

Uma Abordagem Ecléctica ao Valor da Língua: O Uso Global do Português

José Paulo Esperança*

jose.esperanca@iscte.pt

Resumo

Apesar de ter um valor significativo, a língua é um activo intangível cuja medição permanece difícil e imprecisa. O efeito da globalização e da aprendizagem ao longo da vida conduz a um desenvolvimento assimétrico com um conjunto reduzido de idiomas em expansão.

A língua Portuguesa tem um número crescente de utilizadores, sobretudo como segunda língua, sendo mesmo de aprendizagem obrigatória em diversos países. Para a sua avaliação, baseamo-nos numa abordagem ecléctica que inclui a perspectiva das externalidades de rede, do peso na actividade económica (em % do PIB) e da notoriedade das pessoas e marcas do espaço lusófono. Este estudo assenta num questionário dirigido a estudantes de Português no mundo, na recolha de elementos estatísticos e na medição do peso da língua nas actividades económicas que integram o PIB nacional.

Abstract

Although it enjoys a significant value, language is a hard to measure intangible asset. Globalization and life long learning lead to an asymmetrical development, with only a few expanding languages.

The Portuguese language has a rising number of users, especially as a second language, having become required in the school curricula of several countries. To contribute to its valuation, we use an eclectic approach, including the network externalities approach, the weighted share of GDP and the recognition of people and brands from the Portuguese speaking world. This study is based on a questionnaire mailed to Portuguese language students throughout the world, the collection of statistical data and the measurement of the language allocated value of economic activities that make up the Portuguese GDP.

*Esta é uma versão preliminar baseada num estudo sobre a língua Portuguesa concebido e financiado pelo Instituto Camões. O IC organizou também a distribuição e recolha do questionário aos seus muitos estudantes em todo o mundo. A equipa de investigação inclui António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado e Mohammed Azzim Gulamhussen. Agradecemos o apoio à recolha de dados de Andrea Freitas, Helena Torres, Sérgio Estevinha e Jorge Horta Ferreira. Por último, este estudo não teria sido possível sem a orientação da Presidente do Instituto, Simonetta Luz Afonso, que primeiro propôs este tema, e do Presidente do SCTE, Luís Reto, que lidera a equipa de investigação.

I – Introdução

A análise económica da língua tem vindo a atrair uma atenção crescente, devida sobretudo ao papel que esta desempenha nos fluxos globais de ideias, pessoas, capitais e mercadorias. As implicações sociais são óbvias e muitos Governos definem políticas que promovem determinadas línguas, interna e externamente, e providenciam aconselhamento e suporte à aprendizagem de outras, encaradas como conhecimento valioso tanto para os cidadãos como para o país. Karim (1995) afirma que os governos reconheceram há muito o impacto das línguas nas trocas internacionais e no comércio, embora outros benefícios intangíveis devam também ser tomados em consideração. Uma evidência é dada pelo número de estudantes de língua francesa, cujo peso relativo está bem acima do nível que deveria ter com base em considerações puramente económicas.

A preocupação com as implicações da língua não se confina ao nível social ou estatal. Krishna (2005) analisa os desafios enfrentados pelos planeadores empresariais no tocante à gestão da língua como activo empresarial, devido à evolução da economia do conhecimento, à globalização dos negócios e à diversidade crescente da força de trabalho. As empresas multinacionais, em particular, requerem e frequentemente patrocinam competências linguísticas diversificadas entre os seus empregados.

Estudos iniciais sobre a economia das línguas concentraram-se nas características intrínsecas e no seu impacto sobre futuras expansões ou declínios. Grin (1990) cita Marshak (1965), que sugere que as línguas mais eficientes, com capacidade para transmitir determinados volumes de informação em menores períodos de tempo, teriam maiores possibilidades de sobrevivência. No entanto, Grin observa que não existe qualquer evidência empírica que confirme esta previsão.

