



Universidade de Aveiro

2023

**ANA INÊS PACHECO  
CUNHA**

**O VALOR DO MULTILINGUISMO NO MERCADO DE  
TRABALHO**



Universidade de Aveiro  
2023

**ANA INÊS PACHECO  
CUNHA**

**O VALOR DO MULTILINGUISMO NO MERCADO DE  
TRABALHO**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Línguas e Relações Empresariais, realizada sob a orientação científica da Doutora Gillian Grace Owen Moreira, Professora Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro



## **o júri**

presidente

**Prof. Doutor João Paulo Martins Silvestre**  
Professor Associado da Universidade de Aveiro

**Prof. Doutora Paula Freitas Rebelo da Fonseca (arguente)**  
Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Viseu

**Prof. Doutora Gillian Grace Owen Moreira (orientadora)**  
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

Dedico este espaço àqueles que contribuíram para que esta dissertação fosse concretizada. A todos eles, expresso aqui o meu eterno agradecimento.

Em primeiro lugar, agradeço à Professora Gillian Grace Owen Moreira pela forma como orientou o meu trabalho. Sem a ajuda e disponibilidade que me prestou, não seria possível concluir este projeto.

Deixo um agradecimento especial à minha família por todo o apoio incondicional. Aos meus pais que proporcionaram todos os meios para que fosse possível a realização deste mestrado e que demonstraram incentivo e paciência ao longo desta caminhada. Às minhas irmãs, por toda a força e ajuda fundamental. Agradeço em particular à minha irmã Susana, pois sem ela esta fase seria muito mais difícil.

Por último, mas não menos importante, agradeço às minhas amigas por acreditarem em mim durante todo o processo.

**palavras-chave**

multilinguismo, mercado de trabalho, globalização, competitividade

**resumo**

A presente dissertação tem como objetivo investigar o valor do multilinguismo no mercado de trabalho atual. A globalização e a internacionalização das empresas, fatores cada vez mais prementes, impulsionaram a aquisição de competências multilingues dentro das mesmas. Neste contexto, este projeto tem o intuito de analisar o impacto da proficiência linguística a vários níveis, nomeadamente no acesso ao emprego, nos níveis salariais e na progressão de carreira. Além disso, visa explorar o seu valor no mundo empresarial, avaliando a sua importância como fator de competitividade para as empresas. Através da revisão de artigos científicos, analisou-se a importância e o contributo do multilinguismo para a vida profissional dos indivíduos, assim como para o sucesso das empresas. Desenvolveu-se de seguida um estudo empírico, por meio de um questionário, com o objetivo de avaliar as perceções de profissionais face ao valor do multilinguismo no mercado de trabalho atual, assim como perceber as suas opiniões sobre as indústrias onde este se considera mais relevante. Desta forma, concluiu-se que, para além de ser uma competência notável num indivíduo, o multilinguismo simboliza um ativo estratégico que tem o potencial de aumentar as suas perspetivas de emprego. Adicionalmente, este representa um fator-chave de diferenciação para as empresas no mercado global. A informação recolhida na revisão de literatura e os resultados obtidos no inquérito encontram-se, na sua maioria, em sintonia. No entanto, identificaram-se algumas incertezas por parte dos inquiridos.

**key\words**

multilingualism, job market, globalization, competitiveness

**abstract**

The aim of this dissertation was to investigate the value of multilingualism in the current job market. The globalization and the internationalization of businesses are increasingly pressing factors which have boosted the acquisition of multilingual skills inside companies. In this context, this project sought to analyse the impact of language proficiency at various levels, namely on access to employment, salary levels and career progression. In addition, it aimed to explore the value of multilingualism in the business world, assessing its importance as a competitiveness factor for companies. Through the review of scientific articles, the importance and contribution of multilingualism to the professional lives of individuals, as well as to the success of businesses were analysed. An empirical study was then carried out using a questionnaire, which sought to assess professionals' perceptions on the value of multilingualism in the current job market, as well as their opinions on the industries where it is considered most relevant. Thus, it was concluded that, in addition to being a remarkable personal skill, multilingualism symbolizes a strategic asset that has the potential to increase individuals' job prospects. In addition, it represents a key differentiating factor for businesses in the global market. The information gathered in the literature review and the results obtained in the survey are, on the whole, in alignment. However, some uncertainties were identified by the respondents.

