

# **Idiomas que Geram Negócios: Como o Bilinguismo Impulsiona Cidadania Global, Empreendedorismo e Comércio Exterior**

**Giselle Menezes Mendes Cintado**

Universidade Pablo de Olavide | gmenmen@acu.upo.es  
<https://orcid.org/0000-0002-0085-8985>

**Dirlei Terezinha Fachinello**

IFAC | dirlei.fachinello@ifac.edu.br  
<https://orcid.org/0009-0005-5483-5518>

**Resumo:** Em um mundo cada vez mais interconectado, o domínio de segundas línguas deixou de ser um diferencial para se tornar uma competência essencial nas esferas do empreendedorismo, da cidadania global e do comércio exterior. Este trabalho tem como objetivo analisar o papel estratégico do bilinguismo no fortalecimento de práticas empreendedoras e no fomento à cidadania ativa em contextos de relações comerciais internacionais. Busca-se, ainda, evidenciar como o domínio de línguas adicionais promove a construção de pontes interculturais e favorece a inserção produtiva em mercados globais. A metodologia adotada baseia-se em uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e analítico, com revisão de literatura e análise de casos documentados em publicações acadêmicas e relatórios institucionais. Foram selecionados exemplos emblemáticos que ilustram a relevância do bilinguismo em contextos reais de comércio exterior, como a adoção do inglês como idioma corporativo pela empresa japonesa Rakuten (Neeley, 2011), a crescente busca pelo espanhol e português por parte de estudantes chineses interessados no mercado latino-americano (Phillips, 2018), e o investimento de empreendedores ocidentais no aprendizado do mandarim para atuação na China (Smith, 2015). Também se destacam estudos sobre os impactos do domínio linguístico no desempenho de pequenas e médias empresas (Hernández Linares et al., 2018), reflexões sobre o inglês como língua global (Crystal, 2003; Graddol, 2006) e as competências empreendedoras (Jardim, 2022) relacionadas com o universo de idiomas que geram negócios.

**Palavras-chave:** comércio exterior, bilinguismo, competências empreendedoras, cidadania global, segundas línguas

**Abstract:** In an increasingly interconnected world, the mastery of second languages has ceased to be a mere advantage and has become an essential skill in the realms of entrepreneurship, global citizenship, and international trade. This paper aims to analyze the strategic role of bilingualism in strengthening entrepreneurial practices and promoting active citizenship within the context of international commercial relations. It also seeks to demonstrate how proficiency in additional languages builds intercultural bridges and facilitates productive integration into global markets. The methodology adopted follows a

qualitative, descriptive, and analytical approach, combining literature review with case analysis documented in academic publications and institutional reports. Emblematic examples were selected to illustrate the importance of bilingualism in real foreign trade contexts, such as the adoption of English as a corporate language by the Japanese company Rakuten (Neeley, 2011), the growing interest in Spanish and Portuguese among Chinese students aiming to engage with the Latin American market (Phillips, 2018), and Western entrepreneurs investing in learning Mandarin to operate in China (Smith, 2015). Studies on the impact of language proficiency on the performance of small and medium enterprises (Hernández Linares et al., 2018) and reflections on English as a global language (Crystal, 2003; Graddol, 2006) are also highlighted, as well as entrepreneurial skills (Jardim, 2022) related to the universe of languages that generate business.

**Keywords:** foreign trade, bilingualism, entrepreneurial skills, global citizenship, second languages

## **INTRODUÇÃO**

No atual panorama internacional, marcado por intensos fluxos de informação, comércio e mobilidade, o domínio de segundas línguas emergiu como uma competência essencial para indivíduos, organizações e nações. A linguagem, neste contexto, não é apenas meio de comunicação, mas um instrumento de poder simbólico, de inserção econômica e de atuação cidadã no mundo. Ser bilíngue ou multilíngue passou a ser sinônimo de acesso: a mercados, a redes de negócios, a comunidades profissionais transnacionais e a oportunidades de mobilidade social e econômica. Para além das fronteiras da educação formal, o bilinguismo adquire novos significados na vida contemporânea, sobretudo ao se articular com práticas empreendedoras e relações de comércio exterior (Crystal, 2003; Graddol, 2006).

Este artigo tem como objetivo analisar como o bilinguismo pode impulsionar o empreendedorismo, a cidadania global e o comércio internacional, a partir de uma abordagem interdisciplinar que considera aspectos linguísticos, econômicos e educacionais. Parte-se da premissa de que o domínio de segundas línguas opera como um diferencial competitivo e estratégico na era global, facilitando negociações internacionais, construindo confiança intercultural e ampliando as possibilidades de atuação para empreendedores e profissionais em contextos transnacionais. Defende-se que o ensino e o uso de idiomas estrangeiros devem ser compreendidos não apenas como instrumentos técnicos, mas como parte de uma formação integral voltada para a participação cidadã no mundo globalizado.

