

Área: Lengua y Cultura
ARI 127/2010
Fecha: 30/08/2010



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

*Alexandra Albuquerque y José Paulo Esperança **

Tema: Este ARI examina la incorporación del portugués a las tecnologías de la información y la comunicación y estima su potencial económico.

Resumen: Apoyado en una amplia base demográfica y en un rico acervo cultural y educativo, el portugués goza de una gran difusión internacional y cuenta con una significativa, aunque desigual, presencia en las redes globales del conocimiento. Este análisis examina la incorporación del portugués a las tecnologías de la información y la comunicación y estima su potencial económico como lengua internacional, basado en la trayectoria emergente de los países lusófonos más importantes.

Análisis: La relación de la lengua con la economía cada vez está suscitando un mayor interés debido a las necesidades de la sociedad del conocimiento en que vivimos, caracterizada por un aumento constante del volumen de datos, de la información y del conocimiento. Los estudios sobre el valor económico de la lengua reconocen que la externalidad positiva de compartir una lengua, entendida como instrumento de comunicación e intercomprensión, refuerza su valor y su impacto en los intercambios con el exterior.

En primer lugar es esencial que delimitemos el título y el alcance del presente estudio, incluido el enfoque que ha configurado la base de su elaboración. Así, empezaremos por definir qué se entiende por “valor” y “conocimiento” en el contexto económico mundial, además del importante papel que desempeñan ciertos valores intangibles (como la lengua) en la sociedad del conocimiento.

Acto seguido proporcionaremos algunos datos sobre la presencia del portugués en los diversos sectores de la sociedad del conocimiento, en el mayor número posible de espacios de expresión portuguesa.

Por último, presentaremos algunos escenarios en los que la lengua portuguesa, en tanto que vehículo de conocimiento y desarrollo, constituye un activo generador de ventajas competitivas en el mercado global.

* *Alexandra Albuquerque, Docente del Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) y doctoranda en el Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa. José Paulo Esperança, Profesor catedrático del ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa*

Valores de la sociedad del conocimiento

El concepto de “sociedad del conocimiento”, que define muchas de las sociedades del mundo globalizado y que se asocia con otros conceptos, tales como “sociedad de la información” o “sociedad de las tecnologías de la información y comunicación”, guarda una estrecha relación con un nuevo modelo de economía que algunos autores definen como “nueva economía”, “economía de la información” o “economía basada en el conocimiento”. Desde que Peter Drucker y Robert Reich acuñaron el término “sociedad del conocimiento”, en la década de 1970, hemos asistido a una era profundamente marcada por la tecnología, que ha constituido uno de los mayores impulsores del crecimiento económico en los países denominados “desarrollados”, donde la producción de información ha crecido de forma exponencial y la difusión de dicha información, muy especialmente a través de Internet, ha modificado de forma permanente la actividad económica y la organización social. En la actualidad, dicho concepto parece estar mucho más vinculado con el conocimiento; es decir, con el capital humano e intelectual de las empresas, y con el desarrollo sostenible.

En efecto, en el glosario de términos estadísticos de la OCDE (2005) la sociedad basada en el conocimiento se define 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” (el subrayado es de los autores).

Por consiguiente, nos hallamos ante la existencia de un mercado del conocimiento en el que la oferta y la demanda de soluciones inmediatas y de aptitudes y cualificaciones más adecuadas son fruto de un imparable proceso de competencia entre empresas y grupos económicos en un mercado que es global, multilingüe y multicultural, y en el que los bienes intangibles, como las lenguas, por ejemplo, son elementos a considerar en un negocio en el que el conocimiento y las capacidades y aptitudes personales cuentan más que el precio.

Según ha observado Mário Murteira, hoy en día la creación de valor sigue dependiendo, obviamente, de la relación entre la oferta y la demanda, pero, por encima de todo, de las plusvalías que directa o indirectamente están asociadas con el bien en cuestión para generar ese mismo valor; es decir, la productividad, la difusión del conocimiento, el incremento del capital humano, el impulso de cambios organizacionales, el crecimiento económico y el bienestar. Cuando dicho bien se trata de una lengua –en el caso de este estudio, del portugués–, ¿de qué modo podemos contribuir a su evaluación? ¿Con qué indicadores? ¿En qué mercados? ¿Con qué actores?