A abordagem funcionalista levou a que se perspectivasse a aprendizagem de uma segunda (ou *nésima*) língua enquanto forma de investimento em capital humano, cujos custos imediatos induzem benefícios que se disseminam ao longo do tempo (Karim, 1995). O retorno deste investimento pode encontrar uma medida objectiva quando se comparam indivíduos cujas restantes competências são similares, com e sem uma dada competência linguística.

Uma explicação potencialmente poderosa para o interesse em segundas línguas específicas respeita à abordagem das externalidades de rede. As línguas são um bem público cujo valor aumenta o seu uso por um número maior de pessoas. Assim sendo, beneficiam das propriedades de massa crítica que são típicas das redes de telecomunicações – a maior parte dos clientes prefere aderir a uma rede com um grande número de utilizadores visto que, no interior da rede, as comunicações tendem a ser mais fáceis e baratas.

Estudos empíricos forneceram abundante evidência do efeito de rede que atrai consumidores para os grandes operadores. Por exemplo, Doganoglu e Grzybowski (2006) observaram que a rápida adesão a operadores dominantes não poderia ser explicada somente por factores relacionados com o preço. Outros efeitos de rede, tais como a qualidade do sinal, entram também em consideração.

A pertença a um dado grupo social realça o efeito de rede, acelerando a adesão através de um processo que é descrito como “efeito de onda”. Becker (1991) estuda o impacto económico das interacções sociais, um campo em expansão no seio da literatura económica.

Contudo, a quantidade deste tipo de literatura subordinada ao papel das interacções sociais e dos efeitos de rede não se traduziu em investigação empírica significativa. Falta-nos a capacidade para medir o impacto económico de uma língua, prever a sua evolução e avaliar as políticas de engenharia social que influem nas escolhas individuais de investimento em aprendizagem de línguas. Neste estudo, procurámos apreender os objectivos individuais e as motivações expressas por estudantes de Português das mais diversas origens. O questionário, que obteve cerca de 2,500 respostas, indaga quais os objectivos profissionais e pessoais, colocando também à prova os reflexos da aprendizagem na identificação de marcas e celebridades oriundas de países de língua oficial Portuguesa. Além disso, utilizámos uma metodologia desenvolvida por Martin Municio (2003) para identificar o valor da língua enquanto percentagem do PIB Português. Os resultados que constam neste estudo estão ainda sujeitos a revisão para consistência da amostra mas não devem divergir significativamente do resultado final.

Este artigo organiza-se conforme se segue. A secção II aborda a presença da língua Portuguesa no mundo, analisando o número de falantes nativos e os possíveis motivos para a sua aprendizagem. A secção III fornece algumas pistas acerca dos seus efeitos de rede, incluindo-se neste contexto o impacto económico no comércio e nas migrações. A secção IV mede o valor da língua enquanto percentagem do PIB Português. A secção V apresenta alguns resultados do questionário relativamente à identificação de marcas e pessoas. Finalmente, a secção VI resume as principais conclusões e sugere alguns pontos para futura pesquisa e possíveis desenvolvimentos deste estudo.

II – O Português no mundo

A expansão marítima dos séculos XV e XVI levou a que uma língua inicialmente falada por menos de um milhão de pessoas se estendesse por vários continentes, com particular incidência na América do Sul, África e Ásia. Além de Portugal, O Português tornou-se a língua oficial de Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor, conforme se retrata na tabela 1:

Tabela 1 – Falantes nativos de Português no mundo (milhões)

Países de língua Portuguesa	População (milhões)	Ranking mundial
Brasil	191.6	5
Moçambique	21.4	49
Angola	17.0	56
Portugal	10.6	74
Guiné-Bissau	1.7	145
Timor Leste	1.1	151
Cabo Verde	0.5	161
São Tomé e Príncipe	0.2	182
Total		244
Percentagem da população mundial		3.7%

Fonte: Banco Mundial, 2006

Alguns falantes nativos permanecem ainda noutros pequenos territórios, tais como Goa (Índia) e Macau (China), para além dos emigrantes portugueses que se encontram um pouco por todo o mundo, estimados aproximadamente em cinco milhões de pessoas.