Para desenvolver esta análise, adota-se uma metodologia qualitativa, com base em revisão bibliográfica e análise de casos emblemáticos registrados em estudos acadêmicos e relatórios institucionais. Um dos exemplos paradigmáticos é o da empresa japonesa Rakuten, que, sob a liderança de Hiroshi Mikitani, implementou a política de “Englishnization”, instituindo o inglês como idioma corporativo obrigatório, mesmo em um

ambiente de trabalho originalmente monolíngue (Neeley, 2011; 2017).<sup>54</sup> A decisão visava preparar a organização para a competição internacional, promovendo a integração com outras filiais, o recrutamento global e a superação de barreiras comunicacionais. Embora controversa, essa iniciativa ilustra com clareza o papel que a linguagem pode desempenhar na transformação estrutural de uma empresa com aspirações globais.

Outro caso revelador é o da crescente busca de estudantes e profissionais chineses pelo domínio do espanhol e do português, motivados pela intensificação das relações comerciais com a América Latina. Estima-se que mais de 20 mil estudantes universitários na China estejam atualmente matriculados em cursos de espanhol, sendo o Brasil um dos principais focos de interesse, especialmente no setor de energia, infraestrutura e agronegócio (Phillips, 2018). A aprendizagem de línguas regionais como ferramenta de inserção econômica revela uma nova sensibilidade geoeconômica, na qual a competência linguística opera como mediadora de vínculos comerciais e diplomáticos. Essa tendência também é observável na América do Sul, onde blocos econômicos como o Mercosul promovem o bilinguismo como instrumento de integração regional. A promulgação da Lei nº 11.161/2005 no Brasil, que tornou obrigatório o ensino do espanhol no ensino médio, reflete essa estratégia geopolítica de fortalecer os laços econômicos e culturais com países vizinhos.<sup>55</sup> Ao reconhecer que a comunicação direta entre agentes econômicos de diferentes países depende do conhecimento mútuo das línguas envolvidas, políticas educacionais como essa demonstram como a linguagem pode se tornar ferramenta para a cidadania regional e a inserção produtiva.

Além de casos ilustrativos, pesquisas empíricas recentes apontam uma relação direta entre o domínio de línguas estrangeiras e o desempenho organizacional. Hernández Linares, López Fernández e Kellermanns (2018), por exemplo, analisaram o impacto da proficiência linguística de gestores no desempenho de pequenas e médias empresas espanholas, concluindo que a fluência em uma língua estrangeira — especialmente o inglês — está positivamente associada à capacidade de inovação, de expansão de mercados e de criação de redes estratégicas. O bilinguismo, nesse sentido, contribui não apenas para a eficácia das relações comerciais, mas para a própria sustentabilidade e competitividade das empresas em ambientes internacionais.

Dessa forma, este artigo propõe uma reflexão sobre como os idiomas se tornaram vetores centrais de circulação de capital, de conhecimento e de projetos de vida. Com base em uma abordagem crítica e contextualizada, argumenta-se que o bilinguismo deve ser

---

<sup>54</sup> A experiência da Rakuten foi detalhada por Neeley (2011; 2017), que acompanhou a transformação interna da empresa ao adotar o inglês como língua corporativa e analisou seus impactos organizacionais e culturais no livro *The Language of Global Success*.

<sup>55</sup> A Lei nº 11.161/2005 tornou o ensino de espanhol obrigatório no Brasil e teve como uma de suas justificativas a necessidade de promover maior integração regional no âmbito do Mercosul, por meio da competência comunicativa entre os países-membros.

incorporado como parte fundamental das estratégias de internacionalização, de políticas educacionais voltadas para o empreendedorismo e de projetos de formação cidadã em escala global. A linguagem, aqui, é compreendida como ativo econômico, mas também como instrumento de inclusão, de reconhecimento e de agência no mundo contemporâneo.

## **METODOLOGIA**

Este estudo se insere no campo das ciências sociais aplicadas, adotando uma abordagem qualitativa de natureza exploratória e descritiva, voltada à compreensão do papel do bilinguismo como vetor de cidadania global, empreendedorismo e inserção no comércio exterior. A investigação parte da premissa de que as práticas linguísticas estão profundamente entrelaçadas com os processos econômicos e sociais da globalização e, portanto, devem ser analisadas não apenas sob uma perspectiva instrumental, mas também como fenômenos culturais e estruturais que afetam a mobilidade, a produtividade e a inclusão internacional de indivíduos e organizações. A escolha por uma abordagem qualitativa fundamenta-se na necessidade de captar a complexidade dos significados atribuídos às línguas estrangeiras em contextos empreendedores e comerciais, bem como de compreender os processos subjetivos e institucionais envolvidos no uso estratégico dessas línguas.