El portugués en la sociedad del conocimiento

Al investigar los datos para medir la presencia del portugués en la sociedad del conocimiento, hallamos una fuerte expansión de observatorios de la lengua portuguesa, nacionales e internacionales, monolingües y plurilingües, con cifras sobre el número de hablantes, el peso de la lengua y otros indicadores, portales en portugués y sobre la lengua portuguesa, seminarios y reuniones sobre la importancia del portugués y noticias

sobre la lengua portuguesa y la cooperación entre los países lusófonos, estadísticas sobre la sociedad del conocimiento, etc.

Esta proliferación confirma, sin duda alguna, el reconocimiento del prestigio de la lengua portuguesa y de su valor como instrumento de comunicación en la red global.

Según David Graddol, el crecimiento y la proyección de una lengua pueden obedecer a tres razones fundamentales: demografía, globalización y tecnología. Por lo que se refiere a los dos primeros parámetros, y con arreglo a los datos numéricos recabados de diversas fuentes (Observatório das Línguas na Sociedade do Conhecimento, Observatório da Língua Portuguesa, Internet World Stats) podemos afirmar que la lengua portuguesa tiene una dimensión bastante significativa en el panorama lingüístico mundial, puesto que es la segunda lengua románica, la tercera lengua europea, la cuarta lengua más hablada como segunda lengua, la quinta lengua con mayor número de países de lengua oficial (ocho) –la Comunidad de los Países de Lengua Portuguesa, repartidos por los cinco continentes– y la sexta lengua mundial.

El portugués es la lengua materna de los habitantes de Portugal y de Brasil, así como de una parte significativa de las poblaciones de Angola, Mozambique, Cabo Verde, Guinea-Bissau, Santo Tomé y Príncipe y Timor Oriental, y se sigue hablando en los antiguos territorios de Goa y de Macao, por lo que en total cuenta con cerca de 205 millones de hablantes. Además, es la lengua materna o la segunda lengua hablada por los miembros de diversas comunidades de emigrantes, repartidos por países de varios continentes: Francia, Alemania, Luxemburgo, Canadá, EEUU, Venezuela y Sudáfrica.

No obstante, el valor de la lengua portuguesa –o, en realidad, de cualquier lengua– no depende tanto de su peso demográfico, ni de la voluntad de los hablantes ni de políticas aisladas, como de las relaciones a las que da lugar: científicas, culturales, artísticas, sociales y, muy especialmente, económicas. Como ha observado Luís Reto: “los beneficios del dominio de una lengua también son fruto de la existencia de externalidades de red que aumentan su valor con el número de usuarios. El valor de las redes sociales [...] ilustra el beneficio de pertenecer a un grupo influyente” (Instituto Camões, 2009). Y, en la economía de la información en red, donde las tecnologías de la información y comunicación no sólo constituyen instrumentos de trabajo, sino también de ocio, la producción de contenidos y de conocimiento ya se ha descentralizado, y su repartición, basada en modelos de cooperación y distribución, se ha realizado mediante la red por excelencia, Internet, que adopta un papel cada vez más relevante en el modo en el que producimos información, conocimiento y cultura.

Actualmente, las redes electrónicas conectan un conjunto inconmensurable de recursos públicos y privados, desde obras de referencia hasta libros, pasando por revistas científicas, bibliotecas y repositorios, bases de datos, blogs, portales, correo electrónico y otros recursos que en las subredes de Internet crean una enorme biblioteca digital –es decir, conocimiento–, caracterizada por la no rivalidad y la inclusión social. Sin embargo, atendiendo al aumento continuo de la información en la red global, resulta bastante más fácil medir la cantidad de usuarios y de páginas que evaluar la calidad de los contenidos o que trazar perfiles de uso, si bien ya existen programas que efectúan este análisis, aunque, como es lógico, se precisa que los usuarios autoricen la instalación de *spyware*, lo que limita estos estudios casi exclusivamente a países con una demografía bastante elevada y a sitios *web* con mucho tráfico.

Por consiguiente, analizaremos algunos datos relativos a la presencia del portugués en los siguientes sectores de la sociedad de la información: educación, comunicación e información, tecnología e innovación y sector cultural y creativo.

Por lo que se refiere al sector de la educación, según datos del Instituto Camões, la enseñanza de la lengua y cultura portuguesas tiene lugar en 72 países, a lo largo de varios ciclos educativos, e integra a cerca de 155.000 alumnos.