Os linguistas (Calvet, 2002) classificam o Português como língua super central, logo no segundo nível de importância, após o Inglês e num nível equivalente ao Francês, Espanhol e outras.

A língua Portuguesa inspirou também uma comunidade – Comunidade dos Países de Língua Portuguesa –, que reúne todos os países falantes de Português. Esta associação é semelhante à Commonwealth (países falantes de Inglês), La Francophonie (países falantes de Francês), ou à Liga de Estados Árabes (Karim, 1995).

O Português tornou-se também uma língua proeminente nos mega meios de comunicação emergentes proporcionados pela Internet. Através das Estatísticas Mundiais de Internet (2008), verificamos que o Português se encontra na 8ª posição e com tendência a subir, na medida em que beneficia de uma das mais elevadas taxas de crescimento:

Tabela 2 – Utilizadores de Internet e total de falantes, por língua (milhões)

10 principais línguas	% do total de utilizadores de Internet	Utilizadores de Internet (milhões)	Acesso à Internet	Crescimento da Internet (2000- 2008)	Utilizadores da língua 2008 (milhões)
Inglês	30.4%	427	21.0%	201.1%	2.039
Chinês	16.6%	233	17.1%	622.0%	1.365
Espanhol	8.7%	122	27.1%	395.7%	452
Japonês	6.7%	94	73.8%	99.7%	127
Francês	4.8%	67	16.4%	451.8%	410
Alemão	4.5%	64	66.0%	129.6%	96
Árabe	4.2%	60	16.7%	2062.2%	357
Português	4.1%	58	24.3%	668.0%	240
Coreano	2.5%	34	47.9%	82.9%	73
Italiano	2.4%	34	57.9%	155.4%	58
TOP 10	84.8%	1.194	22.9%	263.6%	5.218
Outras	15.2%	213	14.6%	556.7%	1.458
Total mundial	100.0%	1.408	21.1%	290.0%	6.676

III – Efeito de rede

Considerando o efeito de rede, quanto maior for o número de falantes nativos e utilizadores secundários, maior será a recompensa por aprender determinada língua. Além disso, a riqueza cumulativa dos seus utilizadores também é importante para reforçar o efeito de rede. A explosão recente do interesse pelo Mandarim, uma língua muito difícil para utilizadores não nativos, está seguramente relacionada com o contínuo crescimento de dois dígitos da economia Chinesa no decorrer das duas últimas décadas. Grin (2001, p. 68) sugere que “a posição relativa de uma língua, *ceteris paribus*, se correlaciona positivamente com o poder de compra agregado dos seus falantes”.

É interessante, portanto, comparar a dimensão e a riqueza relativas da comunidade de falantes nativos de Português. Para isso adicionámos a população dos Estados membros da CPLP e os emigrantes Portugueses de primeira geração. Assumimos que a sua riqueza individual iguala a média do rendimento *per capita* nos países de acolhimento. Esta medição poderá subestimar ligeiramente a dimensão e a riqueza dos falantes de Português que vivem noutros países, uma vez que alguns cidadãos de outros membros da CPLP também migraram para países não falantes de Português – o Brasil e Cabo Verde, por exemplo, têm um número significativo de emigrantes. A tabela 3 apresenta o contingente de falantes nativos de Português na população e riqueza mundiais:

Tabela 3 – Contingente de falantes nativos de Português

	Total (milhões €)	% dos valores mundiais
População da CPLP	244,049	3.7%
Emigrantes Portugueses	4,442	0.1%
Total	248,491	3,8%
PIB CPLP	1,090,549	2.9%
PIB dos Emigrantes Portugueses	107,997	0.3%
Total	1,198,546	3.2%

Banco Mundial, 2006

A riqueza média dos falantes de Português (3.2%) é ligeiramente inferior à média mundial, pois eles correspondem a 3.8% do total da população mundial.