A metodologia envolve dois procedimentos complementares: (i) revisão sistemática de literatura e (ii) análise interpretativa de estudos de caso documentados. A revisão da literatura foi realizada com base em obras de referência no campo da sociolinguística, da educação linguística para negócios e da internacionalização empresarial, incluindo autores como Crystal (2003), Graddol (2006), Neeley (2011, 2017), Marschan-Piekkari et al. (1999) e Luo & Shenkar (2006). Além disso, foram examinados relatórios institucionais, dados de organismos multilaterais e reportagens especializadas, a fim de situar os fenômenos linguísticos no contexto das dinâmicas globais contemporâneas.

A etapa de revisão sistemática foi conduzida por meio de buscas em bases de dados acadêmicas como Scopus, Web of Science, SciELO e Google Scholar. O processo de revisão permitiu mapear as principais tendências do debate internacional sobre bilinguismo no campo das relações comerciais e empreendedoras, destacando lacunas no que se refere à articulação entre a dimensão econômica do bilinguismo e seus impactos sociais e culturais.

A segunda etapa metodológica consistiu na análise interpretativa de quatro estudos de caso documentados, selecionados com base em critérios de representatividade, diversidade linguística e relevância para o objetivo da pesquisa. São eles:

Rakuten (Japão) – Caso emblemático da adoção do inglês como língua corporativa oficial em uma multinacional japonesa, analisado por Neeley (2011, 2017). A política de “Englishnization” foi interpretada como uma estratégia de internacionalização e reorganização empresarial.

Estudantes chineses e o aprendizado de português/espanhol – Estudo do crescimento da procura por línguas latino-americanas por parte de estudantes chineses,

associado à expansão das relações econômicas e diplomáticas da China com a América Latina (Phillips, 2018).

Empreendedores ocidentais na China – Casos relatados por Smith (2015), que evidenciam o papel do aprendizado do mandarim por parte de empreendedores dos Estados Unidos e Europa para inserção em mercados asiáticos e fortalecimento de relações comerciais.

Empresas espanholas e bilinguismo gerencial – Estudo empírico de Hernández Linares, López Fernández e Kellermanns (2018), que demonstra o impacto positivo do domínio de línguas estrangeiras no desempenho de pequenas e médias empresas espanholas. Esses casos foram tratados como unidades de análise contextualizadas, permitindo compreender como práticas bilíngues são mobilizadas em situações concretas de inserção internacional.

Em relação às limitações e ao escopo desta pesquisa, é importante destacar que, por se tratar de um estudo qualitativo e de caráter exploratório, os resultados aqui apresentados não buscam generalização estatística, mas sim compreensão teórica dos quatro estudos citados neste artigo. A seleção de casos buscou diversidade geográfica e linguística, mas permanece circunscrita a fontes secundárias documentadas. Futuras pesquisas poderão complementar esta análise por meio de entrevistas com profissionais bilíngues, aplicação de questionários em empresas internacionalizadas ou estudos de campo sobre políticas educacionais voltadas ao ensino de segundas línguas em contextos periféricos. O bilinguismo, nesse sentido, é aqui tratado como fenômeno multidimensional, cuja análise exige sensibilidade para as interações entre linguagem, economia e cultura na era global.

## **MODELOS TEÓRICOS**

A compreensão do bilinguismo como fator de influência nos domínios do empreendedorismo, da cidadania global e do comércio exterior pode ser ancorada em diferentes referenciais teóricos, que articulam dimensões linguísticas, econômicas e organizacionais. Nesta seção, propõe-se o diálogo entre três grandes eixos teóricos: (i) a linguagem como capital simbólico e econômico; (ii) o bilinguismo como recurso estratégico em contextos organizacionais globais; e (iii) o conceito de cidadania global linguística. Esses eixos se complementam ao oferecer uma visão integrada da linguagem como ativo com múltiplas valências — cognitivas, sociais, políticas e econômicas.

Inspirado pela teoria de Pierre Bourdieu (1991), o primeiro eixo compreende a linguagem como capital simbólico, isto é, como um recurso socialmente construído e desigualmente distribuído, que confere prestígio, autoridade e acesso a determinadas posições de poder. O domínio de determinadas línguas, especialmente em contextos transnacionais, converte-se em capital linguístico que pode ser trocado por benefícios materiais e simbólicos no mercado de trabalho, nos circuitos acadêmicos ou nos ambientes corporativos. Para Bourdieu (1991, p. 55), “as palavras não são apenas meios de comunicação, mas instrumentos de ação e poder”. Nesse sentido, o bilinguismo não é

neutro, pois certas línguas — como o inglês, o mandarim ou o espanhol — têm maior valor de mercado e são associadas a espaços de prestígio global.

