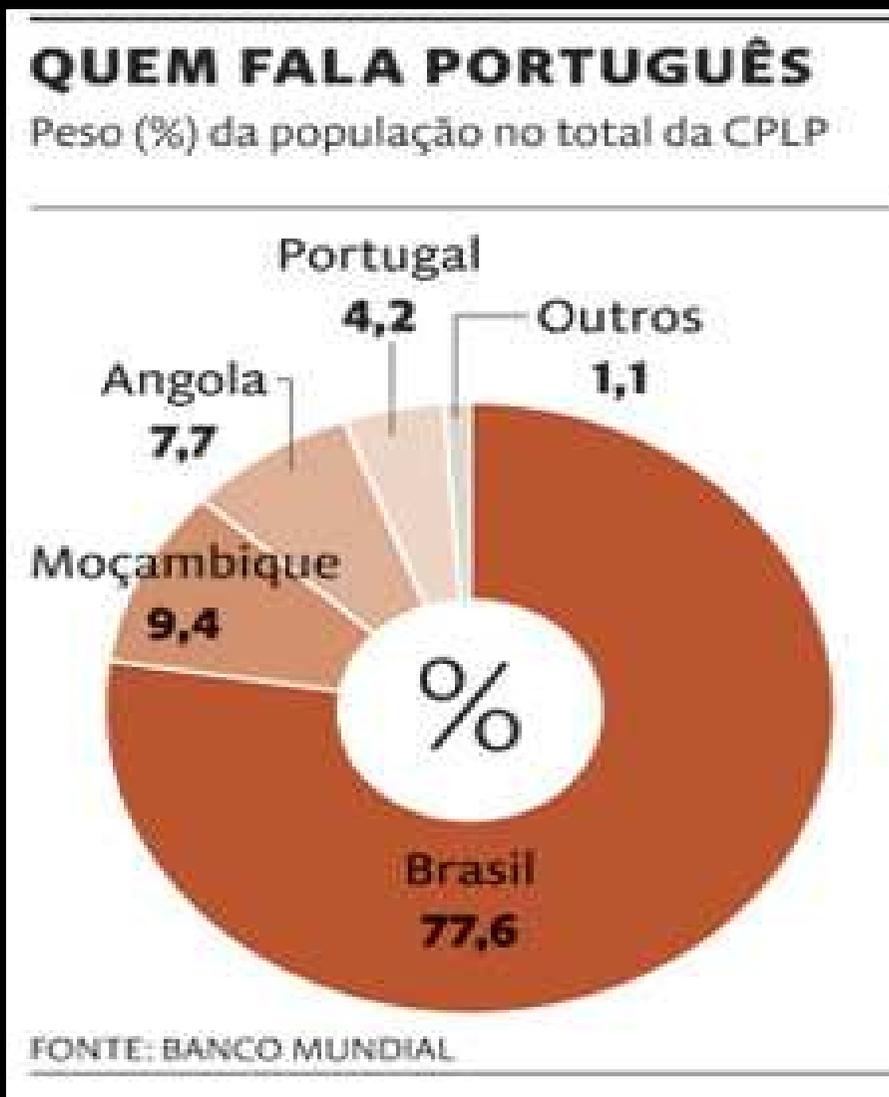
<http://observatorio-lp.sapo.pt/pt/dados-estatisticos/falantes-de-portugues-literacia>