Imigração

O efeito de rede tem um impacto significativo na migração e na integração dos migrantes. O migrante tem custos de adaptação mais reduzidos num país anfitrião cuja língua partilhe, e os empregadores, por seu turno, deparam-se com menos barreiras de comunicação.

Recentemente, Portugal atraiu um elevado número de imigrantes. De facto, a população residente aumentou, pese embora o declínio da taxa de natalidade. A tabela seguinte apresenta os diferentes contingentes de imigrantes em Portugal:

Tabela 4 – Imigração em Portugal, por país de origem

País de origem	Imigrantes (milhares)	%
Cabo Verde	65	16%
Brasil	65	16%
Angola	33	8%
Guiné-Bissau	25	6%
Reino Unido	20	5%
Espanha	17	4%
São Tomé e Príncipe	11	3%
EUA e Canadá	10	2%
China	10	2%
Moçambique	6	1%
Outros da América Latina	72	18%
Outros de África	10	2%
Outros	65	16%
Total	409	100%
Total de países da CPLP	205	50%

Cerca de 50% dos imigrantes em Portugal são oriundos de outros países da CPLP. Este dado contrasta com um volume de comércio externo muito menor, visto que a Europa representa aproximadamente 70% do total nessa matéria. O segundo grupo mais numeroso é composto por cidadãos de língua Espanhola oriundos de países latino-americanos, cuja dificuldade para aprender e utilizar fluentemente a língua do país de acolhimento é mínima. Analisando o comportamento dos imigrantes que rumam aos Estados Unidos da América, Lazear (1999) observa que o valor da assimilação é maior para um indivíduo de uma pequena minoria do que para outro de um grande grupo minoritário.

Quando uma sociedade tem uma maioria muito alargada de indivíduos cuja cultura é idêntica, os indivíduos de grupos minoritários serão assimilados mais rapidamente. Deste ponto de vista, Portugal deverá ter menos dificuldade com a assimilação, pois os imigrantes de línguas muito diferentes não constituem grandes comunidades. Efectivamente, existem múltiplas evidências de aprendizagem extremamente rápida por parte de imigrantes adultos provenientes de diversos países Eslavos, e de forma ainda mais significativa pelas suas crianças em idade escolar.

Migração externa

Um elevado número de cidadãos nascidos em Portugal reside noutros países, nomeadamente na Europa e na América do Norte, conforme se encontra retratado na tabela 5:

Tabela 5 – Migração externa de Portugal, por país de acolhimento

Ranking mundial	Principais países de acolhimento	Número (milhares)	Pop. (milhões)	% de Portugueses	PIB (milhões €)	Quota dos migrantes (milhões €)
1	EUA	973	302	0.3%	9,395,759	30.319
3	Alemanha	130	82	0.6%	2,243,108	3.536
5	Reino Unido	350	61	0.6%	1,855,726	10.642
6	França	950	62	1.5%	1,743,125	26.824
8	Espanha	108	45	0.2%	972,302	2.340
9	Canadá	594	33	1.8%	902,334	16.265
15	Austrália	57	21	0.3%	559,013	1.523
22	Suíça	166	8	2.2%	282,676	6.247
28	África do Sul	274	48	0.6%	188,838	1.088
34	Venezuela	590	27	2.1%	155,157	3.333
63	Luxemburgo	85	0.5	17.7%	32,615	5.776
	Ásia	163	1520	0.01%	978,675	105
	Total	4440	2209		4071,61	107.998
	Quota do PIB mundial					0.3%

Esta foi uma primeira vaga de migração, claramente menos influenciada pelos factores linguísticos. As principais motivações para a migração foram neste caso a geografia e as oportunidades económicas.