Essa perspectiva permite compreender por que o domínio de uma segunda língua, especialmente uma de alcance internacional, pode funcionar como vantagem competitiva no campo empresarial. Autores como Crystal (2003, p. 6) reforçam esse argumento ao afirmarem que a disseminação do inglês como língua global está ligada ao poderio econômico, militar e cultural das nações que o adotam como língua materna. O inglês, nesse modelo, não é apenas um idioma, mas uma moeda de troca simbólica com aceitação ampla em circuitos globais de decisão e inovação. Ao mesmo tempo, o capital linguístico não se limita ao inglês: em contextos regionais, como o Mercosul, o domínio do espanhol ou do português pode oferecer vantagens comparáveis<sup>56</sup>.

O segundo eixo teórico baseia-se nos estudos organizacionais que tratam a linguagem como componente estruturante da vida empresarial globalizada. Trabalhos como os de Marschan-Piekkari, Welch e Welch (1999) e Luo e Shenkar (2006) investigam o papel das línguas estrangeiras nas estruturas, processos e relações de poder em empresas multinacionais. Em suas análises, a linguagem deixa de ser tratada como mera ferramenta técnica e passa a ser vista como um fator que afeta a coordenação, a comunicação, a tomada de decisões e a própria cultura organizacional.

Marschan-Piekkari et al. (1999, p. 428) argumentam que o uso de uma língua estrangeira dentro da empresa pode gerar zonas de sombra (“shadow structures”), em que a exclusão linguística de alguns funcionários compromete sua participação em processos decisórios. A ausência de fluência em uma língua global pode, assim, reproduzir assimetrias internas e limitar a eficiência operacional. Já Luo e Shenkar (2006, p. 323) tratam a organização multinacional como uma “comunidade multilíngue”, em que os fluxos de informação dependem de estratégias linguísticas bem definidas para evitar ruídos, conflitos e perda de competitividade. Nesse contexto, iniciativas como a “Englishnization” da Rakuten (Neeley, 2017) ganham relevo. A adoção do inglês como língua oficial interna da empresa japonesa teve como objetivo tornar as operações mais ágeis e integradas globalmente. O modelo teórico proposto por Neeley (2017, p. 31) aponta que a imposição de uma língua comum gera tensões iniciais, mas pode favorecer a construção de uma identidade organizacional globalizada, capaz de facilitar a internacionalização e a atração de talentos<sup>57</sup>.

O terceiro eixo teórico propõe uma articulação entre linguagem e cidadania global, conceito que tem ganhado destaque nos estudos sobre internacionalização da educação, direitos culturais e inclusão social em contextos transnacionais. A cidadania global pode ser entendida como a capacidade de atuar de forma crítica, ética e participativa em escala

---

<sup>56</sup> Um exemplo contemporâneo da valorização estratégica de línguas regionais no comércio internacional pode ser observado no contexto China-América Latina. Segundo Phillips (2018), o número de estudantes chineses de espanhol e português aumentou drasticamente na última década, impulsionado por oportunidades profissionais ligadas à expansão comercial chinesa em países latino-americanos.

<sup>57</sup> Estudo empírico conduzido por Hernández Linares, López Fernández e Kellermanns (2018) revela que gestores de pequenas e médias empresas que dominam uma língua estrangeira — em especial o inglês — demonstram maior capacidade de internacionalização e obtêm melhores indicadores de desempenho empresarial, evidenciando o bilinguismo como ativo estratégico no ambiente corporativo.

planetária, reconhecendo a interdependência entre os povos e os desafios comuns da humanidade (Banks, 2008; UNESCO, 2015). Dentro dessa abordagem, a competência linguística não é apenas um facilitador técnico, mas uma dimensão central da agência cidadã. Autores como Graddol (2006, p. 101) argumentam que a difusão do inglês como língua internacional gera tensões entre a comunicação global e a preservação da diversidade linguística e cultural. Para ele, a educação linguística deve ser pensada como parte de um projeto de formação integral, voltado para a convivência entre línguas e culturas. O bilinguismo, nesse modelo, não é apenas uma “ferramenta para o mercado”, mas uma ponte para a empatia, a compreensão intercultural e o engajamento democrático<sup>58</sup>.

Além dos três eixos teóricos aqui citados, a necessidade de competências empreendedoras para o sucesso profissional é inegável, como aponta Jardim (2022). O autor enfatiza a importância de identificar habilidades que solucionem problemas emergentes em áreas como meio ambiente, sustentabilidade, saúde, empregabilidade, pobreza, emigração e inclusão. Para Rajović et al. (2024) a proficiência em inglês é uma competência que contribui significativamente para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras e sociais, como liderança e participação em reuniões de negócios, negociação, redação de correspondências comerciais e comunicação com parceiros e clientes estrangeiros.