Además, la encuesta incluida en el estudio de Luís Reto y realizada a alumnos de los lectorados del Instituto Camões que estudian portugués como lengua extranjera o como segunda lengua revela que el 62% de los encuestados tienen la intención de utilizar el portugués en el trabajo o en los negocios, lo que contribuirá a la valorización de su capital humano.

En efecto, parece que el portugués ha regresado al escenario internacional y, tal y como observó Carlos Reis (*Expresso*, 5/VII/2008): “aprender portugués está de moda” en diversos lugares del mundo, en especial en la Europa del Este, donde cerca de 3.500 alumnos estudian este idioma (*Público* 10/VI/2010), y en China, “donde la enseñanza del portugués, restringida hasta hace poco tiempo a tres universidades, en Pekín, Shanghai y Cantón, en la actualidad está implantada en una docena de ciudades” (*Angonotícias*, 10/XII/2009).

Sin embargo, en países tales como España (*Diário IOL*, 11/IX/2008, Suecia (*Mundo Português*, 4/V/2010) Francia y Japón, donde es la tercera lengua materna más hablada (Instituto Camões, 2010) y en otros (Observatório da emigração, 2010), la demanda del portugués como lengua extranjera también ha aumentado en los últimos años.

De los numerosos y recientes instrumentos de promoción del conocimiento en lengua portuguesa cabe destacar:

- Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB): “Los cursos de la UNILAB serán impartidos, preferentemente, en áreas de interés mutuo de Brasil y de los otros países miembros de la Comunidad de Países de Lengua Portuguesa (CPLP), en particular de los países africanos, prestando especial atención a temas relacionados con la formación de profesores, el desarrollo agrario, la gestión, la salud pública y otras áreas consideradas estratégicas” (Proyecto de Ley, 2009, p. 1). Se han planificado polos en todos los países de la CPLP: Angola, Mozambique, Guinea-Bissau, Santo Tomé y Príncipe, Timor Oriental, Cabo Verde y Portugal.
- Repositorios científicos: Según la Agência para a Sociedade do Conhecimento, el número de repositorios de acceso abierto en Portugal aumentó extraordinariamente entre 2004 y 2009. Además, también existe un gran número de instituciones de enseñanza superior que publican el acervo científico en repositorios. Al respecto cabe mencionar el Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP) y la SciELO –Scientific Electronic Library Online (Biblioteca Científica Electrónica *On-Line*)–, que promueve la publicación electrónica cooperativa de revistas científicas en Internet. En 2009 se habían registrado 27 publicaciones de Portugal y 224 de Brasil.

- Centro Virtual Camões: presta apoyo a la enseñanza y al aprendizaje del portugués, así como a la divulgación de la lengua y de la cultura portuguesas.
- Pordata: base de datos integrada sobre Portugal.
- Academia Brasileira de Letras: fundada el 20 de julio de 1897, promueve la lengua y la literatura de Brasil.
- Domínio Público: biblioteca virtual de acceso libre.
- Museu da Língua Portuguesa: fundado en 2006 es, según la información facilitada por el sitio *web*, uno de los museos más visitados de Brasil y de Sudamérica.

En el ámbito del sector de la comunicación y la información, en especial por lo que se refiere a la difusión del portugués en Internet, las estadísticas confirman que disfruta de una importante posición. El último estudio realizado por Internet World Stats (diciembre de 2009) identifica alrededor de 77 millones de usuarios de portugués, lo que significa que esta lengua ocupa el quinto lugar en los *Top 10* de los idiomas más utilizados en Internet (en 2001 ocupaba la novena posición y en 2002 la octava).

En la blogosfera, según el Observatório da Língua Portuguesa, el portugués aparece como la primera lengua más utilizada (sin tener en cuenta el inglés), mientras que según el estudio *Sociedade de Informação em Portugal 2008*, el desarrollo de *blogs* en portugués experimentó un aumento del 70% desde 2005.

En las redes sociales, el portugués también aparece como la segunda lengua más usada en Twitter, mientras que en Facebook, la red social más popular del mundo, encontramos tres países de la CPLP representados en la lista de 187 países de referencia: Brasil (20º lugar), con 4.349.160 usuarios, Portugal (35º lugar), con 2.385.340 usuarios, y Angola (133º lugar), con 41.040 usuarios.