Línguas Mais Faladas

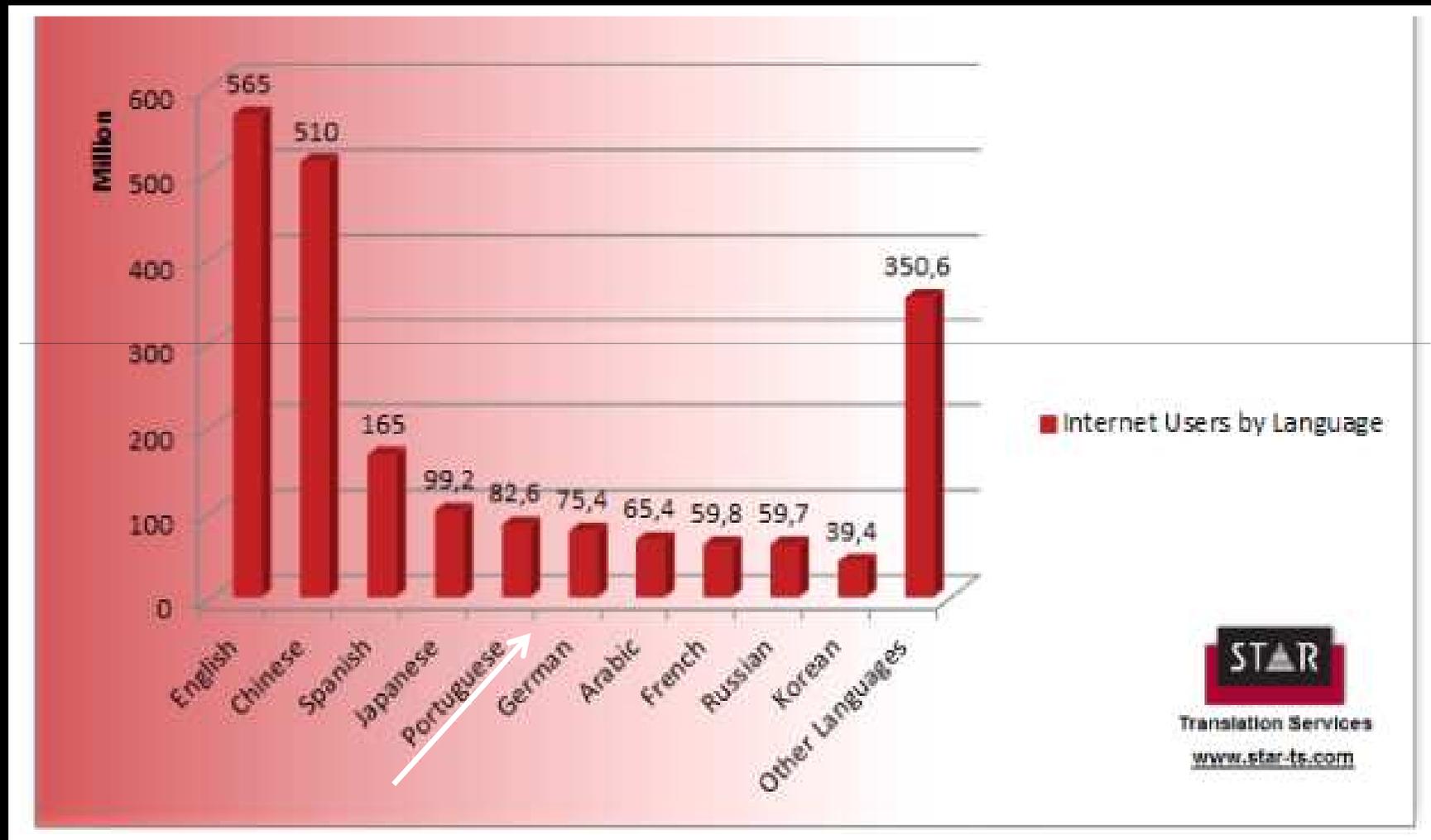
Língua (2012)	N.º Falantes
1. Chinês	1,213,000
2. Espanhol	329,000
3. Inglês	328,000
4. Árabe	221,000
5. Hindu	182,000
6. Bengali	181,000
7. Português	178,000
8. Russo	144,000
9. Japonês	122,000
10. Alemão	90,000

Fonte: Ethnologue (2012)