Jardim (2022) nos apresenta um quadro referencial das competências empreendedoras a nível global:

Tabela 1: Quadro de Referência das Competências Empreendedoras Globais (QRCEG)

<b>Foco e abertura à novidade</b>	<b>Criação de valor</b>	<b>Comunicação eficaz</b>
<b>Criatividade e inovação</b>	Planificação estratégica e avaliação	Comunicação clara e visual
<b>Espírito de iniciativa</b>	Resolução de problemas	Teamwork e networking
<b>Autoeficácia e resiliência</b>	Liderança transformacional	Comunicação digital

Fonte: Jardim, 2022. p. 06.

É possível identificar diversas habilidades listadas no QRCEG que podem ser potencializadas pelo bilinguismo e/ou pela fluência em múltiplos idiomas através da comunicação clara e visual, de teamwork e networking e, não menos importante, de comunicação digital. A capacidade de se comunicar de forma clara em diferentes idiomas é a base para o sucesso no comércio internacional. As negociações, o estabelecimento de parcerias e o atendimento ao cliente dependem diretamente da fluidez verbal e escrita. Para as empresas, isso significa aprimorar a comunicação com clientes e fornecedores globais, expandindo seu alcance e fortalecendo sua imagem.

<sup>58</sup> A UNESCO (2015, p. 11) defende que o multilinguismo deve ser promovido como condição para uma educação inclusiva e equitativa, e como pilar da cidadania global sustentável.

Já no comércio internacional, o trabalho em equipe e o networking frequentemente envolvem indivíduos de distintas origens linguísticas. A fluência em mais de um idioma facilita a colaboração eficaz, a construção de relacionamentos duradouros e a expansão da rede de contatos profissionais e comerciais. Essa habilidade é crucial para forjar alianças estratégicas e para o sucesso de projetos colaborativos em escala global.

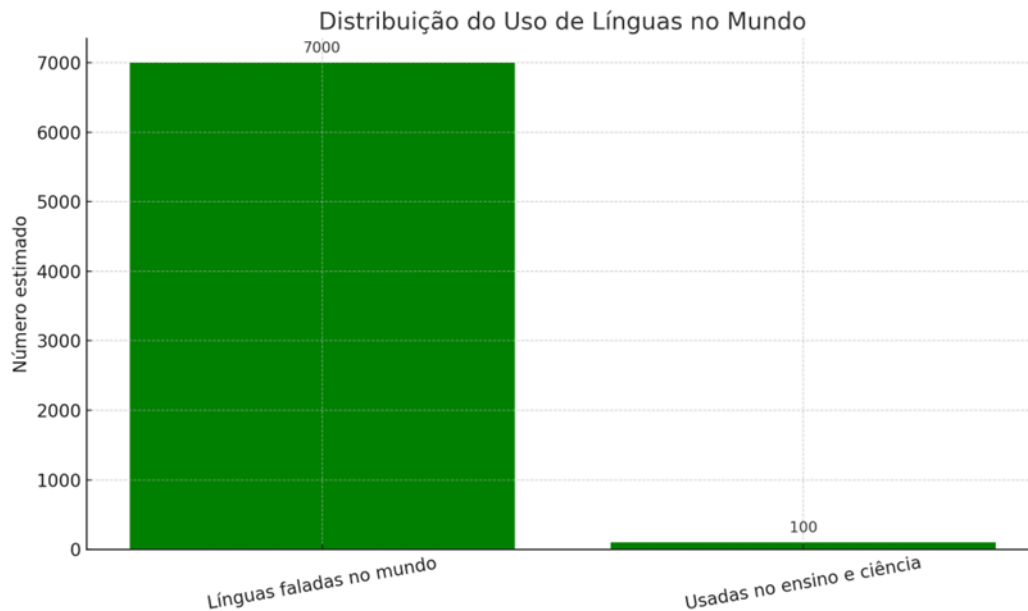
Por outro lado, para empresas que atuam no comércio internacional, a comunicação digital é vital para propaganda e marketing. O domínio do inglês permite a criação de conteúdo digital (sites, posts em redes sociais, anúncios online) que ressoa com um público global, sem a necessidade de tradução constante, garantindo que a mensagem seja transmitida de forma eficaz e autêntica.

### ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados sobre o bilinguismo em contextos globais exige um olhar articulado entre dimensões quantitativas e qualitativas, com base em estudos consolidados que investigam as práticas linguísticas, seus impactos na vida profissional e social dos sujeitos, bem como os efeitos da política linguística na construção da cidadania. Neste sentido, dados globais, regionais e nacionais revelam que o bilinguismo — entendido aqui como a capacidade funcional de comunicar-se em pelo menos duas línguas em contextos diversos — é uma realidade crescente, mas marcada por desigualdades de acesso e valorização.

