

COMUNICAÇÃO VERBAL: UM FATOR ESSENCIAL NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Sandra Ribeiro

sandra.chillout@gmail.com

OBSERVARE, Observatório de Relações Exteriores, Universidade Autónoma de Lisboa (Portugal)

Maria João Ferro

mjoaofv@gmail.com

Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa (CLUNL)
Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL, Portugal)

Resumo

O estabelecimento de uma relação comercial é uma ação complexa, influenciada por diferentes variáveis. Quando abordamos o contexto internacional a complexidade é ainda maior, cabendo à comunicação entre os atores comerciais um papel crucial. Nesse sentido, a promoção de uma comunicação verbal efetiva e sem entraves entre os parceiros internacionais é crucial para o sucesso de qualquer transação.

É neste âmbito que a economia da língua ganha relevância, permitindo a inclusão da língua falada pelos parceiros comerciais como um dos fatores explicativos do comércio internacional, surgindo nos modelos gravitacionais explicativos dos fluxos de comércio entre países como um elemento facilitador das trocas comerciais ou, pelo contrário, como um entrave na relação comercial.

Os estudos na área da economia da língua revelam que as relações económicas são fortemente influenciadas pela língua, mas as escolhas linguísticas podem ser também influenciadas por fatores económicos, razão pela qual esta é uma relação bilateral. O estudo que aqui apresentamos incide sobre a forma como a comunicação verbal (medida pela proximidade linguística, ou seja, um maior ou menor grau de semelhança entre a língua falada por dois parceiros comerciais) influencia as relações comerciais estabelecidas num contexto internacional.

Neste estudo, concluímos que, com os dados relativos ao volume de exportações portuguesas para 2015, a facilidade de comunicação verbal com o parceiro comercial tem uma influência positiva no aumento das trocas comerciais – em termos empíricos, esta conclusão é corroborada pelo facto de Espanha ser o principal parceiro comercial de Portugal.

Concluimos que o fator língua não está a ser bem aproveitado pelo Estado português, na medida em que a proximidade linguística poderia servir para uma maior promoção das exportações portuguesas, nomeadamente com os países que compõem a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) e com os que integram o Mercado Comum do Sul (Mercosul).

Palavras chave

Comércio Internacional; Comunicação Verbal; Economia Internacional; Modelo Gravitacional; Multilinguismo.

Como citar este artigo

Ribeiro, Sandra; Ferro, Maria João (2020). "Comunicação verbal: um fator essencial no comércio internacional". *JANUS.NET e-journal of International Relations*, Vol. 11, N.º 1, Maio-Outubro 2020. Consultado [em linha] em data da última consulta, <https://doi.org/10.26619/1647-7251.11.1.3>

Artigo recebido em 13 de Agosto de 2019 e aceite para publicação a 30 de Março de 2020





COMUNICAÇÃO VERBAL: UM FATOR ESSENCIAL NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Sandra Ribeiro
Maria João Ferro

1. Introdução

O homem não consegue organizar-se em sociedade se não tiver um sistema que lhe permita comunicar com o outro. Apesar de a comunicação não ser exclusiva dos seres humanos, na medida em que existem animais que dispõem igualmente de sistemas estruturados que permitem a comunicação entre os membros de uma espécie, a linguagem humana distingue-se pelo seu enorme potencial criativo – com um número limitado de signos linguísticos, o ser humano é capaz de produzir um número ilimitado de expressões. A comunicação não depende, porém, apenas da linguagem verbal, na medida em que a comunicação não verbal desempenha um papel fundamental para o sucesso da interação humana – os gestos, as expressões faciais, o silêncio, todos estes elementos contribuem para o estabelecimento de relações interpessoais.

É nesta linha que se insere o desenvolvimento das relações comerciais bilaterais: sem a existência de um sistema estruturado e partilhado, as relações interpessoais, inter-grupos e interorganizações não são possíveis; logo, as trocas comerciais são se não impossibilitadas, pelo menos extremamente dificultadas quando não existe uma base linguística de entendimento.