Con objeto de organizar y mejorar el acceso a los contenidos de la *web* portuguesa, en concreto del dominio “.pt”, a principios del año 2008 la Fundação para a Computação Científica Nacional desarrolló el Arquivo da Web Portuguesa, que a finales de 2009 ya contaba con 630 millones de entradas (17,4 terabytes), 350 millones de las cuales permitían efectuar búsquedas.

Dada la relevancia del proyecto, en octubre de 2009, los ministros de Ciencia de Portugal y de Brasil firmaron un protocolo de cooperación en proyectos de archivo de la *web* en ambos países, y está previsto que el integrante brasileño comience por incluir los contenidos de los dominios de la red de investigación y educación.

Un análisis detallado del idioma portugués en Internet indica que el mismo ocupa una posición sólida y en fuerte expansión, lo que sugiere una lectura optimista con respecto a su influencia futura, dado el aumento significativo del número de usuarios de Internet en la CPLP (véase la Tabla 1).

Tabla 1. Usuarios de Internet en la CPLP

País	Población (2009)	Usuarios (2000)	Usuarios (2009)	Crecimiento usuarios (2000-09)	Índice de penetración (%)
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
Guinea-Bissau	1.533.964	1.500	37.100	2.373,3	2,4
Mozambique	21.669.278	30.000	350.000	1.066,7	1,6
Sto. Tomé y 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 Oriental	1.131.612	–	1.800	–	0,2

Fuente: Internet World Stats.

El acceso y uso de Internet en los diversos países de la CPLP aumentó significativamente en el período considerado (2000-2009) y es bastante relevante en Brasil, puesto que éste también es el país sudamericano que disfruta de una mayor tasa de penetración. En efecto, según la misma fuente (Internet World Stats), salvo Timor Oriental, Portugal y Santo Tomé y Príncipe, los porcentajes de aumento de usuarios de portugués en el período comprendido entre 2000 y 2009 fueron muy superiores a los del resto del mundo, que se estiman en 399,3%.

Si bien estas cifras demuestran claramente que la presencia de la lengua portuguesa en Internet obedece, en primer lugar, a Brasil y a Portugal, puesto que la tasa de penetración en los otros países –salvo Cabo Verde– todavía es poco elevada, también hay que tener en cuenta que, a excepción de los dos países antes mencionados, en el resto de la CPLP el portugués no es la lengua materna exclusiva, pero constituye la lengua unificadora, registrando una elevadísima tasa de crecimiento como vehículo de intercomprensión y de conexión a la red global.

Ahora bien, este crecimiento de la información digital no depende únicamente de las competencias lingüísticas, sino también de la accesibilidad a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Aunque los datos que presentamos demuestran que la tasa de penetración de internet en la CPLP está aumentando de forma exponencial, la tasa del Information and Communication Technologies Development Index todavía es baja, según la Unión Internacional de Comunicaciones (*Measuring the Information Society*, 2010), en especial en los países africanos.

Tabla 2. Tasa de IDI en la CPLP

Economía	Ranking 2008	IDI 2008	Ranking 2007	IDI 2007
Portugal	32	5,77	30	5,32
Brasil	60	3,81	61	3,49
Cabo Verde	102	2,62	107	2,27
Angola	139	1,4	138	1,31
Mozambique	153	1,05	154	0,97
Guinea-Bissau	156	0,97	156	0,88
Sto. Tomé y Príncipe	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos
Timor Oriental	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos

Fuente: ITU-10.

Este desfase en la tasa de penetración de las TIC en los diversos países de la CPLP obedece, no sólo a los distintos niveles de alfabetización digital en los diversos países, sino también, como es lógico y en gran medida, a los precios aplicados por los diversos servidores de servicios de TIC, mucho más elevados en los países menos desarrollados.

A lo largo del siglo 20, de forma simultánea al desarrollo de la economía del conocimiento o de la información, la globalización y la masificación de la cultura hicieron que se estableciera una estrecha relación entre ésta y la economía, dando lugar al desarrollo de un sector económico de creciente importancia: el de las industrias sector culturales y creativas.