Segundo a UNESCO (2015), mais da metade da população mundial é bilíngue ou multilíngue, e aproximadamente 7.000 línguas são faladas no mundo.

Gráfico 1 – Distribuição Global do Uso de Línguas

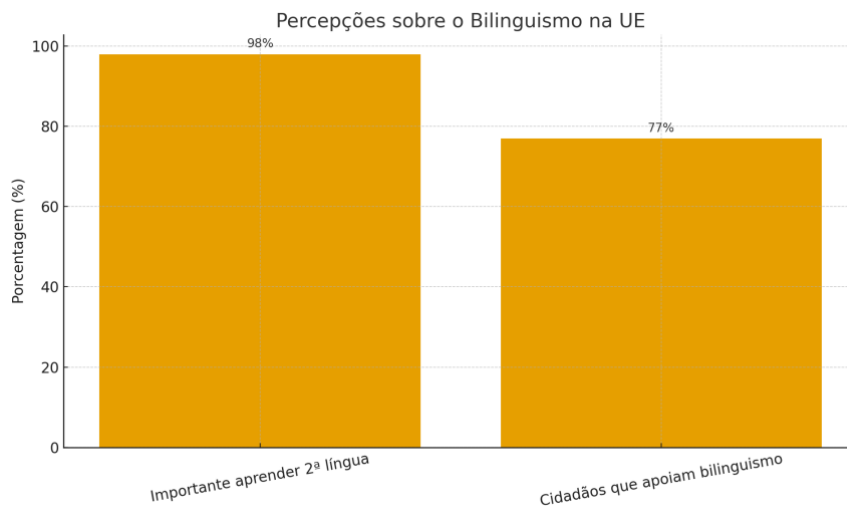


Fonte: UNESCO (2015)

No entanto, esse número contrasta com o fato de que apenas um grupo restrito de línguas é utilizado como veículo de ensino, produção científica, comunicação institucional e circulação global de conhecimento. O relatório *If you don't understand, how can you learn?* (UNESCO, 2016) destaca que muitas crianças, especialmente em países multilíngues, ainda iniciam a escolarização em uma língua diferente de sua língua materna, o que compromete o desempenho acadêmico e perpetua desigualdades sociais.

Crystal (2003) aponta que o inglês, embora falado como língua materna por cerca de 400 milhões de pessoas, é utilizado como segunda ou terceira língua por mais de 1,5 bilhão de falantes no mundo. Tal estatística confirma o estatuto do inglês como língua franca global, mas também levanta questões sobre os efeitos dessa hegemonia linguística. Como observa Lüdi (2003), o inglês não apenas conecta, mas também exclui: a sua predominância pode invisibilizar outras línguas e práticas plurilíngues que sustentam interações ricas em contextos multilaterais.

Dados da European Commission (2012) revelam que 98% dos jovens europeus consideram importante aprender uma segunda língua, e 77% dos cidadãos europeus acreditam que todos os habitantes da União Europeia deveriam falar pelo menos duas línguas além da sua materna. No entanto, os níveis de proficiência efetiva ainda variam bastante entre países, sendo mais altos em regiões nórdicas e mais baixos no sul da Europa. Gráfico 2 – Percepções sobre o Bilinguismo na União Europeia



Fonte: European Commission (2012).

No Brasil, por sua vez, o bilinguismo ainda está fortemente associado a contextos de elite. De acordo com dados do IBGE (2019), menos de 5% da população brasileira afirma ter fluência funcional em inglês, embora essa competência seja amplamente exigida em vagas de emprego com interface internacional.

Gráfico 3 – Proficiência Funcional em Inglês no Brasil



Fonte: IBGE (2019).

Esses dados evidenciam que o bilinguismo, longe de ser um fenômeno homogêneo, é atravessado por marcadores sociais, como classe, região, acesso à educação e políticas públicas de valorização da diversidade linguística. Como destaca Bagno (2009), o ensino de línguas no Brasil — inclusive do próprio português — ainda opera muitas vezes com base em concepções normativas e excludentes, o que contribui para o apagamento de práticas plurilíngues já existentes, especialmente nas periferias urbanas e comunidades tradicionais. De qualquer forma e segundo Soares et al (2003, p. 9), o investimento em programas educacionais e estratégias de aprendizado de idiomas é útil e necessário “diante dessa realidade, não apenas para capacitar profissionais, mas também para enriquecer as habilidades cognitivas da população”.

No campo educacional, as diretrizes da UNESCO (2015) e o relatório da OECD (2018) indicam que sistemas escolares que valorizam o multilinguismo e oferecem educação bilíngue ou multilíngue tendem a apresentar melhores indicadores de inclusão, equidade e desempenho acadêmico.