É nosso objetivo neste artigo demonstrarmos a importância da comunicação verbal no comércio internacional, consubstanciada no fator “língua”, o sistema de comunicação estruturado e partilhado que garante a inteligibilidade entre os parceiros comerciais. Começaremos, portanto, por desenvolver o tópico da economia da língua, passando depois para a análise do papel da comunicação verbal nas trocas comerciais internacionais. No ponto 4, abordaremos a comunicação como fator determinante nos modelos gravitacionais, seguindo-se a apresentação da metodologia e dos resultados. Por fim, concluímos com algumas observações e recomendações.

2. A Economia da Língua

A relação entre a língua e a ciência económica foi formalmente descrita na década de 1960 por Jacob Marschak (1965), que cunhou o termo “economics of language”, ou seja, a “economia da língua”. Na análise que propôs, o autor considerou conceitos económicos, como custo e benefício, aplicados à língua.



Os estudos na área da economia da língua revelaram já que as relações económicas são fortemente influenciadas pela língua, mas as escolhas linguísticas podem ser também influenciadas por fatores económicos, razão pela qual esta é uma relação bilateral. As três grandes áreas de investigação neste campo giram em torno dos seguintes eixos:

- migração: estudando-se, por exemplo, a influência do domínio da língua falada no país anfitrião sobre o rendimento pessoal dos imigrantes;
- investimento direto estrangeiro: analisando-se a forma como as escolhas que os investidores fazem podem ser motivadas pela língua falada no país em que decidem investir; e
- comércio internacional: examinando-se concretamente o papel determinante da língua nas relações bilaterais no contexto do comércio internacional.

Em todas estas áreas de estudos, a língua sobressai como um fator que pode constituir uma mais-valia ou, pelo contrário, uma barreira em cada setor da vida social, quer na esfera do indivíduo, quer na esfera das organizações. Considerando a imigração, por exemplo, a escolha do país para onde o imigrante pretende dirigir-se é, muitas vezes, condicionada ou, pelo menos, influenciada pelo domínio da língua falada nesse país ou pela facilidade de aprendizagem dessa língua (Adserà e Pytliková, 2015). Nesta medida, a aprendizagem da língua falada num país (ou de uma das línguas faladas no país em casos de sociedades multilingues) resulta num acréscimo real do rendimento pessoal de um imigrante. Analisando a endogeneidade entre língua e rendimento, Chiswick e Miller (1995) consideram que o "ajustamento linguístico", ou seja, o desenvolvimento da fluência na língua do país anfitrião, influencia os resultados do mercado de trabalho, concretamente os salários auferidos pelos imigrantes.

O estudo que aqui apresentamos parte do mesmo princípio de que a língua é um bem valioso, mas insere-se na última vertente acima apresentada, na medida em que analisamos de que forma a comunicação (medida pela proximidade linguística, ou seja, um maior ou menor grau de semelhança entre a língua falada por dois parceiros comerciais) influencia as relações comerciais estabelecidas num contexto internacional.

3. A comunicação verbal e as trocas comerciais internacionais

O processo de globalização, baseado essencialmente na integração económica e cultural, sentido nas últimas décadas tem vindo a provocar transformações profundas, tanto a nível cultural como económico. Este movimento foi intensificado exponencialmente pela criação e popularização de diversas tecnologias que adquiriram um papel fundamental não só para o desenvolvimento da economia mundial, mas também a nível cultural. As redes de comunicação neste mundo globalizado, cada vez mais rápidas e eficientes, permitiram a comunicação e o acesso rápido a qualquer parte do globo de forma instantânea, contribuindo, assim, para a intensificação das trocas a nível internacional. O comércio internacional representa para as economias dos países a expansão ilimitada dos mercados, tendo este processo sido acelerado exponencialmente pela facilidade crescente verificada nas comunicações.

Rahman (2014) defende que as empresas que tentam "conspirar" conseguem obter benefícios substanciais ao nível da comunicação, especialmente com a ajuda de uma



associação comercial. A linguagem verbal é essencial para a comunicação num contexto comercial, influenciando diversos aspetos na área económica, como sejam a comunicação efetiva nos negócios e no comércio internacional, as oportunidades de emprego e o turismo, entre outros. Do ponto de vista das organizações, a língua pode tornar-se igualmente uma barreira ou um incentivo. Segundo Ginsburgh e Weber (2018, p. 6), "Learning (or not learning) foreign languages results from several economic incentives. The main is obviously trade."