http://www.ethnologue.org/ethno_docs/distribution.asp?by=size#2

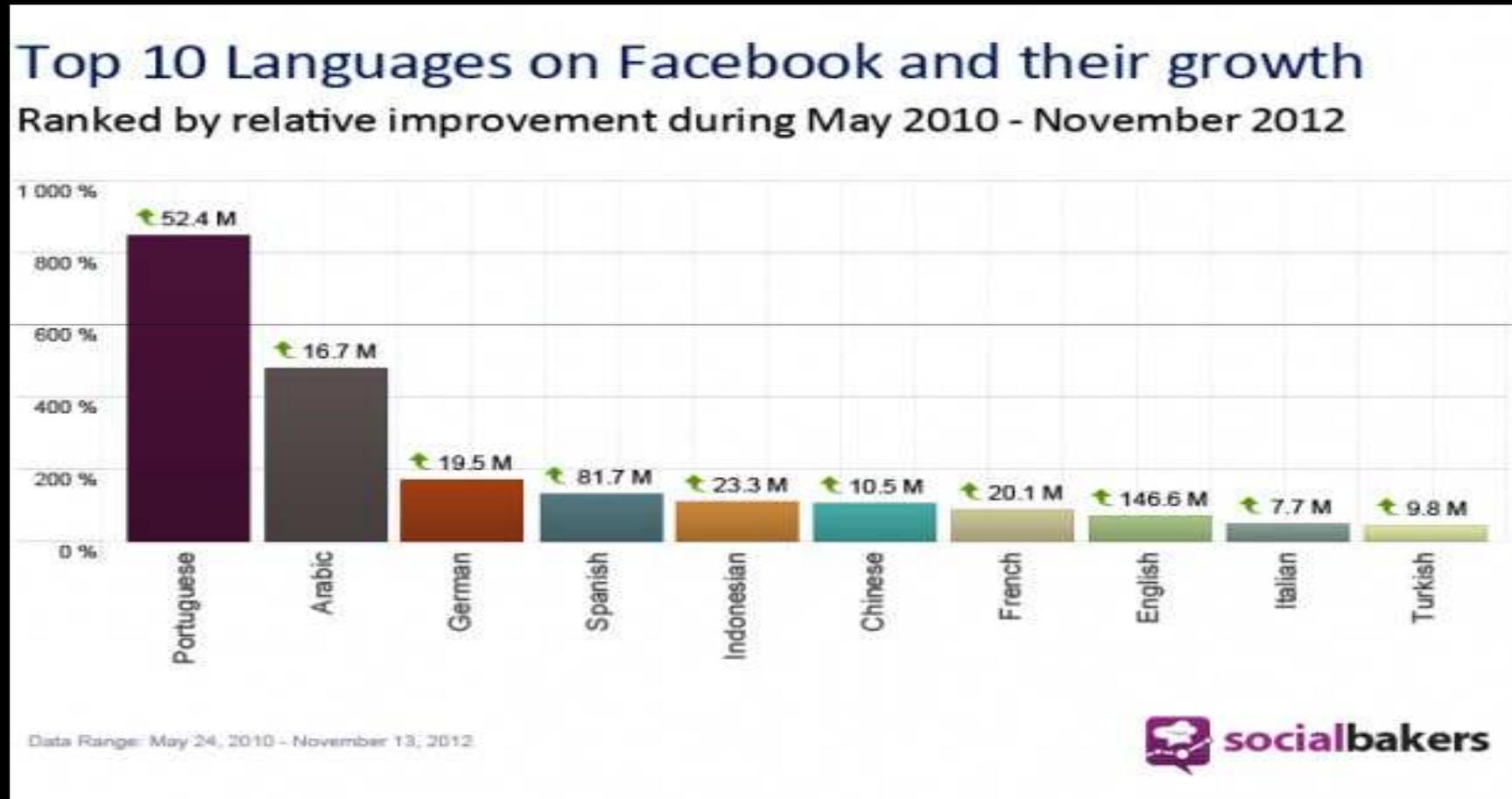


10 Línguas Mais Usadas na Internet (2011) Milhões de Utilizadores



<http://www.star-ts.com/translation-blog/index.php/2012/06/14/top-10-internet-languages/>

- A língua Portuguesa foi o idioma que mais crescimento registou entre 2010 e 2012.
- No Facebook, primeiro vem o Inglês, depois vem o Espanhol e em terceiro o Português. 6 milhões (2010) mas em 2012 esse número cresceu quase 900% e há quase 59 milhões de pessoas a escrever na língua de Camões.



<http://www.revolucaodigital.net/2012/12/02/lingua-portuguesa-conquista-facebook/>

A Língua pode impulsionar a economia

O peso de uma língua deverá ser avaliado principalmente pela força da economia, do progresso científico, da qualidade institucional e não apenas pelo número de falantes.

As estratégias de internacionalização passam pela vantagem competitiva de negociar em português, ao nível do:

- Ensino, cultura e telecomunicações.
- Fornecedores de produtos em português, como a administração pública
- Sector de serviços que têm forte conteúdo de língua,

Estudo da Apex (Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos) de 2009 mostra que os negócios realizados em língua portuguesa cresceram **534%** nos cinco anos anteriores (2003/2008).

A língua constitui um activo económico e deve ser considerada como um veículo de penetração económica e comercial, podendo ser igualmente um instrumento usado para vender um grande número de serviços e produtos e ser o núcleo para a criação de uma imagem de marca do país.

