

NOVOS AGENTES E RELAÇÕES INTERNACIONAIS: AS RELAÇÕES SINO-BRASILEIRAS E O ENSINO DO MANDARIM NO BRASIL DURANTE O GOVERNO DILMA ROUSSEFF

NEW AGENTS AND INTERNATIONAL RELATIONS: SINO-BRAZILIAN RELATIONS AND MANDARIN'S TEACHING IN BRAZIL DURING DILMA ROUSSEFF'S GOVERNMENT

NUEVOS AGENTES Y RELACIONES INTERNACIONALES: LAS RELACIONES CHINO-BRASILEÑAS Y LA ENSEÑANZA DEL MANDARÍN EN BRASIL DURANTE EL GOBIERNO DE DILMA ROUSSEFF

Walter do Nascimento Neto¹

Resumo

Esta pesquisa, de caráter bibliográfico, avalia a importância do estudo do mandarim no Brasil durante o governo de Dilma Rousseff, em relação a questões sociais, econômicas e culturais. A metodologia utilizada engloba conceitos construtivistas e de autores relacionados à literatura de negócios internacionais. Por meio do método quantitativo, observou-se baixa exigência de fluência em mandarim da parte de empregadores no mercado brasileiro em relação a idiomas como o francês e o alemão. Ademais, demonstra-se a relevância dos conceitos de *atos de fala* e *distância psíquica* para o desenvolvimento das relações sociais e das negociações comerciais internacionais.

Palavras-chave: mandarim; Instituto Confúcio; relações sino-brasileiras.

Abstract

This research, of bibliographical nature, evaluates the importance of Mandarin study in Brazil during Dilma Rousseff's government, in relation to social, economic, and cultural issues. The methodology used encompasses constructivist concepts and authors related to the international business literature. Through the quantitative method, it observed a low demand for fluency in Mandarin by employers in the Brazilian market compared to languages such as French and German. Moreover, it demonstrates the relevance of the concepts of *speech acts* and *psychic distance* for social relations and international business negotiations' development.

Keywords: mandarin; Confucius Institute; Sino-Brazilian relations.

Resumen

Esta investigación, de carácter bibliográfico, evalúa la importancia del estudio del mandarín en Brasil durante el gobierno de Dilma Rousseff, en relación con cuestiones sociales, económicas y culturales. La metodología utilizada incluye conceptos constructivistas y de autores relacionados con la literatura de negocios internacionales. Por medio del método cuantitativo, se pudo observar baja exigencia de fluencia en mandarín de parte de empleadores en el mercado brasileño, si se compara con idiomas como el francés y el alemán. Además, se demuestra la relevancia de los conceptos de *actos de habla* y *distancia psíquica* para el desarrollo de relaciones sociales y comerciales internacionales.

Palabras-clave: mandarín; Instituto Confucio; relaciones chino-brasileñas.

1 Introdução

¹ Bacharel em Relações Internacionais, UNINTER; Bacharel em Ciência Política, UNINTER; Especialização em Metodologia de Ensino de Português para Estrangeiros, UNINTER. E-mail: walterdonascimentoneto@gmail.com.

Estabelecidas na década de 70, as relações diplomáticas entre Brasil e China evoluem de forma acelerada. O presente artigo objetiva explorar a importância do diálogo bilateral com o gigante asiático e avaliar a importância do estudo do mandarim no Brasil durante o governo da presidente Dilma Rousseff.

Considerando a comunicação e a criação da interação sino-brasileira, o artigo buscará responder ao seguinte questionamento: *como o uso dos conceitos ocidentais, que elevam o inglês como língua universal, podem dificultar a aproximação entre as relações sino-brasileiras?* Pois, apesar do avanço tecnológico e da aproximação entre diversas culturas devido ao nível de globalização que a humanidade atingiu, ainda existem muitas barreiras impostas pela língua, as quais podem ser determinantes nas relações entre países ou mesmo entre pessoas. Sendo assim, aprender o mandarim pode significar uma vantagem para aqueles interessados em trabalhar diretamente com questões comerciais entre o Brasil e a China, questões políticas como acordos de cooperação bilateral, ou mesmo como diferencial para o desenvolvimento pessoal e profissional.