Entre outros aspetos relevantes, a escolha de um parceiro comercial deve considerar as possibilidades de comunicação entre ambos os parceiros. Ferro e Ribeiro (2016) apresentam cinco estratégias linguísticas que os parceiros comerciais podem utilizar no caso concreto de comunicação aquando do estabelecimento de uma relação comercial, são elas:

- ambos os parceiros podem dominar a mesma língua e, portanto, usá-la para comunicar, como é, por exemplo, o caso da comunicação realizada entre uma empresa brasileira e uma empresa portuguesa, já que o português é a língua oficial de ambos os países;
- os parceiros podem recorrer à intercompreensão, ou seja, cada um dos parceiros pode usar a sua própria língua e ser percebido pelo outro – em certa medida, esta é uma possibilidade viável quando se estabelece uma relação comercial entre Portugal e Espanha, dado que a comunicação é estreita entre falantes de português e falantes de espanhol, com a ressalva, tal como defendido por Ferro e Costa (2016), de que os falantes de português têm mais facilidade de compreender os falantes de espanhol, não só por questões culturais que influenciam a atitude dos falantes de espanhol, mas também, e muito concretamente, por razões fonéticas, que têm a ver, entre outros aspetos, com a qualidade das vogais do português;
- ambos os parceiros podem optar por uma das suas línguas, desde que o outro a domine – durante muitos anos o francês foi a principal língua estrangeira falada em Portugal; apesar de ter sido progressivamente substituída pelo inglês, ainda continua a ser uma das línguas estrangeiras mais faladas pelos portugueses (Comissão Europeia, 2012). Assim, e no caso de uma empresa portuguesa que pretenda estabelecer uma relação comercial com uma empresa francesa, existirá a possibilidade de ser estabelecida a comunicação em francês;
- na falta de uma língua comum, os parceiros podem optar por utilizar uma língua estrangeira que ambos dominem e que possivelmente será uma *lingua franca* no seu setor de atividade ou na região geográfica em que se encontram – para uma empresa portuguesa, essa língua poderá ser o inglês, a língua estrangeira mais falada e mais aprendida em Portugal atualmente (Comissão Europeia, 2012; Eurostat, 2015);
- se nenhuma das possibilidades de comunicação direta acima enumeradas for viável, será possível estabelecer a comunicação através de um mediador, que poderá ser um profissional da língua (um tradutor ou um intérprete) ou alguém que atue no mercado em causa especificamente como intermediário.

Na sequência de um estudo relativamente ao papel da língua no comércio internacional, Melitz (2008, p. 672) defende que



The underlying hypotheses about the signs of the influences of the language variables in the study are fairly intuitive, but their full importance comes out best when we focus on the possible substitution between domestic and foreign trade. Different languages are impediments to communication, therefore trade.

Para suplantar as barreiras à comunicação e, logo, ao estabelecimento de trocas comerciais bilaterais, não é só a partilha de uma língua comum que pode melhorar a comunicação entre os parceiros comerciais e atuar como facilitador dessas relações, a proximidade linguística, ou seja, o facto de duas línguas partilharem muitos traços em comum (como o português, o espanhol, o francês, o catalão e o italiano, todas línguas românicas com uma grande afinidade entre si) faz com que seja mais fácil os falantes de uma das línguas aprenderem a outra, o que terá também repercussões positivas no comércio internacional.

4. A comunicação como fator determinante nos modelos gravitacionais

Tinbergen (1962) foi pioneiro na aplicação da equação da lei da gravidade para analisar os fluxos de comércio internacional, fazendo com que o modelo gravitacional do comércio internacional seja baseado na teoria da gravidade de Newton. Desde então, o modelo gravitacional tornou-se um instrumento popular na análise empírica do comércio a nível internacional. Meltiz (2008) defende que a utilização do modelo gravitacional implicará a existência de duas vantagens básicas: primeiro, o modelo tem sido a ferramenta exclusiva em pesquisas semelhantes até ao momento e, em segundo lugar, e mais significativamente, considera que o modelo é particularmente adequado, uma vez que se concentra nas barreiras ao comércio.