Por fim, no campo das empresas e do mercado de trabalho, estudos como os de Neeley (2017) demonstram que corporações que adotam o inglês como língua corporativa (caso da Rakuten, no Japão) enfrentam desafios de adaptação e barreiras comunicativas que exigem não apenas cursos de idiomas, mas mudanças institucionais profundas. Os dados indicam que o domínio da língua não garante, por si só, equidade no ambiente profissional; é necessário considerar a dinâmica de poder e inclusão que atravessa o uso das línguas no cotidiano organizacional.

Em suma, a análise dos dados disponíveis na literatura demonstra que o bilinguismo é simultaneamente uma realidade estatística global e um campo de disputa simbólica, social e política. Reconhecer sua complexidade exige ir além das métricas quantitativas de proficiência, incorporando uma abordagem crítica que leve em conta as condições de

acesso, os usos sociais da linguagem e os sentidos atribuídos pelos sujeitos às suas práticas comunicativas.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo deste artigo, refletimos criticamente sobre o papel das línguas na constituição das identidades culturais em um mundo globalizado, com foco na centralidade da oralidade e na diversidade linguística como dimensões estruturantes da experiência humana. A análise pautou-se na compreensão de que a linguagem, mais do que um instrumento funcional de comunicação, é um espaço de construção simbólica, de negociação de sentidos e de afirmação de pertencas. Nesse sentido, a abordagem adotada procurou ir além da lógica utilitarista que frequentemente reduz o valor das línguas à sua funcionalidade econômica, como se observa em contextos empresariais e educacionais marcados pela hegemonia do inglês como língua franca global.

A revisão de literatura, aliada à análise de dados secundários de fontes institucionais e de estudos empíricos internacionais, permitiu compreender que a diversidade linguística, embora celebrada discursivamente em muitos espaços multilaterais, segue sendo desafiada por dinâmicas políticas, econômicas e culturais que promovem uma homogeneização das formas de expressão e comunicação.

A discussão apresentada mostrou que a adoção de uma língua comum não é, em si, um problema, sobretudo quando pensada como instrumento de inclusão e cooperação internacional. No entanto, quando essa adoção se dá em detrimento da valorização das línguas locais, indígenas, crioulas ou de menor prestígio institucional, corre-se o risco de apagar epistemologias, memórias e práticas culturais profundamente enraizadas nos contextos sociais. A globalização, nesse sentido, pode ser entendida como um campo de tensões entre forças de homogeneização e resistência, e é no uso cotidiano da linguagem — especialmente da oralidade — que essas tensões se manifestam de forma mais evidente.

É importante destacar que, embora o inglês continue exercendo papel dominante nas práticas comunicativas globais, estudos como os da UNESCO (2015; 2016), da OECD (2018) e da Comissão Europeia (2012) demonstram a necessidade de políticas linguísticas mais equitativas, que reconheçam o multilinguismo não apenas como um ideal normativo, mas como uma realidade vivida por milhões de pessoas. A escola, as empresas, os meios de comunicação e os ambientes acadêmicos são espaços privilegiados para fomentar esse reconhecimento, desde que estejam comprometidos com a justiça linguística e com a valorização dos repertórios diversos que atravessam os sujeitos.

Neste sentido, o conceito de cidadania linguística, proposto por Lüdi (2003), aparece como uma contribuição teórica relevante para repensar as formas de participação social mediadas pela linguagem. A cidadania plena exige o direito de falar e ser compreendido na própria língua, e esse direito está intimamente ligado à dignidade, à autoestima e ao acesso equitativo às estruturas de poder. Assim, políticas educacionais multilíngues, programas de formação docente com foco na interculturalidade e a

incorporação de práticas pedagógicas centradas na oralidade podem contribuir para reduzir as assimetrias linguísticas que ainda marcam muitos espaços globais.

Este estudo argumentou que o bilinguismo é mais do que uma habilidade linguística: é uma competência empreendedora que aprimora a comunicação, fortalece o networking e se torna um pilar fundamental para o sucesso em um ambiente de comércio internacional complexo e competitivo. É uma competência desenvolvida com esforço pessoal, que impulsiona o empreendedorismo global.

Por fim, futuras investigações poderiam explorar com maior profundidade como a competência linguística multilíngue influencia a formação de uma cidadania global crítica e economicamente ativa, especialmente entre jovens empreendedores inseridos em mercados internacionais e no âmbito do comércio exterior. Também seria pertinente analisar o papel das línguas de trabalho nos ecossistemas de inovação e internacionalização de startups, observando como a oralidade mediada por diferentes idiomas impacta negociações, criação de valor e inserção em cadeias globais de produção. Além disso, estudos comparativos entre blocos econômicos — como União Europeia, Mercosul e ASEAN<sup>59</sup> — podem lançar luz sobre como políticas linguísticas afetam fluxos comerciais, acordos bilaterais e a mobilidade de profissionais. Ao alinhar diversidade linguística com estratégias de desenvolvimento sustentável e inclusão produtiva, tais pesquisas ofereceriam subsídios para políticas públicas e educacionais voltadas à formação de sujeitos aptos a transitar com responsabilidade e eficácia nos circuitos multilíngues da economia global.

## REFERÊNCIAS

- Bagno, M. (2009). *Preconceito linguístico: o que é, como se faz*. Edições Loyola.
- Banks, J. A. (2008). Diversity, group identity, and citizenship education in a global age. **Educational Researcher**, 37(3), 129–139. <https://doi.org/10.3102/0013189X08317501>
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Polity Press.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511486999>
- European Commission. (2012). Europeans and their languages (Special Eurobarometer 386). <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1049>
- Graddol, D. (2006). *English next*. British Council. [https://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/pub\\_english\\_next.pdf](https://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/pub_english_next.pdf)
- Hernández Linares, R., López Fernández, M. C., & Kellermanns, F. W. (2018). Firm performance: Does mastering a foreign language matter? In A. Curado (Ed.), *LSP in multi-disciplinary contexts of teaching and research. Papers from the 16th International AELFE Conference* (EPiC Series in Language and Linguistics, Vol. 3, pp. 117–123). EasyChair. <https://easychair.org/publications/paper/v8WZ>
- IBGE. (2009). Síntese de indicadores sociais: Uma análise das condições de vida da população brasileira. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <https://biblioteca.ibge.gov.br>
- Jardim, J. (2022). Competências Empreendedoras para Ser Bem-Sucedido no Mundo Global e Digital: proposta de um quadro de referência. *Video Journal of Social and Human Research*, 1 (2), 1-24. <https://doi.org/10.18817/vjshr.v1.i2.24>

---

<sup>59</sup> A União Europeia, o Mercosul (Mercado Comum do Sul) e a ASEAN (Associação de Nações do Sudeste Asiático) são blocos econômicos regionais que promovem a integração econômica, política e cultural entre seus países membros. Cada um adota abordagens distintas quanto às políticas linguísticas, mobilidade de trabalho e acordos comerciais, influenciando diretamente o papel das línguas nas dinâmicas de negócios internacionais.

- Lüdi, G. (2003). Le plurilinguisme au quotidien: Vers une gestion intégrée. In M. Berré (Ed.), *Langues en contact et en conflit* (pp. 17–38). De Boeck.
- Luo, Y., & Shenkar, O. (2006). The multinational corporation as a multilingual community: Language and organization in a global context. *Journal of International Business Studies*, 37(3), 321–339. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400197>
- Marschan-Piekkari, R., Welch, D. E., & Welch, L. S. (1999). In the shadow: The impact of language on structure, power and communication in the multinational. *International Business Review*, 8(4), 421–440. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(99\)00015-3](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(99)00015-3)
- Neeley, T. (2011). *Language and globalization: "Englishnization" at Rakuten (A)* (Harvard Business School Case No. 412-002). Harvard Business Publishing. <https://hbsp.harvard.edu/product/412002-PDF-ENG>
- Neeley, T. (2017). *The language of global success: How a common tongue transforms multinational organizations*. Princeton University Press. <https://press.princeton.edu/books/hardcover/9780691175372/the-language-of-global-success>
- OECD. (2018). *Equity in education: Breaking down barriers to social mobility*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264073234-en>
- Phillips, T. (2018, September 2). Study of Portuguese and Spanish explodes as China expands role in Latin America. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2018/sep/02/study-of-portuguese-and-spanish-explodes-as-china-expands-role-in-latin-america>
- Rajović, J., Jovanović, M., Denić, N., & Bulut Bogdanovic, I. (2024). English language as one of the key entrepreneurial competences. *Science International Journal*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.35120/sciencej0302127r>
- Santos Saldanha Soares, S., Gomes Luiz, C. L., & da Silva Cruz, B. H. (2023). Bilinguismo: O impacto de uma segunda língua na vida do brasileiro. *Revista Tópicos*, 1(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10359960>
- Smith, A. (2015). Benefits of being a multilingual CEO: 10 successful entrepreneurs who speak multiple languages. *American Councils for International Education*. <https://www.americancouncils.org/news/language-news/benefits-being-multilingual-ceo-10-successful-entrepreneurs-who-speak-multiple>
- UNESCO. (2015). *Global citizenship education: Topics and learning objectives*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993>
- UNESCO. (2016). *If you don't understand, how can you learn? Policy Paper 24. Global Education Monitoring Report*. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243713>