Benefícios para o utilizador

O nosso questionário tem uma secção específica sobre os principais interesses dos estudantes da língua Portuguesa. As tabelas seguintes resumem esses interesses, confirmando que o trabalho e as relações sociais constam no topo da lista.

Confirmamos também que a natureza super central do Português poderá estar em jogo nas motivações de muitos respondentes, na medida em que estes consideram as línguas estrangeiras como um valioso tipo de capital humano.

Tabela 6 – Motivações para aprender Português

Motivos para aprender Português:	(%)
Para aprender outras línguas (importante para o futuro)	60.9
Para aprender mais sobre a cultura Portuguesa	39.1
Para adquirir mais cultura	32.9
Para encontrar ou progredir no meu emprego	29.1
É a língua oficial do meu país	25.3
Para comunicar com amigos	23.6
Para estudar num país de língua Portuguesa	23.2
É a língua oficial em muitos países	22.2
A língua está em crescimento	18.1
Para comunicar com a minha família	14.2
É a língua oficial em muitas organizações internacionais	8.2
É a língua dos meus pais/avós	7.9
Para fazer negócios	7.3

Uma questão mais específica acerca dos contextos de uso (actuais e futuros) revela resultados semelhantes:

Tabela 6 – Usos actuais e futuros da língua Portuguesa

Situações nas quais falo Português:	(%)
Para conversar com amigos / colegas	55.4
Para viajar	48.1
Em casa	34.4
No meu emprego	30.8
No futuro penso falar Português para:	(%)
Para viajar	77.6
No meu emprego	60.6
Lazer	43.2
Estudar	39.7
Eventos internacionais	25.3

Valor no Mercado de trabalho

Diversos estudos produziram uma medição concreta do benefício de aprender uma língua estrangeira, baseando-se no diferencial de rendimento para pessoas com capacidade de falar determinada língua. Estes estudos beneficiaram da disponibilidade de dados censitários. Rendon (2007) estudou o diferencial de riqueza para residentes na Catalunha com capacidade de falar Catalão. Este estudo tirou proveito de um cenário favorável – a mudança de regulamentação que requereu o Catalão para o exercício de numerosos empregos e a disponibilidade de dados. O autor demonstrou que as pessoas que dominavam o Catalão falado e escrito tinham uma probabilidade 3 a 5% superior de encontrar emprego. Grin (2001) analisou os cidadãos suíços com a capacidade distintiva de falar Inglês. Num contexto multilingue, com várias línguas oficiais, verificou-se que o conhecimento de Inglês aumentava o rendimento médio de 12 a 30%. Esta abordagem é objectiva mas desperta algumas interrogações metodológicas. Ambos os exemplos fornecem evidência clara de que o conhecimento de línguas se encontra correlacionado com a probabilidade mais elevada de arranjar emprego ou com o salário médio.

Todavia, não é de descurar a existência de outros factores relevantes, uma vez que os falantes de Catalão poderão desfrutar de melhores contactos que lhes elevem a probabilidade de arranjar emprego. De um modo geral, as pessoas que falam várias línguas poderão também ser melhor educadas, reunindo assim competências facilitadoras no processo de selecção para empregos atractivos.

IV – Valor como percentagem do PIB

Não há dúvida de que a língua desempenhou um papel fundamental no aumento de produtividade da sociedade como um todo. A divisão do trabalho é possível devido às competências de comunicação desenvolvidas pela humanidade. Uma cultura e língua comuns são facilitadores do comércio (Lazear, 1999), enquanto os indivíduos que apenas conhecem línguas diferentes enfrentam fortes barreiras tanto para comerciar como para interagir no seio de uma empresa.