De acordo com o modelo gravitacional básico, as exportações do país i para o país j são explicadas, de início, pela sua dimensão económica (PIB ou PNB), e pelas suas distâncias geográficas diretas. Assim, conclui que as exportações entre dois países estão positivamente relacionadas com o tamanho das suas economias e negativamente relacionadas com fatores que indiciam a existência de barreiras ao comércio, sendo o mais importante desses fatores a distância entre os dois países. O modelo inicial é representado pelos modelos (1) e (2) apresentados de seguida:

$$T_{ij} = f \left[\frac{(GDP_i \cdot GDP_j)}{D_{ij}} \right] \quad (1)$$

$$T_{ij} = \beta_0 (GDP_i \cdot GDP_j)^{\beta_1} \cdot D_{ij}^{\beta_2} \cdot e^\epsilon \quad (2)$$

Posteriormente, o modelo foi sofrendo algumas alterações e foram sendo acrescentadas novas variáveis. Neste sentido, muitas consideravam apenas a característica de alguma variável, constituindo uma variável *dummy* (uma variável binária que assume o valor de 1 quando a característica a analisar se verifica e 0 em caso contrário).

Ao longo do tempo, o modelo inicial foi sendo melhorado e expandido com diversas variáveis que pretendem explicar os fluxos comerciais entre dois países. Assim, às



variáveis básicas consideradas pelo modelo (PIB e distância), foram acrescentadas outras variáveis, tais como população, PIB *per capita* (Bergstrand, 1990), dimensão do país e afinidade comunicacional.

Neste sentido, Melitz e Toubal (2014) referem que os modelos gravitacionais utilizados para explicar o comércio internacional incluem geralmente alguma variável linguística, que pode corresponder à língua oficial do país e/ou às línguas estrangeiras dominadas por uma grande parte da população desse país. Vários estudos como Helliwell (1998), Melitz (2008), Egger e Lassmann (2012) estabeleceram já a relação entre a partilha de uma língua comum e o volume de transações comerciais estabelecidas entre dois países. Melitz (2008) afirma que, sem controlar outras barreiras e mais-valias para o comércio além da língua — distância, associação política, relações entre ex-colónias e outras — seria difícil, se não impossível, fazer inferências sobre os efeitos linguísticos como tais.

A equação do modelo gravitacional implica a logaritmização das suas variáveis, originando um modelo log-log. Assim, um exemplo de um modelo aumentado de outras variáveis poderá ser apresentado tal como no modelo (3), na seguinte forma:

$$\ln(T_{ij}) = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{PIB}_i \text{PIB}_j) + \beta_2 \ln D_{ij} + \beta_3 \text{Lang}_{ij} + \beta_4 \text{Cont}_{ij} + \beta_5 \text{RTA}_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (3)$$

Onde i e j representam os países e as variáveis são definidas como:

T – volume de trocas comerciais (considerando só exportações, ou só importações ou ambas) existente entre dois países;

PIB – PIB real;

D – Distância;

Lang – variável *dummy* que assume o valor 1 quando i e j partilham uma língua comum e 0 em caso contrário;

Cont – variável *dummy* que assume o valor 1 quando i e j partilham uma fronteira comum e 0 em caso contrário;

RTA – variável *dummy* que assume o valor 1 quando i e j pertencem a uma área de comércio livre e 0 em caso contrário.

A “variável” “proximidade linguística” é, muitas vezes, utilizada com o objetivo de quantificar a proximidade entre duas línguas. Esta já foi utilizada no passado por diversos autores: Chiswick e Miller (2005) utilizaram os resultados de testes de avaliação em contexto de aprendizagem de uma língua estrangeira; Melitz (2008) realizou a divisão entre línguas de circuito aberto e línguas de comunicação direta; Lohman (2011) criou o Índice da Barreira Linguística (*Language Barrier Index*, no original). Ferro e Ribeiro (2016) criaram um método de classificação da proximidade linguística baseado em critérios linguísticos, concretamente critérios etimológicos, a partir dos quais organizaram as línguas segundo a família linguística a que pertencem.