Si bien estas dos industrias son distintas –las “culturales” guardan una mayor relación con las actividades de producción y de distribución de bienes simbólicos, por lo que son creadoras potenciales de valor, mientras que las “creativas” se asientan principalmente en el conocimiento, con una importante carga de trabajo basada en la creatividad, por lo que disfrutan de una mayor potencialidad como creadoras de empleo y de riqueza–, ambas contribuyen considerablemente al PIB nacional, según lo demostrado por el estudio que KEA European Research realizó en 2006 para la UE, puesto que representaban el 1,4% del PIB de Portugal. La Comisión Europea publicó en 2010 el *Libro Verde de las Industrias Creativas* donde se destaca la necesidad de mejorar el acceso a la financiación, en especial para las pequeñas empresas, de modo que ello permita desarrollar el sector y contribuya a un crecimiento sostenido e inclusivo.

Por lo que se refiere a Brasil, según un comunicado de la Agência Lusa (27/IV/2010), “las diversas industrias culturales pueden llegar a representar, para las economías de Brasil y de América Latina, una contribución mayor que la aportada por los sectores de la soja o de la pesca”. Fruto de la creciente importancia de la economía cultural, Brasil está desarrollando, desde el año 2005, el indicador de PIB cultural, que permite calcular el valor de participación de las industrias culturales (en concreto la audiovisual, la editorial y la musical) en la economía brasileña. De acuerdo con la segunda edición de *Cultura em Números* (2009), publicada por el Ministerio de Cultura de Brasil, la participación del sector cultural en la economía brasileña creció un 0,5% entre los años 2003 y 2005, si bien no se han facilitado valores concretos; en 1994 representaba el 0,8% del PIB.

En cuanto a Portugal, en marzo de 2010, el Ministerio de Cultura de Portugal dio a conocer el estudio *O sector cultural e criativo em Portugal*, que señala que la riqueza producida por el sector cultural y creativo en 2006 fue mayor que la generada por algunas industrias, como la alimentaria, la inmobiliaria y la textil, representando un 2,8% de la riqueza creada en Portugal y generando un valor bruto de 3.700 millones de euros.

En el marco del sector cultural destacan algunos indicadores relativos a la traducción, donde la lengua desempeña un destacado papel: comprobamos que ejerce una función más importadora que exportadora, puesto que las traducciones al portugués, en términos absolutos y relativos, son más voluminosas que las traducciones a otras lenguas de textos redactados en portugués. Según el Index Translationum de la UNESCO, el portugués representa la séptima lengua de llegada en los *Top 50*, y la tercera en el grupo de las lenguas latinas. Como lengua de partida ocupa el 18º lugar en los *Top 50* de dicho índice, siendo, sin embargo, la cuarta de las lenguas latinas más traducidas (véanse los Gráficos 1 a 3).