A importância da comunicação e da compreensão é muito elevada em algumas actividades, tais como o ensino ou a rádio, enquanto noutras, como a extracção de minério ou a indústria transformadora, desempenha um papel menor. Esta lógica pode conduzir à avaliação da língua como percentagem do PIB para um dado país. Martin Municio (2003) liderou uma equipa que desenvolveu um estudo completo sobre “O Valor Económico da Língua Espanhola”. Tratou-se de uma análise muito detalhada de todas as actividades económicas levadas a cabo em Espanha, estimando um coeficiente do valor da língua para cada uma delas.

Neste método, necessitamos de identificar primeiro aquelas actividades ou produtos nos quais a língua é um componente-chave. Aqui se incluem actividades tão tradicionais como a imprensa, a rádio, a televisão, ou as telecomunicações, bem como as actividades de suporte que as tornam possíveis. Pesquisa e desenvolvimento de telecomunicações, comutadores de redes de telecomunicação, edição, tradução, processamento de dados, e outras actividades que contribuem para a informação escrita ou radiodifundida, são alguns exemplos disto. Depois, Martin Municio considera aquelas actividades que se encontram estreitamente ligadas como fornecedoras de produtos, tais como a indústria do papel ou o fabrico de rádios e televisores. No extremo oposto surgem actividades que têm um conteúdo de língua muito mais baixo, tais como a extracção de minério ou a agricultura. O estudo confere muitíssima atenção ao detalhe. Um bom exemplo é a distinção entre publicidade baseada em cartazes ao ar livre (baixo conteúdo de língua) e textos de jornal (alto conteúdo).

Os coeficientes distribuem-se desde altos níveis, tais como Impressão (91%), Correio e Telecomunicações (95%) e Educação (82%), a níveis médios, como Recreio, Cultura e Desporto (40 %) e Administração Pública (25%), e a baixos níveis de conteúdo de língua, como a Agricultura (0.6%), Electricidade e Gás (0.04%), ou a remoção de resíduos sólidos (0.07%). Estes coeficientes foram multiplicados pelo valor de cada actividade, obtendo-se um total que foi dividido pelo PIB Espanhol e resultou numa percentagem de aproximadamente 15 %.

Replicámos este estudo para a economia Portuguesa, beneficiando do facto de as Contas Nacionais dos dois países seguirem a *Nomenclature des Activités Économiques, NACE*, definida pela União Europeia em 1986. A Espanhola *Classificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE93)* e a Portuguesa *Classificação das Actividades Económicas* são idênticas. Subsistiram pequenas diferenças pois o nível de especificação em Espanha é maior,

com um total de 70 actividades *versus* somente 60 em Portugal. Porém, esperamos que a adopção dos coeficientes utilizados por Martin Muncio (2003) possibilite uma estimação razoável do valor da língua Portuguesa, em estrita conformidade com a referida metodologia. Além do mais, beneficiamos de uma uniformidade maior, visto que Portugal tem uma só língua. Em Espanha mede-se o valor das línguas Espanholas em vez de se medir o valor do Espanhol ou Castelhana. A tabela seguinte apresenta o valor agregado da língua Portuguesa, de acordo com esta metodologia:

Tabela 7 – Valor da língua como % do PIB Português

	Coeficiente da língua	PIB	PIB _L
Agricultura, florestas e pescas	0,544%	3729	20
Electricidade	0,063%	3816	2
Manufacturing	8,699%	21584	1878
Construção Civil	0,078%	8884	7
Market services	14,931%	55011	8214
Outros serviços	29,297%	46673	13674
Total		139697	23795
PIB _L		23.794,7	
PIB _L /PIB		17,033%	
Impostos _L		3.917,2	
PIB _L		27.711,9	
PIB _L /PIB		17,010%	

Fonte: PIB por sector de actividade foi obtido com dados do INE (Instituto Nacional Estatística)

O valor da língua Portuguesa é de aproximadamente 17% do PIB, mais elevado que o valor apurado em Espanha e reflectindo, assim, a estrutura ligeiramente diferente da economia Portuguesa, na qual o peso relativo das actividades com maior conteúdo de língua é superior.

V – Falantes de Português conhecidos

O interesse por uma língua estrangeira é simultaneamente causa e consequência do interesse por escritores locais, artistas, desportistas e marcas. No nosso questionário solicitámos aos respondentes que nomeassem livremente celebridades e marcas de língua Portuguesa. A tabela seguinte oferece-nos uma lista das respostas espontâneas obtidas:

Tabela 8 – Referências a falantes de Português conhecidos

	TOP 10	(%)
1	Lula da Silva	19,9%
2	Ronaldinho Gaúcho	19,4%
3	Figo	19,2%
4	Ronaldo	18,3%
5	Cristiano Ronaldo	18,0%
6	José Saramago	17,1%
7	Fernando Pessoa	16,0%
8	Camões	14,9%
9	Cesária Évora	13,0%
10	Mia Couto	13,0%

As personalidades mencionadas são maioritariamente Portuguesas e Brasileiras. No entanto, é muito interessante observar a emergência de uma vibrante comunidade artística e literária nos mais jovens países falantes de Português, pelo que não surpreende que algumas personalidades de Angola, Cabo Verde e Moçambique hajam sido também mencionadas. Todos os nomes *em itálico* se referem a “trabalhadores da língua”, pessoas que se tornaram muito conhecidas por serem escritores, cantores ou políticos. O grupo seguinte é composto por estrelas do desporto, principalmente do futebol.

Também questionámos os estudantes de Português sobre o seu conhecimento de marcas do mundo que fala Português. Os resultados foram mais pobres, demonstrando provavelmente que muitos dos respondentes residem em regiões para além do alcance destas empresas:

Tabela 9 – Reconhecimento de marcas

Marcas / Empresas	(%)
1º Pingo Doce	3,3%
2º Sagres	3,2%
3º TMN	2,8%
4º Havaianas	1,9%
5º SIC	1,8%
6º Antárctica	1,7%
7º SONAE	1,6%
8º TAP	1,6%
9º Portugal Telecom	1,5%
10º Gringo	1,5%

Uma etapa posterior da análise do questionário permitirá a compreensão de diferenças regionais, tanto no reconhecimento de pessoas como de marcas. Importa sublinhar que nem todas as firmas Portuguesas ou Brasileiras utilizam os seus nomes de marca no estrangeiro. Um exemplo interessante é o caso Jerónimo Martins, que denomina a sua subsidiária na Polónia, o maior retalhista local, como Biedronka, a palavra polaca para “joaninha”.

VI – Sumário e Conclusões

A língua é um bem público cujo uso por uma pessoa reforça o valor do utilizador seguinte. Medir o valor de uma língua é ilusório, mas há passos que podem ser dados em direcção a uma avaliação mais precisa. Desde logo, existem algumas actividades que podem denominar-se indústrias da língua. Estas beneficiam dos mais vastos efeitos de rede e incluem a literatura, o cinema, a imprensa e a educação, para além do próprio ensino da língua, entre outras.

As línguas com um grande número de utilizadores nativos e não nativos fornecem um mercado maior para os bens culturais do que as que são entendidas por menor número de pessoas. Depois surgem outras actividades com um elevado conteúdo de língua. O crescimento do sector dos serviços induz um maior conteúdo de língua para a economia no seu todo. Embora alguns serviços, tais como a limpeza, tenham um reduzido conteúdo de língua, a maior parte faz um uso mais intensivo da língua do que a indústria ou a agricultura e a extracção de minério. Estas actividades podem ser executadas por praticamente qualquer trabalhador, independentemente das suas competências linguísticas, ao passo que muitos serviços, inclusive funções básicas como as executadas por centros de chamadas, requerem um bom conhecimento da língua do cliente.