5. Metodologia e resultados

Com o objetivo a que nos propusemos de analisarmos a relação entre as exportações portuguesas e a proximidade linguística que existe entre Portugal e os países



considerados os seus principais parceiros comerciais, elaborámos diversos estudos. Em todos eles, utilizámos o modelo gravitacional, que é o instrumento econométrico mais comumente utilizado para o estudo do comércio internacional, tendo os seus fundamentos teóricos sido explorados, por exemplo, nos trabalhos de Anderson (1979), Helpman e Krugman (1985) e Kalirajan (1999). O incremento da utilização deste modelo deve-se principalmente à sua facilidade de implementação, bem como ao sucesso que foi tendo na análise dos fluxos comerciais de diversos países, e até blocos económicos, estudados.

Embora o nosso enfoque seja a comunicação verbal, é de salientar o facto de que os modelos gravitacionais incluem outras variáveis cujos autores consideram com capacidade para explicar as trocas comerciais a nível internacional. Muitos estudos têm sido elaborados relacionando estas variáveis.

Egger e Lassmann (2012) analisam o efeito de 701 coeficientes captados por distâncias linguísticas em 81 artigos publicados entre 1970 e 2011 em 24 periódicos. Concluem que, para uma distância inferior a 10% entre os dois países, o seu comércio aumenta cerca de 5%. Melitz e Toubal (2014), por outro lado, usam o modelo de comércio bilateral (para 200.000 observações sobre as transações realizadas de 1998 a 2007) com o objetivo de destringir os muitos efeitos que as línguas podem exercer sobre o comércio. Neste seguimento, constroem quatro tipos de distâncias bilaterais entre os países: língua oficial comum, língua materna comum, língua falada comum e distâncias linguísticas, pois consideram que cada um deles tem um papel específico na facilitação da comunicação entre os cidadãos de ambos os países envolvidos nas trocas comerciais. Krisztin e Fischer (2014) utilizam também a variável dummy "língua comum" no modelo gravitacional no estudo de 21.170 observações que traduzem os fluxos bilaterais entre 146x145 pares de países. Concluem que o impacto no fluxo comercial poderá ser perto de 90% maior no caso de os países partilharem a mesma língua.

Neste âmbito, também já realizámos diversos estudos, relacionando os fluxos de comércio entre os países com a proximidade linguística. Em Ferro e Ribeiro (2016), foram agrupados 56 países principais parceiros comerciais de Portugal (em 2013) de acordo com suas famílias linguísticas. Os critérios subjacentes à classificação foram: (i) critérios linguísticos: as línguas foram classificadas de acordo com um princípio etimológico, baseado na sua família linguística; (ii) semelhança entre idiomas: dado que o português é uma língua românica, incluíram-se neste grupo as línguas pertencentes a essa família para explicar a semelhança entre elas; (iii) línguas estrangeiras: onde se incluíram quatro línguas: o inglês (a língua estrangeira mais comumente estudada em Portugal) que é uma língua germânica, seguida por duas línguas românicas (francês e espanhol) e depois outra germânica, o alemão. O objetivo foi analisar se o facto de a língua do parceiro comercial pertencer a cada uma dessas famílias de línguas tem relação direta com as exportações portuguesas para aquele país. No estudo, encontra-se o suporte para uma das suas hipóteses de base – concretamente o facto de que as exportações portuguesas são maiores para países que compartilham uma língua semelhante. Conclui-se, portanto, que há uma relação direta entre o volume das exportações portuguesas e o facto de o país de destino ter uma língua oficial românica. Uma vez que esta é também a família linguística do português, este resultado era esperado, dado que, quando os países partilham a mesma língua, a barreira linguística é apagada, facilitando a comunicação entre ambos e, desta forma, estabelecendo uma comunicação mais próxima; logo, os



custos tendem a ser mais baixos — o mesmo se passa, embora em muito menor medida, quando existe uma proximidade linguística entre as línguas faladas em ambos os países.