Analisar-se-á a importância do estudo de novos agentes nas relações internacionais e a busca pelo entendimento de como a comunicação pode criar a interação entre o Brasil e a China. Além disto, serão apresentados dados referentes a importância do crescimento das relações Brasil-China e os desafios gerados pelo baixo conhecimento entre as duas culturas. Para tanto, primeiramente, destacam-se números pertinentes ao aumento das relações comerciais entre os dois países em comparação com outros principais parceiros comerciais do Brasil. Em seguida, examinam-se qualitativamente tais informações, por meio do conceito de Distância Psíquica, elaborado por Beckerman (1956) e Linnemann (1966), para explicar como a cultura interfere nas relações sino-brasileiras. Ademais, serão utilizados conceitos construtivistas, como os do teórico Nicholas Onuf, que aborda regras, agentes e estrutura para o entendimento acerca da noção de construção social.

Coletaram-se dados ligados ao ensino do mandarim, entre outros idiomas, como o francês, o alemão, o italiano e o japonês, para demonstrar a proporcionalidade em relação ao comércio, e verificar o impacto sobre a agenda a curto e médio prazo por meio de uma análise quantitativa. A hipótese aqui levantada é a de que o aprendizado/difusão do mandarim diminui a rigidez e amplia as relações sino-brasileiras.

2 O dialeto mandarim e a sua importância pra as relações sino brasileiras

Conforme informações disponíveis no site do Itamaraty, a República Federativa do Brasil e a República Popular da China estabeleceram relações diplomáticas em 1974, e tais se desenvolveram e se tornaram complexas. O diálogo bilateral possibilitou o estabelecimento de “Parcerias Estratégicas”, como a criação da Comissão Sino-Brasileira de Alto Nível de Concertação e Cooperação (COSBAN), em 2004, e, em 2010, do Plano de Ação Conjunta (PAC) 2010-2014, com o objetivo de definir metas, objetivos e orientações às relações bilaterais. Em maio de 2015 uma versão atualizada deste plano, com vigência entre 2015 e 2021, foi assinada pela presidente Dilma Rousseff e pelo Primeiro-Ministro chinês Li Keqiang, de modo que as relações se elevaram ao nível de “Parceria Estratégica Global”. A partir de um Diálogo Estratégico Global entre Ministros das Relações Exteriores, firmou-se o Plano Decenal de Cooperação (2012-2021).

Lima (2016) mostra que o plano decenal de cooperação, no *capítulo 5: Cooperação Cultural e Educacional e Intercâmbio entre os Povos*, tem por objetivo reforçar a cooperação no campo do ensino de línguas, com apoio do ensino da língua chinesa e inclusão da abertura de Institutos Confúcio no Brasil. Outrossim, o Brasil apoiará o ensino da língua portuguesa na China ao enviar professores de línguas para universidades chinesas. Desta forma, promove-se o entendimento mútuo, por meio do apoio a estudos em universidades do país cooperado.

De acordo com o site oficial do Instituto Confúcio (Hanban), instituição pública e afiliada ao Ministério da Educação da República Popular da China, seu objetivo é promover espaços para que pessoas de todo o mundo tenham a oportunidade de aprender sobre a cultura e a língua chinesas, servindo também como plataforma para intercâmbios culturais entre China e outros países, para o fortalecimento de laços de amizade e cooperação. Os Institutos operam em cooperação com faculdades e universidades em todo o mundo. No Brasil existem Institutos Confúcio instalados em dez instituições de ensino superior, públicas e privadas, tais como: Universidade de São Paulo (USP); Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP); Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Universidade de Pernambuco (UPE); Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Universidade de Brasília (UNB); Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO); Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP); Universidade Federal do Ceará (UFC); Universidade do Estado do Pará (UEPA).

Estes acordos bilaterais sino-brasileiros trazem à superfície questões relacionadas a importância de se aprender o mandarim e sua relevância para a aproximação Brasil-China nas áreas sociais, econômicas e culturais.

Desta forma, considera-se a globalização e o avanço tecnológico como fatores que possibilitam maior aproximação social e cultural entre sociedades localizadas em regiões extremas do planeta. De acordo com Dias (2010), o processo crescente de globalização provoca alterações em vários setores sociais, um movimento acelerado de reorganização e reordenamento social, cultural e institucional submetido, em linhas gerais, aos ditames da economia. A tecnologia sustenta uma revolução que aproxima diversos pontos do planeta e, desta forma, o Estado como organização política que controla determinado território, passa por um momento de desmembramento, porque as questões relacionadas a distância ultrapassam o controle governamental, em vista do aumento nas relações transnacionais operadas por indivíduos.