Gráfico 1. Lenguas a las que más se traduce



Gráfico 2. Lenguas latinas a las que más se traduce

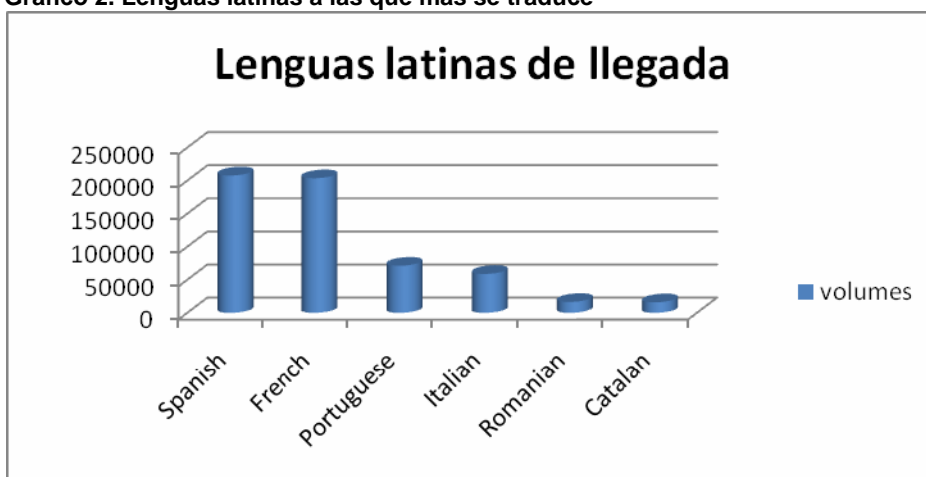
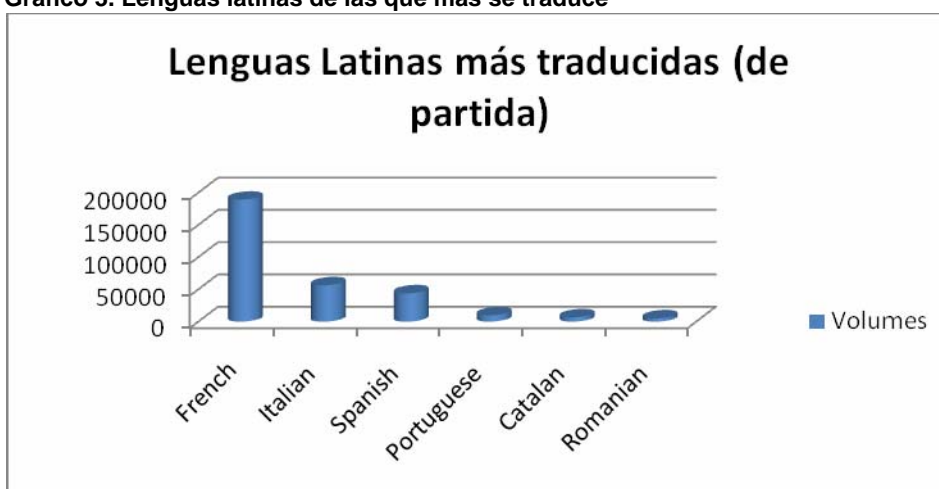
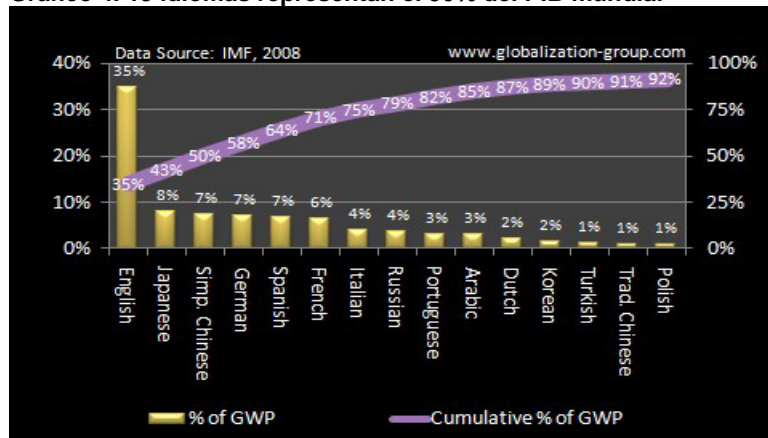


Gráfico 3. Lenguas latinas de las que más se traduce



Según *The International Business Edge*, las 15 lenguas principales del mundo, en las que el portugués ocupa el noveno puesto, contribuyen el 90% del PIB mundial, en gran parte gracias a lo aportado por Brasil que, según la misma fuente, es la 10ª economía del mundo.

Gráfico 4. 15 idiomas representan el 90% del PIB mundial



Fuente: *The International Business Edge*, 2010.

El estudio *O sector cultural e criativo em Portugal*, antes mencionado, reveló que si bien este sector contribuye de forma significativa a la economía nacional, la posición de la economía portuguesa en el comercio internacional de bienes y servicios culturales podría beneficiarse de forma considerable del aprovechamiento de oportunidades de la demografía geográfica de la lengua portuguesa en el mundo y que, además, los vínculos que se establecen entre el área tecnológica y las dimensiones culturales podrían contribuir significativamente a la internacionalización del portugués, lo que sin duda alguna depende del desarrollo de políticas concertadas y eficaces de los diversos países de la CPLP.

Conclusión: En el presente estudio hemos intentado aportar datos e información relevante sobre la presencia de la lengua portuguesa en los diversos sectores de la sociedad del conocimiento de los países de la CPLP, donde dicha presencia no siempre es explícita, aunque subyace en varios sistemas de producción y distribución, contribuyendo, ya sea de forma directa o indirecta, a la riqueza de sus hablantes. Como se puede observar en las diversas fuentes consultadas, tales datos no siempre son rigurosos y consistentes, ni abarcan a todos los hablantes ni a todas las “presencias” de la lengua en la sociedad del conocimiento.