Assim, introduzimos uma nova variável denominada “ProxLing”, que pretende capturar a proximidade linguística entre dois países. Definimos essa variável levando em consideração o idioma oficial do país de destino, que deveria ser português, espanhol ou inglês. O nosso objetivo era captar um efeito triplo: com esta variável, identificámos os países que partilham uma língua comum com Portugal, mas também incluímos aqueles que têm o espanhol como língua oficial para refletir a proximidade linguística, e os que têm o inglês como língua oficial para capturar o efeito da língua estrangeira mais estudada e falada em Portugal.

Em Ribeiro e Ferro (2017) foi apresentada a relação entre o volume de exportações de Portugal para os seus 98 principais parceiros comerciais em todo o mundo em 2013, considerando a pertença desses países à União Europeia (UE) ou ao Mercosul e a proximidade linguística entre as línguas oficiais desses países e o português. Tendo em conta apenas os países pertencentes ao bloco económico UE, organizámo-los consoante a família linguística a que pertence a sua língua oficial. Na linha de um estudo que havíamos efetuado anteriormente (Ferro e Ribeiro, 2016), propusemos uma abordagem tripla para a influência da língua no comércio externo português, após agruparmos os 28 estados-membros da UE segundo as suas famílias linguísticas. Dado que, nesta fase do nosso estudo, nos interessava isolar as duas famílias linguísticas mais relevantes para o comércio externo de Portugal — tendo em conta a classificação do português e também as políticas linguísticas do país no que toca ao ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras — classificámos todas as restantes línguas como pertencentes ao grupo Outras, eliminando assim a necessidade de uma classificação mais pormenorizada. Concluímos que existe uma relação direta entre o volume das exportações portuguesas e o facto de o país de destino ter uma língua oficial românica. Quando dois países compartilham o mesmo idioma ou um idioma muito semelhante, a barreira comunicacional é esbatida ou mesmo eliminada e, conseqüentemente, os custos de transação tendem a ser mais baixos. Concluímos também que tendo em consideração todos os Estados-Membros da UE, o volume das exportações portuguesas é superior para os os países cuja língua oficial é semelhante à portuguesa.

Apesar de, nestes estudos apresentados, ser notório o impacto da comunicação no comércio internacional, e de forma a considerarmos dados mais recentes, realizámos a análise para o volume de exportações portuguesas em 2015, considerando os principais 61 parceiros comerciais de Portugal, estudando a seguinte equação (modelo 4):

$$\ln(T_{ij}) = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{PIB} + \beta_2 \text{UE} + \beta_3 \ln D_{ij} + \beta_4 \text{ProxLing}_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (4)$$

Onde, as variáveis representam o seguinte:

T – volume de exportações entre dois países (neste caso: Portugal e o seu parceiro comercial);

PIB – PIB real;

UE - variável *dummy* que assume o valor 1 se o país pertence à UE e 0 em caso contrário;

D – Distância;

ProxLing_{ij} – variável *dummy* que assume o valor 1 se *i* e *j* têm Proximidade linguística com Portugal (língua falada: português, espanhol ou inglês) e 0 em caso contrário.

Tabela 1 - Resultados da estimação do modelo (4)

Variáveis Explicativas	Ln Exportações	
	Coefficiente MMQ	Coefficiente estandardizado (Beta)
Constante	17,036 (1,939)	-----
LnPIB	0,421 (0,53)	0,622
UE	-0,062 (0,306)	-0,021
LnD _{ij}	-1,109 (0,197)	-0,588
ProxLing	0,971 (0,233)	0,319
F = 30,375		
R ² = 0,685		

Fonte: elaboração própria

Notas:

Números entre parêntesis são os desvios padrão. Nível de significância de 5%.

Após a realização do estudo da regressão obtida pela utilização do programa informático SPSS, é de referir que o impacto de todas as variáveis explicativas consideradas no modelo foi analisado considerando os seguintes indicadores: (i) teste de significância global (teste F); (ii) teste de significância individual (teste t), considerando, em ambos, um nível de significância de 5%, e (iii) coeficiente de determinação (R²). Neste seguimento, e de todas as variáveis apresentadas no quadro, os resultados obtidos revelam que aquela que tem maior capacidade explicativa no nível de exportações é a proximidade linguística.