A abordagem construtivista do teórico Nicholas Onuf defende a relevância do *ato da fala* na formação de um mundo social. O autor pertence ao movimento *Virada Linguística*, que durante o terceiro debate nas RIs focou na relação entre linguagem e realidade.

Segundo Nogueira e Messari (2005) a virada linguística utiliza regras e normas que orientam o discurso, e, como são pontos centrais na análise dos eventos sociais, levam os construtivistas a considerarem que a realidade é socialmente construída.

Para o construtivismo é fundamental a posição de que os seres humanos são seres sociáveis e que não seríamos humanos senão pelas relações sociais. Em outras palavras, relações sociais fazem e constroem pessoas – nós mesmos — no tipo de ser que somos. Por consequência, nós fazemos o mundo do jeito que ele é, desde o que fazemos com a matéria-prima fornecida pela natureza, fazendo o que fazemos uns com os outros e falando o que falamos uns para os outros. De fato, falar é fazer: falar é, sem sombra de dúvida, a maneira mais importante de fazermos do mundo o que ele é. (ONUF, 1998, p. 59, grifo e tradução do autor).

O construtivismo em Onuf baseia-se na chamada virada linguística. Para o autor, as regras regulam os discursos, conferindo-lhes valor de ação porque as palavras transformam a realidade e o mundo social, ou seja, falar é tão importante quanto agir, pois, para tanto, é necessário pensar. Assim, as pessoas comunicam o mundo da forma como o interpretam. A linguagem é constitutiva e não apenas representa o mundo como ele é. O discurso produz regras e políticas, e expressa nossos objetivos e intenções.

As regras tornam a vida social inteligível para aqueles que participam dela. Parafraseando Giddens (1984:1-2), os seres humanos não podem sobreviver em programas com códigos genéticos. Eles precisam de habilidades cognitivas. As regras permitem-lhes a conhecimentos necessários para a sobrevivência, que simultaneamente proporciona a sua vida um significado subjetivo. A realidade social é o resultado. (ONUF, 1989, p. 59, grifo e tradução do autor).

Onuf (1998) aponta que o construtivismo é uma forma de estudar as relações sociais, porém, não oferece explicações gerais sobre o que as pessoas fazem, o porquê das diferenças entre sociedades, ou mesmo sobre as mudanças que acontecem no mundo. Quando usado sistematicamente, o construtivismo busca valores em diferentes materiais, formando ligações onde não se vê possibilidades.

Em sua obra *World of Our Making* (1989), Onuf trata dos *atos de fala*, relacionando linguagem à ação, isto é, dizer algo. Onuf lista três tipos de atos de fala: assertivos, diretivos e compromisso. Os atos assertivos relacionam conhecimento sobre o mundo, os diretivos são relacionados a instruções, e os de compromisso dizem respeito a promessas. Segundo Onuf, é a partir dos atos de fala que surgem as regras, visto que o construtivismo entende o ser humano como ser social, definido através das relações sociais.

Outro aspecto muito importante para a avaliação da importância do ensino do mandarim no Brasil durante o governo da presidente Dilma Rousseff é o levantamento de dados econômicos relativos ao comércio internacional, identificando seus principais parceiros importadores, em comparação à demanda por empregados fluentes em um segundo idioma no mercado de trabalho brasileiro.

Segundo dados divulgados pelo site *Governo do Brasil*, em 1º de junho de 2016 a China foi o país que mais importou produtos do Brasil em maio do mesmo ano, adquirindo cerca de US\$ 4,6 bilhões, e ganhando destaque na pauta de exportações brasileiras. De acordo com o site, depois da China, os 2º, 3º e 4º lugares do ranking ficaram com a União Europeia (US\$ 3 bilhões), os Estados Unidos (US\$ 1,9 bilhões) e Argentina (US\$ 1,2 bilhões).

A China figura entre as principais fontes de investimento estrangeiro direto no Brasil, com destaque para os setores de energia e mineração, siderurgia e agronegócio. Tem-se observado, também, diversificação dos investimentos chineses no país para segmentos como telecomunicações, automóveis, máquinas, serviços bancários e infraestrutura. Há importantes investimentos brasileiros na China, em setores como aeronáutico, mineração, alimentos, motores, autopeças, siderurgia, papel e celulose, e serviços bancários. (BRASIL, [s.d.], [n.p.]).