PIB preços constantes (%) Taxas de Crescimento Anuais

Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Angola	3,01	3,14	14,53	3,31	11,18	20,61	20,74	22,59	13,82	2,41	3,41	3,92	6,83
Brasil	4,31	1,31	2,66	1,15	5,71	3,16	3,96	6,09	5,17	-0,33	7,53	2,73	1,47
CVerde	7,27	6,14	5,28	4,68	4,28	6,52	10,14	8,65	6,20	3,71	5,21	5,05	4,29
Guiné- Bissau	7,51	1,97	-1,35	0,39	2,84	4,30	2,14	3,20	3,22	3,00	3,47	5,34	-2,81
Moçamb	1,53	12,25	9,23	6,49	7,88	8,39	8,68	7,28	6,83	6,33	7,09	7,32	7,50
Portugal	3,92	1,98	0,76	-0,91	1,56	0,78	1,45	2,37	-0,01	-2,91	1,40	-1,67	-3,01
S. Tomé Príncipe	0,45	3,06	1,99	6,74	4,55	1,63	12,64	2,00	9,08	4,02	4,51	4,94	4,50
Timor- Leste	n.a.	20,97	2,13	-0,10	4,38	6,51	-3,16	11,67	14,65	12,80	9,47	10,60	10,00

International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2012



- Os Governos de Portugal têm incorporado nos seus programas de governo a necessidade de preservar a língua portuguesa e de estimular o seu uso internacionalmente;
- Papel das Universidades dos países lusófonos na resposta aos desafios actuais, num contexto de globalização das linguagens da comunicação e da informação, decorrente das novas tecnologias;
- Na XXV Conferência Geral da UNESCO, a língua portuguesa passou a ser reconhecida como “uma língua que pertence a civilizações e culturas múltiplas”; “uma língua de comunicação internacional, cuja importância no mundo é crescente” (UNESCO, Paris, 1989)
- «(...) uma língua como o português, que combina a sua raridade em escolas e universidades com uma importante posição enquanto língua universal e procura mundial no mercado de trabalho, é vista como uma grande vantagem por muito empregadores.» (Universidade de Cambridge)
- «Os orientais são pragmáticos, e o português é agora uma língua de negócios.» [António Vasconcelos *cit. em* LÓPEZ (2005)].

Poder da Língua Portuguesa enquanto Língua de Trabalho



- **Portugal e Países Lusófonos – individualmente, através da CPLP ou do IILP;**
- **União Europeia;**
- **Outras Organizações Internacionais, mormente com Estados-Membros Lusófonos;**
- **Macau, plataforma de negócios com a China**
- **Diáspora.**

Mas também ao nível:

- **Das Universidades e das empresas;**
- **Trocas comerciais (produtos da saúde);**
- **Mercado das Línguas;**
- **Investigação científica e tecnologias da informação.**

Cronologia do Acordo Ortográfico de Língua Portuguesa

- **1990** - Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa assinado a 16 de Dezembro.
- **1996** - Ratificação do Acordo Ortográfico de 1990 por Portugal, Brasil e Cabo Verde
- **1998** - Celebração do Primeiro Protocolo Modificativo do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, que elimina as datas para a elaboração do vocabulário comum da língua portuguesa e para a entrada em vigor do Acordo Ortográfico de 1990
- **2004** - Celebração do Segundo Protocolo Modificativo do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, que autoriza a adesão de Timor-Leste. Basta a ratificação por apenas três países para que o Acordo Ortográfico de 1990 entre em vigor
- **2006** - Ratificação pelo Brasil, Cabo Verde e São Tomé e Príncipe
- **2008** - Ratificação do Segundo Protocolo Modificativo pelo Parlamento português. Ratificação pelo Presidente da República.
- **2009** - Entrada em vigor do Acordo Ortográfico de 1990 a 13 de Maio
- **2010** - Guiné-Bissau ratifica o Acordo Ortográfico.
- **2012** – Em Junho, Moçambique ratifica o Acordo. Só falta Angola.

O Acordo é menos uma questão linguística, mais uma questão geopolítica e económica.



- **O português é uma “Língua Universal” (falada em vários continentes).**
- **O português afirma-se em ambiente de trabalho: em organizações internacionais, em transacções comerciais ordinárias, em reuniões internacionais bilaterais, em acordos de investimento directo estrangeiro, em contractos empresariais, no âmbito do turismo e do intercâmbio científico-tecnológico, nas relações interpessoais quotidianas.**

- **O Estado pode auxiliar na promoção do português interna e internacionalmente. Mas um tal esforço precisa encontrar eco junto da sociedade civil;**
- **No mercado de trabalho, as línguas são preferencialmente escolhidas em função da sua utilidade. O pragmatismo dos agentes económicos não se comove com proteccionismos ou discursos emocionais a favor de um certo idioma;**
- **Os consumidores preferem comunicar com quem fale ou escreva na sua língua.**

Impacto Económico da Língua Portuguesa



Muito obrigada.



ACADEMIA DAS CIÊNCIAS DE LISBOA