Uma língua é também um facilitador e um beneficiário da riqueza dos seus falantes. O Português desfrutou de uma atractividade muito recente como segunda língua devido à procura crescente das produções Angolana e Brasileira. Encontrámos evidência de que os fluxos de pessoas e o comércio são significativamente influenciados pela língua. A medição do conteúdo de língua da economia Portuguesa forneceu um valor significativo, reflectindo a elevada penetração das actividades de serviços. Finalmente, observámos que o interesse por uma língua estrangeira se correlaciona com o conhecimento de personalidades influentes, destacando-se neste domínio a grande visibilidade dos “trabalhadores da língua”, tais como escritores e cantores.

Neste estudo ensaiámos uma abordagem eclética ao valor da língua, com contributos de diferentes teorias. Parte da análise é preliminar, carecendo de posterior e mais robusta observação e teste. Um exemplo possível é o impacto da língua no comércio e investimento directo estrangeiro (IDE). Esperamos que uma comparação sistemática possa demonstrar que o comércio e IDE são mais intensos entre países de língua Portuguesa. Na mesma lógica,

quanto maiores forem as diferenças linguísticas, menos trocas e investimentos deverão ocorrer. Uma vez mais, o “evitar da distância linguística” deverá ser mais significativo nas indústrias intensivas da língua. O comércio de matérias-primas e produtos agrícolas, por exemplo, deverá ser menos sensível do que o comércio de bens ou serviços com um elevado conteúdo de língua. Na verdade, um exercício deveras interessante seria o teste do impacto dos coeficientes da língua, tal como é definido por Martin Municio (2003).

Porém, um verdadeiro avanço na aprendizagem do valor da língua requereria um estudo comparativo incluindo diferentes línguas, locais e globais, ou hiper centrais, super centrais, centrais e locais, na classificação de Calvet (2002). Os benefícios de tal estudo seriam duplos – progresso académico na avaliação de um bem intangível com fortes externalidades de rede, e identificação de políticas eficientes pelos membros de uma dada zona linguística.

Bibliografia

BECKER, G. (1991) “A Note on Restaurant Pricing and Other Examples of Social Influence on Price”, *Journal of Political Economy*, 99 (5), pp. 116-31.

CALVET, Louis-Jean (2002), *Linguistique et colonialisme*, Petite Bibliothèque Payot, Paris.

CALVET, Louis-Jean (2002), *Le marché aux langues. Les effets linguistiques de la mondialisation*, Plon, 2002.

DALMAZZONE Silvana, (2000) “Economic of Language: a network externalities approach” in BRETON, Albert, *New Canadian perspectives*, University of Toronto.

DELGADO, José Luís Garcia (2007), *El Valor Económico del Español – Una Introducción*, Fundación Telefónica, Barcelona.

DOGANOGLU, T. and L. Grzybowski (2006) “Estimating Network Effects in Mobile Telephony in Germany”, *Information Economics and Policy*, doi:/10.1016/j.infoecopol.2006.11.001.

GALITO, Maria de Sousa (2006), *Impacto Económico da Língua Portuguesa Enquanto Língua de Trabalho, Tese de Doutoramento*, Centro de Investigação e Análise em Relações Internacionais, Instituto de Estudos Políticos, Universidade Católica Portuguesa.

GRIN, François (2001), "English as economic value: facts and fallacies" in *World Englishes*. Vol. 20, n. 1.

KARIM H. Karim (1995), "Economic Dimension of Minority and Foreign Language Use: An International Overview" in *Languages and the Economy: Canada in an International Perspective*.

KRISHNA, S, Dhir (2005), "The value of language: concept, perspectives, and policies", *Corporate Communications an International Journal*, Vol. 10, nº4, pp 358-82.

LAZEAR, Edward P. (1999), "Culture and Language", *Journal of Political Economy*, Vol. 107, nº. 56.

MARTIN MUNICIO, Ángel (2003), *El Valor Económico de la Lengua*, Fundacion Santander Central Hispano, Madrid.

RENDON, S. (2007), "The Catalan premium: language and employment in Catalonia", *Journal of Population Economics*, n. 20, pp. 666-86.