Em contraste com tais dados há uma publicação feita pelo site *Época Negócios Online*, em 23 de março de 2016, que aponta os idiomas mais exigidos pelas empresas brasileiras depois do inglês e do espanhol. Os dados foram fornecidos pelo site de empregos *Catho*, premiado como melhor empresa na categoria Empregos e RH pelo *Prêmio Época ReclameAQUI* de 2016. No ranking dos idiomas mais exigidos pelo mercado de trabalho até novembro de 2015 (período de levantamento dos dados), destacam-se o francês, com 1074 vagas abertas, depois o japonês, com 160 vagas abertas, em seguida o alemão, com 153 vagas, o italiano, com 112 vagas, e o

chinês, com 37 vagas. Outro dado importante desta pesquisa foi a ordem dos idiomas mais falados depois do inglês e do espanhol: observa-se que o chinês também permanece em 5º lugar depois do francês, italiano, alemão e japonês.

Sobre o aspecto comercial e de negócios de mercado, existe uma abordagem de percepção de diferenças e similaridades entre diversas economias, empresas transnacionais, multinacionais e empresas de comércio exterior. A literatura de negócios internacionais traz com grande frequência o construto *distância psíquica*, que, de acordo com Sousa (2003, p. 50):

A distância psíquica e a distância cultural são utilizadas como variável chave na explicação da expansão para mercados exteriores e para o comércio internacional. Supõe-se que as diferenças culturais entre o mercado doméstico e o mercado exterior criam uma distância que influencia a atividade da empresa na arena internacional. (SOUZA, 2003, p. 50).

Desta forma, a distância psíquica pode ser entendida como “fatores que podem atrapalhar o fluxo das negociações entre o mercado e empresas”. Em sua obra *Distance and the pattern of intra-european trade, Review of Economics and Statistics*, o autor Beckerman (1956) utiliza pela primeira vez o termo “distância psíquica”, ao propor que as relações entre compradores e fornecedores são estabelecidas e mantidas através de fatores comportamentais. O autor Linnemann (1966) aborda percepções de risco como: idioma, diferenças culturais e informações distorcidas.

Outra definição de distância psíquica relevante em relação ao trato comercial entre o Brasil e a China — cuja grande diferença cultural pode ser amenizada com o aprendizado do idioma nativo chinês — diz respeito a percepção da verdadeira necessidade da demanda, do entendimento e do produto ofertado, pois, “[...] uma medida que a dificuldade que o vendedor tem de perceber ou estimar as necessidades do comprador, ou a dificuldade correspondente que o comprador experimenta para perceber a oferta do vendedor” (HALLÉN; WIEDERSHEIM-PAUL, 1984, p. 293).

Autores como Arenius, Celaya e Swit, Baak e Baak trazem uma visão mais atual e globalizada para o termo *distância psíquica*. Arenius (2005, p. 115) diz que “é definida como os fatores, tais como diferenças no idioma, práticas culturais e de negócios, que previnem ou perturbam o fluxo de informação entre a empresa e o mercado”; segundo Celaya e Swift (2006, p. 231), está relacionada ao “grau/extensão da diferença que as pessoas de uma cultura percebem entre elas e as pessoas de outra cultura”; Baack e Baack (2006, p. 229) a definem como “a agregação das distâncias nacional e de negócios sendo processada através da experiência individual”.

3 Considerações finais

Este trabalho teve como objetivo contribuir para a avaliação da importância do ensino/estudo do mandarim no Brasil durante o governo da presidente Dilma Rousseff. Observou-se que, devido a parcerias estratégicas entre o Brasil e a China, como a que ocorreu a partir da assinatura da versão atualizada do Plano de Ação Conjunta vigente entre 2015 e 2021, bem como pelo estabelecimento do Plano Decenal de Cooperação 2012-2021, houve a abertura de institutos Confúcio no Brasil com o intuito de promover cooperação cultural e educacional, assim como intercâmbio entre os povos. Isto resultou na instalação de dez unidades do instituto em cinco regiões do país no período entre 2011 e 2016. Ademais, por meio da abordagem construtivista do teórico Nicholas Onuf, destacou-se a importância do ato da fala na construção das relações sociais.

Comparando os principais parceiros comerciais do Brasil em relação à exigência de fluência em um segundo idioma no mercado de trabalho brasileiro, além dos predominantes inglês e espanhol, constatou-se que durante os meses de maio e junho de 2016 a China se destacou como o país para o qual o Brasil mais exportou, porém, em contraponto, a exigência do mandarim como segunda língua para o mercado de trabalho brasileiro ficou em quinto lugar.

A importância do idioma para as negociações comerciais entre diferentes culturas gerou o conceito de *distância psíquica*, e suas concepções atualizadas como quesito relevante para o desenvolvimento, aproximação e fluidez das negociações internacionais. Desta forma, como resultado desta pesquisa pode-se considerar verdadeira a hipótese de que o aprendizado/difusão do mandarim diminui a rigidez e amplia as relações sino-brasileiras.

Mediante a grande variedade de instituições de ensino de mandarim no Brasil, a possibilidade de uma pesquisa quantitativa mais profunda sobre essas instituições em comparação com a quantidade de empresas e multinacionais chinesas instaladas no Brasil possibilitaria um maior entendimento sobre a necessidade do estudo do mandarim, de suas vantagens competitivas no mercado de trabalho, e de maior desenvolvimento de relações sino-brasileiras em áreas específicas da indústria e do comércio no Brasil.

Referências

ARENIUS, P. The Psichiq Distance Postulate Revised: From Market Selection to Speed of Market Penetration. **Journal of International Entrepreneurship**, [s.l.], v. 3, n. 2, p. 115-31, 2005.

- BAACK, D. W.; BAACK, D. Psychic distance: a conceptual framework. **Proceedings of the Annual Meeting of The Association of Collegiate Marketing Educators**, 2006.
- BECKERMAN, W. Distance and the pattern of intra-european trade. **Review of Economics and Statistics**, Cambridge, v. 28, n. 1, 31-40, 1956.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **República Popular da China**. Gov.br. [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <http://antigo.itamaraty.gov.br/pt-BR/ficha-pais/4926-republica-popular-da-china>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- CELAYA, L.; SWIFT, J. S. Pre-departure cultural training: US managers in Mexico. **Cross Cultural Management: An International Journal**, [s.l.], v. 13, n. 3, p. 230-43, 2006.
- CHINA lidera ranking de maiores compradores do Brasil. **O Economista**, 2 jun. 2016. Disponível em: <https://www.oeconomista.com.br/china-lidera-ranking-de-maiores-compradores-do-brasil/>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- DIAS, Reinaldo. **Relações Internacionais**: introdução ao estudo da sociedade internacional global. São Paulo: Atlas S.A., 2010.
- HABAN. Instituto Confúcio para Negócios. **Hanban e Instituto Confúcio**. FAAP. Disponível em: <http://www.faap.br/institutoconfucio/hanban.asp>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- HALLÉN, L.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The evolution of psychic distance in international business relationship. In: HAGG, I.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. **Between Market and Hierarchy**. Uppsala: University of Uppsala, 1984. p. 15-27.
- LIMA, Sérgio Eduardo Moreira. **Brasil e China**: 40 anos de relações diplomáticas — análises e documentos. Brasília: FUNAG, 2016.
- LINNEMANN, H. **An econometric study of international trade flows**. Amsterdam: NorthHolland Pub. Co., 1966.
- NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. **Teoria das relações internacionais**: correntes e debates. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- ONUF, Nicholas Greenwood. Constructivism: A User's Manual. In: ONUF, Nicholas. **International Relations in a Constructed World**. 1. ed. New York: M. E. Sharpe, 1998. p. 58-78.
- ONUF, Nicholas Greenwood. **World of Our Making**: Rules and Rule in Social Theory and International Relations. Columbia: University of South Carolina Press, 1989.
- QUAIS OS idiomas mais exigidos pelas empresas brasileiras depois de inglês e espanhol? **Época Negócios**, São Paulo, 26 mar. 2016. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2016/03/quais-os-idiomas-mais-exigidos-pelas-empresas-brasileiras-depois-de-ingles-e-espanhol.html>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- RECLAME AQUI. **Prêmio Época Reclame Aqui 2016**. 2016. Disponível em: <https://premio.reclameaqui.com.br/anosanteriores/2016>. Acesso em: 14 jul. 2021.

SOUSA, C. M. P. Towards a New Understanding of Export Performance: An Analysis of Values, Perceptions and Strategy. 2003. Thesis (Ph.D. on Marketing) — University College Dublin, Dublin, 2003.