Assim, tal como seria de esperar, o facto de um país pertencer à UE tem um impacto positivo no volume das exportações portuguesas para esse destino, não só devido à importância de pertencer a um mesmo bloco económico, mas também pela questão da relativa proximidade física que se verifica entre todos os estados-membros da UE. De facto, pudemos verificar também que o aumento da distância tem um efeito negativo no volume de exportação, fazendo-o diminuir em 1,109% por cada aumento de 1% no número de quilómetros que separam ambos os países (contabilizando a distância entre capitais).

Na linha de estudos que realizámos anteriormente (cf. Ribeiro e Ferro, 2017), também neste verificámos uma relação direta entre o volume das exportações de Portugal para um determinado país e a língua oficial desse mesmo país — estando em causa um país de língua oficial românica, existe uma relação positiva e com grande capacidade explicativa entre o volume de exportações e a proximidade linguística das línguas oficiais dos dois países envolvidos na relação bilateral. Essa proximidade linguística foi medida através da variável ProxLing, que inclui o português, o espanhol e o inglês. Esta última língua foi incluída na variável não pela sua efetiva proximidade com o português, na medida em que se trata de uma língua de outra família linguística (germânica e não românica), mas, sim, porque, devido às políticas linguísticas implementadas em Portugal, o inglês é um idioma falado por grande parte da população.



Ao esbater ou eliminar a barreira comunicacional, a proximidade linguística permite que os custos de transação baixem. Estas conclusões são consentâneas com o modelo gravitacional, tal como apresentado.

Conclusão

A crescente internacionalização das economias tem vindo a implicar uma importância e valorização cada vez maior do fator língua. Especialmente num contexto global que impele fortemente a economia portuguesa para a internacionalização, o fator língua enquanto facilitador da comunicação nas trocas comerciais a nível internacional revelou-se um eixo de extrema relevância.

Neste sentido, a escolha de um parceiro comercial deverá ter em consideração, entre outros fatores, a língua. Sendo a comunicação entre os parceiros económicos um fator essencial para o sucesso da relação, é de todo o interesse desses parceiros eliminarem, ou esbaterem, as barreiras linguísticas, para assim poderem diminuir os custos das transações comerciais.

Neste estudo, concluímos que, com os dados relativos ao volume de exportações portuguesas para 2015, a facilidade de comunicação verbal com o parceiro comercial tem uma influência positiva no aumento das trocas comerciais – em termos empíricos, esta conclusão é corroborada pelo facto de Espanha ser o principal parceiro comercial de Portugal, salientando o facto de, como apresentado, outras variáveis também o explicarem, tal como a proximidade geográfica.

Em nosso entender, a questão da língua não está a ser bem aproveitada pelo Estado português, na medida em que se podia tirar mais partido da proximidade linguística para a promoção de relações comerciais bilaterais com os países que compõem a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) e com os que integram o Mercado Comum do Sul (Mercosul).

Por outro lado, a importância das políticas linguísticas e a influência que estas terão na formação de gerações futuras de empreendedores não está também suficientemente disseminada entre a população, apesar do enfoque atual na aprendizagem do inglês, que constitui, sem dúvida, uma mais-valia para as gerações vindouras.

Consideramos, portanto, que, dada a relevância da proximidade linguística para a facilidade de comunicação entre os parceiros comerciais e, conseqüentemente, para o aumento do volume de exportações, o Estado português deverá desenvolver um conjunto de políticas linguísticas que visem exatamente a promoção de relações comerciais com base na proximidade linguística.

Na verdade, apesar de o rumo ainda não ser claro, a possibilidade de o inglês perder algum terreno como a língua mais usada no seio da União Europeia está em cima da mesa. É certo que dificilmente o inglês deixará, nos próximos tempos, de ser a *lingua franca* em muitos setores da sociedade, concretamente no mundo dos negócios, mas outras línguas poderão vir a ganhar preponderância. Numa nova organização geopolítica, caberá às línguas reorganizarem-se e concretamente às entidades oficiais portuguesas competirá aproveitar alguma margem de manobra que possa vir a existir, capitalizando o potencial económico de que a língua portuguesa já dispõe hoje em dia.