Lo importante, sin embargo, más que el recuento demográfico, que el número de páginas en Internet o que los porcentajes de contribución a los PIB –dicho de otro modo, más que los propios indicadores–, es observar de qué modo la presencia activa de los usuarios de la lengua portuguesa en distintos sectores del conocimiento y de la sociedad de la información puede proyectar el valor de la lengua en red, creando valor y conocimiento en las diversas sociedades donde es utilizada.

En los países miembros de la CPLP, la lengua portuguesa puede y debe ser un elemento de unión de los hablantes y un activo que les permita acceder a más formación, a más información y, por consiguiente, a más conocimiento, de modo que contribuya de forma

eficaz al desarrollo nacional, principalmente al nivel del indicador IDI, uno de los principales en la medición de la sociedad del conocimiento.

El desarrollo de este capital humano puede traducirse en un mayor crecimiento económico y en más bienestar, dado que, según Luís Reto, en la relación entre los países de la CPLP y las comunidades de expresión portuguesa residentes en otros países, la comunidad lingüística es un elemento facilitador de la inversión directa en el extranjero, de los intercambios comerciales y de la integración de las comunidades inmigrantes.

Los indicadores incluidos en el presente estudio también ponen de manifiesto la rápida expansión del portugués como vehículo de comunicación y de difusión del conocimiento, así como el potencial de crecimiento económico de las comunidades que utilizan el portugués, en particular de Brasil, que en 2009 era la 10ª economía. Esta tendencia no pasó desapercibida a los principales agentes económicos; así, por ejemplo, según la revista *Fortune*, 400 de las 500 mayores empresas que figuran en ella tenían intereses directos en Brasil.

Por otro lado, los países africanos de expresión portuguesa, en especial Angola, si bien no forman parte de los Top 26 (*The International Business Edge*) destacan en el mercado de recursos naturales, siendo bastante atractivos para los inversores americanos y chinos, entre otros; en la actualidad, China es uno de los países con mayor expansión del aprendizaje del portugués.

Por consiguiente, el portugués tiene un valor relevante para la entrada en los diversos mercados emergentes y en las sociedades donde es la lengua oficial, facilitando la internacionalización de sus economías y su fortalecimiento en la sociedad del conocimiento.

Es posible identificar un conjunto de escenarios y actores en los que el portugués puede ser, en efecto, una lengua de conocimiento con potencial económico, tanto en los distintos países que comparten la lengua como idioma oficial, como en el mercado global.

- (a) Países Africanos de Lengua Oficial Portuguesa (PALOP): el portugués puede servir de puente con Europa, Brasil y Asia, pudiendo generar conocimiento para el capital social de los países desarrollados y los inversores y, además, contribuyendo al desarrollo tecnológico, social, organizacional y económico de los países que reciben dicha inversión.
- (b) Brasil y Angola: dos mercados actualmente muy atractivos para la inversión extranjera, por lo que la lengua portuguesa podrá funcionar esencialmente como un elemento de comunicación comercial, por un lado, y como facilitador de la producción y distribución de bienes tangibles e intangibles (como las industrias culturales y las culturas locales), por otro, aprovechando el atractivo y el exotismo que las caracteriza (por ejemplo: narrativa, música y danza, literatura).
- (c) Portugal: pese a su menor dimensión, podrá ser un intermediario decisivo entre Europa, Sudamérica, África y Asia (China, Macao, Goa), generando sinergias y gestionando conocimiento de los diversos contextos y actores y

oportunidades en los mercados de expresión portuguesa, con los distintos actores internacionales.

Por último, para poder contribuir a la sociedad del conocimiento es preciso, por encima de todo, valorar la lengua como factor de identidad entre ocho países de expresión oficial, como medio de comunicación global, mitigar las diferencias en el escenario internacional (de modo que las diversas variantes no creen contravalores) y dejar que los hablantes, los nativos y quienes tienen el portugués como lengua extranjera, utilicen este idioma de forma que verdaderamente constituya un vehículo de conocimiento en la sociedad de la información, donde no existen dueños, ni restricciones ortográficas, ni formas únicas, y donde la lengua constituye un código abierto, sujeto a intervenciones, *upgrades* y personalizaciones de los usuarios activos.

Alexandra Albuquerque

Docente del Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) y doctoranda en el Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa

José Paulo Esperança

Profesor catedrático del ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa