



Revista Brasileira de Comércio Exterior

Ano XXXVIII

161

Outubro,
Novembro e
Dezembro
de 2024

Multipolaridade

Trade Finance & Negócios

Branding & Linguagem

SheTrader & Commodities

Imagem de Gard Altmann por Pixabay



FUNCEX



**fundação
centro de estudos
do comércio
exterior**

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

EDITORIAL**2 G20 e desafios para 2025***Miguel Lins***ENTREVISTA****4 Atilio Rulli***Vice-presidente de Relações Públicas da Huawei América Latina e Caribe***COMENTÁRIO INTERNACIONAL****10 A economia e o cobertor curto***George Vidor***INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS****12 Internacionalização das empresas brasileiras no mundo multipolar***Antonio Carlos da Silveira Pinheiro***TRADE FINANCE****16 Trade Service e Banking as a Service... A inovação em Comércio Exterior!***Cristiane de Freitas***AMBIENTE DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS****18 A presidência brasileira do G20 em 2024: uma avaliação***Felipe Hees***28 La posible incorporación de Colombia a la Iniciativa de la Franja y la Ruta, puede ser la puerta a una gran oportunidad de desarrollo económico o su error más grave a nivel geopolítico***Santiago Cabrera Grajales***32 Exportação Acelerada: Expansão dos Negócios Internacionais***Henry Uliano Quaresma***36 Por um Programa Brasileiro de Sustentabilidade para as exportações***Marina de Almeida Bezerra Reis***38 Os reflexos das eleições norte-americanas na cadeia global de gás natural liquefeito e, em especial, no Brasil***Luis Augusto Medeiros Rutledge***INDICADORES FUNCEX****42 Séries históricas de indicadores do comércio exterior***Henry Pourchet***MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS****48 Mobilização de recursos internos para financiar as exportações com os acúmulos de ICMS nas vendas externas***Jorge Sabione***54 Mobilização de Recursos Internos para financiar as vendas externas com os créditos do Funrural de exportação indireta***Felipe Fortunato***BRANDING E LINGUAGEM****58 Qualificação Empresarial para Branding Intercultural como Estratégia Integrada de Promoção Comercial***Rodrigo Solano***64 O Papel da Linguagem no Comércio Internacional e nas Cadeias Globais de Valor***Paulo Pandjarian***PRÁTICA DE COMEX****70 Exportação de commodities***Romulo Del Carpio***78 Shetrader, She4trade e He4she para o Brasil***Mario Cordeiro de Carvalho Junior e Renata Sanchez*

O Papel da Linguagem no Comércio Internacional e nas Cadeias Globais de Valor



Paulo
Pandjarian

A globalização remodelou profundamente a economia mundial nas últimas décadas, criando redes comerciais intrincadas e interconectadas. Nesse cenário, o conceito de **cadeias globais de valor (CGVs)** emergiu como uma estrutura essencial para entender o comércio internacional moderno. As CGVs refletem a crescente segmentação da produção e distribuição de bens e serviços em múltiplas etapas, frequentemente realizadas em diferentes países. O surgimento dessas cadeias trouxe um novo dinamismo para o comércio, mas também expôs uma série de desafios, entre eles o da comunicação eficiente entre os diversos atores globais.

A comunicação, particularmente a **linguagem**, ocupa uma posição central nesse cenário. O sucesso ou fracasso das operações internacionais depende da clareza e da precisão com que as informações são trocadas ao longo da cadeia produtiva. No entanto, as barreiras linguísticas podem representar obstáculos significativos, exacerbando problemas de coordenação, aumentando custos e, em casos mais graves, levando à falência de parcerias comerciais. Neste artigo, exploramos como as questões linguísticas impactam o funcionamento das CGVs e propomos soluções para superar esses desafios no comércio internacional.

CADEIAS GLOBAIS DE VALOR: INTERDEPENDÊNCIA E COMUNICAÇÃO

As CGVs fragmentam o processo de produção globalmente, distribuindo a fabricação, o design, o marketing e a distribuição em diversos países, cada um especializado em uma etapa do processo. Isso gera benefícios econômicos consideráveis, permitindo que empresas multinacionais otimizem custos e aumentem a eficiência. No entanto, essa segmentação intensifica a necessidade de **comunicação eficiente** entre os atores envolvidos, muitos dos quais operam em diferentes idiomas e sistemas culturais.

.....

Paulo Pandjarian é um profissional com mais de 30 anos de experiência. Mestrando no PROLAM Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina na USP - Universidade de São Paulo. Pesquisador da Cátedra Otavio Frias Filho de Estudos em Comunicação, Democracia e Diversidade do Instituto de Estudos Avançados da USP. Com recente Pós-Graduação em Gestão Empresarial pela Fundação Instituto de Administração, é formado e especializado em jornalismo, fluente em inglês e com bons conhecimentos em espanhol. Ele vem desenvolvendo suas expertises em Relações Institucionais e Governamentais e Comunicação Corporativa Interna e Externa em áreas como Vendas e Marketing, Varejo, Educação Profissional, Comércio Exterior, Veículos de Comunicação e Executive Search. Participou de projeto internacional, com presença de mais de 60 países, desenvolvendo uma visão abrangente de multiculturalismo. Possui bom trânsito nas esferas de Governo, em todos os seus níveis federal, estadual e municipal. Liderou e motivou equipes a se comprometer com resultados, elegendo competência e ética como lemas. Cerimonialista, conhece bem os desafios do Protocolo governamental.



Nas CGVs, a capacidade de transmitir informações de forma clara e precisa entre fábricas, fornecedores e distribuidores é vital para garantir a continuidade e a qualidade da produção. Um erro de interpretação em um pedido ou um contrato mal traduzido pode resultar em produtos defeituosos, atrasos no fornecimento ou até mesmo quebra de contrato. Além disso, questões regulatórias, como a conformidade com padrões de segurança ou normas ambientais, variam de país para país, exigindo que todas as partes estejam bem informadas e alinhadas.

Por exemplo, uma empresa que terceiriza a produção de componentes eletrônicos para fábricas localizadas em diferentes partes da Ásia pode enfrentar desafios linguísticos significativos se a comunicação entre engenheiros e gerentes de produção não for eficaz. Nesse contexto, o uso de uma **língua franca**, como o inglês, tornou-se comum, mas, como veremos, não é uma solução universal e nem sempre suficiente para superar todas as barreiras linguísticas.

O INGLÊS COMO LÍNGUA FRANCA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Embora o mundo globalizado seja multilíngue, o **inglês** se consolidou como a principal língua para os negócios internacionais, tanto no comércio quanto na diplomacia. Essa predominância está historicamente ligada ao papel hegemônico dos países de língua inglesa – es-

pecialmente o Reino Unido e os Estados Unidos – no cenário econômico e político mundial. Desde o início do século XX, o inglês tem sido o idioma preferencial para a **redação de contratos comerciais**, a condução de reuniões internacionais e a publicação de documentos jurídicos e técnicos.

A predominância do inglês como língua franca facilita a comunicação entre partes que, de outra forma, não teriam um idioma comum. No entanto, essa dependência do inglês também apresenta suas limitações. Em muitas partes do mundo, a fluência em inglês é restrita a uma elite educada, deixando grande parte da força de trabalho e dos empresários locais em uma posição de desvantagem. Além disso, o uso do inglês nem sempre resolve completamente os problemas de comunicação, especialmente quando há nuances culturais e legais envolvidas.

O PAPEL DAS OUTRAS LÍNGUAS NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Apesar da importância do inglês, outras línguas continuam a desempenhar um papel crucial no comércio internacional, especialmente em nível regional. Em países da Ásia Oriental, por exemplo, o **mandarim** é amplamente utilizado nas negociações comerciais entre China e seus parceiros comerciais mais próximos. Na América Latina, o **espanhol** e o **português** dominam as transações comerciais, enquanto no Oriente Médio, o **árabe** ocupa um lugar central.

A **diversidade linguística** também tem implicações no contexto jurídico e regulatório. Em muitos países, patentes, marcas registradas e outros documentos legais devem ser submetidos nas línguas locais, o que pode gerar desafios adicionais para empresas estrangeiras. Em alguns casos, traduções mal feitas ou inadequadas podem resultar na perda de direitos de propriedade intelectual, acarretando perdas financeiras significativas.

“

No comércio internacional, é essencial que as empresas compreendam as **diferenças culturais** de seus parceiros comerciais. Isso inclui não apenas a língua, mas também as expectativas em relação a prazos, hierarquias, formalidades e até mesmo a linguagem corporal

”

Por exemplo, empresas que desejam registrar patentes na **China** enfrentam desafios complexos, pois as descrições técnicas e legais devem ser apresentadas em chinês. Se a tradução não for exata, há o risco de que a patente seja invalidada ou mal interpretada pelos reguladores locais. Esse desafio é exacerbado pela natureza técnica dos documentos de patentes, que exigem precisão terminológica tanto na língua original quanto na tradução.

TRADUÇÃO DE PATENTES E MARCAS: DESAFIOS E NECESSIDADES

A tradução de documentos técnicos, como patentes e marcas registradas, é uma tarefa extremamente especializada. Não basta simplesmente traduzir palavras de uma língua para outra; é necessário compreender o contexto técnico e jurídico do documento e garantir que o significado seja transmitido com precisão. Tradutores especializados em patentes precisam ter **conhecimento técnico** nas áreas de engenharia, química ou tecnologia, além de dominar os termos jurídicos específicos de cada país.

Além disso, a tradução de contratos e documentos jurídicos levanta questões de **interpretação legal**. Diferentes sistemas jurídicos podem ter abordagens distintas para termos aparentemente semelhantes, e uma tradução imprecisa pode resultar em disputas legais. Isso torna essencial que empresas que operam internacionalmente invistam em **tradutores jurídicos experientes**, capazes de entender tanto o direito internacional quanto o local.

“

A formação contínua de funcionários é uma estratégia indispensável para enfrentar as barreiras linguísticas e culturais. Empresas que operam globalmente devem fornecer **treinamentos interculturais** que incluam aspectos linguísticos, ajudando os funcionários a compreenderem melhor as culturas e os idiomas de seus parceiros comerciais

”

Para tornar mais grave a situação, muitos países exigem que as patentes e marcas sejam submetidas na língua local, o que cria uma **dependência de tradutores especializados**. Embora ferramentas de tradução automática tenham avançado significativamente nos últimos anos, ainda não são capazes de lidar com a complexidade de documentos técnicos e jurídicos, especialmente quando se trata de detalhes sutis ou ambiguidades legais.

INTEGRAÇÃO LINGUÍSTICA E CULTURAL: DESAFIOS DO DIA A DIA

Além das barreiras linguísticas propriamente ditas, as **diferenças culturais** entre os países podem agravar os problemas de comunicação. Em alguns países, por exemplo, a comunicação tende a ser direta e objetiva, enquanto em outros, as interações são mais indiretas e baseadas em normas sociais não ditas. Essas diferenças culturais podem gerar mal-entendidos, especialmente quando as negociações envolvem vários países com tradições empresariais e culturais divergentes.

No comércio internacional, é essencial que as empresas compreendam as **diferenças culturais** de seus parceiros comerciais. Isso inclui não apenas a língua, mas também as expectativas em relação a prazos, hierarquias, formalidades e até mesmo a linguagem corporal. Ignorar essas nuances pode resultar em negociações fracassadas, relacionamentos comerciais tensos ou, no pior dos casos, a perda de oportunidades de negócios valiosas.

SOLUÇÕES PARA SUPERAR AS BARREIRAS LINGUÍSTICAS

Diante dos desafios que as barreiras linguísticas impõem ao comércio internacional, é possível adotar uma série de estratégias para mitigar esses problemas e facilitar a comunicação nas CGVs. As soluções aqui propostas não são universais, mas visam abordar as questões linguísticas de maneira prática, levando em consideração a realidade das empresas multinacionais e dos mercados emergentes.

1. Padronização de Documentos Multilíngues

Empresas globais devem investir na **padronização de documentos** em múltiplos idiomas. Isso inclui desde contratos comerciais até manuais de operação, fichas técnicas e regulamentos de conformidade. Documentos padronizados multilíngues podem minimizar erros de

tradução e garantir que todas as partes compreendam os termos e condições essenciais para a operação da CGV.

2. Tecnologias de Tradução Avançada

O uso de ferramentas de tradução automatizada tem avançado consideravelmente com o desenvolvimento de tecnologias baseadas em **inteligência artificial**. Embora essas ferramentas ainda não substituam a precisão dos tradutores humanos, elas podem agilizar processos de tradução e reduzir custos, especialmente em documentos de menor complexidade. O desafio é equilibrar o uso dessas tecnologias com revisões feitas por profissionais humanos.

3. Capacitação Intercultural e Linguística

A formação contínua de funcionários é uma estratégia indispensável para enfrentar as barreiras linguísticas e culturais. Empresas que operam globalmente devem fornecer **treinamentos interculturais** que incluam aspectos linguísticos, ajudando os funcionários a compreenderem melhor as culturas e os idiomas de seus parceiros comerciais.

4. Contratação de Tradutores Especializados

No caso de documentos jurídicos e técnicos, a contratação de **tradutores especializados** é crucial. Esses profissionais devem ser experientes tanto na área técnica quanto no sistema jurídico do país em que o documento será submetido. A qualidade da tradução pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma operação internacional.

5. Parcerias com Escritórios Locais

Uma maneira eficaz de superar as barreiras linguísticas no comércio internacional é estabelecer **parcerias estratégicas com escritórios locais**. Empresas multinacionais podem se beneficiar ao trabalhar com advogados, consultores e tradutores nativos dos países em que operam. Esses parceiros locais têm um conhecimento profundo das normas culturais e jurídicas do país e podem ajudar a navegar por situações complexas que envolvem linguagem e cultura.

Por exemplo, ao entrar em um mercado estrangeiro, como a China, uma empresa pode recorrer a escritórios de advocacia locais especializados em **propriedade intelectual** para garantir que suas patentes e marcas sejam registradas corretamente e que as traduções dos documentos estejam em conformidade com a legislação lo-

cal. Além disso, esses parceiros podem oferecer *insights* sobre como adaptar melhor os produtos ou serviços ao mercado local, levando em conta tanto as preferências culturais quanto os requisitos legais.

6. Políticas Linguísticas Corporativas

Empresas multinacionais podem implementar **políticas linguísticas internas** que incentivem o aprendizado de idiomas e o desenvolvimento de habilidades interculturais entre seus colaboradores. A promoção de um ambiente de trabalho multilíngue e multicultural pode melhorar a comunicação interna e externa, fortalecendo a colaboração entre as equipes e com parceiros globais. Programas de **imersão linguística** e o financiamento de cursos de idiomas para funcionários-chave podem ter um impacto positivo nas operações globais, além de contribuir para o desenvolvimento pessoal e profissional.

7. Soluções de Tradução Integradas com a Inteligência Artificial

Enquanto a tradução humana continuará a ser essencial para documentos críticos e de alta complexidade, as empresas podem adotar **soluções integradas de tradução com inteligência artificial (IA)** para lidar com volumes maiores de documentos comerciais de menor complexidade. Essas plataformas de IA podem ser treinadas para reconhecer termos específicos do setor e linguagens técnicas, acelerando a comunicação e facilitando o intercâmbio de informações. É essencial que essas ferramentas sejam acompanhadas por revisores humanos para garantir que as traduções respeitem o contexto e as nuances necessárias.

“

A promoção de um ambiente de trabalho multilíngue e multicultural pode melhorar a comunicação interna e externa, fortalecendo a colaboração entre as equipes e com parceiros globais

”