Referências Bibliográficas

- Adler, R. B. & Rodman, G. (2006). *Understanding human communication*. 9.^a ed. Nova Iorque: Oxford University Press.
- Adserà, A. & Pytliková, M. (2015). The role of language in shaping international migration. *The Economic Journal*, 125:586 F49-F81.
- Anderson, J. (1979). A theoretical foundation for the gravity equation. *The American Economic Review*, 69:1; 106-116.
- Bergstrans, H. (1990). The Heckscher-Ohlin-Samuelson model, the Linder hypothesis and the determinants of bilateral intra-industry trade. *The Economic Journal*, 100:403 1216-1229.
- Chiswick, B. R. e P. W. Miller (1995). "The Endogeneity between Language and Earnings: International Analyses." *Journal of Labor Economics*, 3:2, 246-288.
- Chiswick, R. e Miller, W. (2005). Linguistic distance: A quantitative measure of the distance between English and other languages. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 26:1 1-11.
- Comissão Europeia (2012). Europeans and their languages [Em linha]. Special Eurobarometer 386. Directorate-General for Communication. [29-03-2016]. Disponível em WWW: < URL: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf >
- Egger, P. e Lassmann, A. (2012). The language effect in international trade: A meta-analysis, *Economic Letters* 116, 221-224.
- Eurostat (2015). News release, 164/2015 [Em linha]. Eurostat Press Office. [25/03/2016]. Disponível em WWW: < URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7008563/3-24092015-AP-EN.pdf> >
- Ferro, M.J. e Costa, R. (2016). The economic value of language (Ch. 10). In O. Gomes & H. F. Martins (Eds.). *Advances in applied business research: The L.A.B.S. Initiative*. New York: Nova Publishers. ISBN: 978-1-63484-957-9.
- Ferro, M. J. e Ribeiro, S. (2016). The role of language in international trade: How does language affect the choice of foreign trading partners? In. S. N. de Jesus & P. Pinto (Eds.). *Proceedings of the International Congress on Interdisciplinarity in Social and Human Sciences* (pp. 608-621). Universidade do Algarve, Faro, 5 a 6 de Maio de 2016.
- Ginsburgh, V. e Weber, S. (2018) *The Economics of Language*, ECARES working paper 2018-18
- Helpman, E. e Krugman, R. (1985). *Market structure and foreign trade: Increasing returns, imperfect competition, and the international economy*. Cambridge, MA & Londres: The MIT Press. ISBN: 9780262081504.
- Helliwell, F. (2000). *How much do national borders matter?* Washington: Brookings Institution. ISBN 0-8157-3554-5.
- Kalirajan, K. (1999). Stochastic varying coefficients gravity model: An application in trade analysis. *Journal of Applied Statistics*, 26:2 185-193.



- Krisztin, T. e Fisher, M. (2014). The gravity model for international trade: Specification and estimation issues in the prevalence of zero flows. Working Papers in Regional Science, 2014/01. WU Vienna University of Economics and Business, Vienna
- Lohmann, J. (2011). Do language barriers affect trade? *Economics Letters*, 110:2; 159-162.
- Marschak, J. (1965). The Economics of Language. *Behavioral Science*, 10:2; 135-140.
- Melitz, J. (2008). Language and foreign trade. *European Economic Review* 52, 667-99.
- Melitz, J. e Toubal, F. (2014). Native language, spoken language, translation and trade. *Journal of International Economics* 93, 351-363.
- Rahman, D (2014) The power of communication, *American Economic Review* 104(11): 3737–3751
- Ribeiro, S. e Ferro, M. J. (2017). Em que medida a proximidade linguística influencia as exportações portuguesas? Um estudo aplicado à União Europeia e ao Mercosul. *Debater a Europa*, 16, 189-208. ISSN: 1647-6336.
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the world economy: Suggestions for an international economic policy*. Nova Iorque: The Twentieth Century Fund.
- Victor G. e Shlomo W. (2018). *The Economics of Language*. Working Papers ECARES 2018-18, ULB; Université Libre de Bruxelles.