## Índice

<b>Índice de figuras</b> .....	<b>iii</b>
<b>Índice de tabelas</b> .....	<b>iv</b>
<b>Lista de abreviaturas e siglas</b> .....	<b>v</b>
<b>Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Metodologia de investigação</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Multilinguismo e o mercado de trabalho</b> .....	<b>7</b>
2.1. Globalização.....	7
2.1.1. Conceitos de globalização .....	8
2.1.2. Evolução da globalização .....	10
2.2. O multilinguismo.....	12
2.2.1. Contextualização .....	12
2.2.2. Definições de multilinguismo.....	13
2.2.3. Competências sociais, cognitivas e interculturais do multilinguismo.....	15
2.2.4. Benefícios do multilinguismo no mercado de trabalho .....	18
2.2.4.1. Acesso ao emprego e bem-estar no trabalho.....	18
2.2.4.2. Níveis salariais .....	20
2.2.4.3. Progressão de carreira .....	21
2.2.4.4. Profissões e línguas.....	23
2.3. O multilinguismo como fator de competitividade empresarial.....	25
2.3.1. Compromisso e confiança do cliente.....	25
2.3.2. Acesso a segmentos de mercado diversificados .....	27
2.3.3. Adaptação e localização cultural .....	29
2.3.4. Diferenciação competitiva.....	30
2.3.5. Comunicação eficaz e serviço ao cliente .....	31
<b>3. Estudo empírico</b> .....	<b>34</b>
3.1. Planeamento do questionário .....	35



3.1.1. Identificação dos objetivos .....	36
3.1.2. Público-alvo.....	37
3.1.3. Definição das perguntas.....	38
3.2. Apresentação dos resultados .....	41
3.2.1 Caracterização da amostra .....	41
3.2.2 Análise dos resultados .....	44
3.3. Discussão dos resultados.....	59
3.4. Limitações do estudo.....	69
<b>Considerações finais.....</b>	<b>71</b>
<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>74</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>81</b>
<b>Anexo I - Questionário divulgado .....</b>	<b>81</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Género dos participantes .....	41
<b>Figura 2.</b> Faixa etária dos participantes .....	42
<b>Figura 3.</b> Situação de emprego .....	42
<b>Figura 4.</b> Conhecimento de duas ou mais línguas .....	43
<b>Figura 5.</b> Línguas faladas pelos inquiridos .....	44
<b>Figura 6.</b> A habilidade de falar outras línguas pode aumentar a probabilidade de ser selecionado para um emprego.....	45
<b>Figura 7.</b> Alguma vez viu anúncios de emprego que exigem conhecimento de idiomas adicionais?.....	45
<b>Figura 8.</b> O multilinguismo é um requisito cada vez mais comum nas descrições de empregos.....	46
<b>Figura 9.</b> O conhecimento da língua pode ser mais importante do que a experiência, em certas indústrias.....	46
<b>Figura 10.</b> Aprender um novo idioma de forma a melhorar as perspetivas de emprego .....	47
<b>Figura 11.</b> Os idiomas mais úteis para o mercado de trabalho atual .....	48
<b>Figura 12.</b> As empresas que valorizam o multilinguismo oferecem salários mais competitivos .....	48
<b>Figura 13.</b> O multilinguismo é mais valorizado em cargos de liderança.....	49
<b>Figura 14.</b> Vantagem do conhecimento de um segundo idioma no trabalho.....	49
<b>Figura 15.</b> O multilinguismo afeta as oportunidades de progressão de carreira.....	50
<b>Figura 16.</b> Tipos de indústrias onde o multilinguismo é mais relevante .....	50
<b>Figura 17.</b> Profissões dos inquiridos divididas por setores.....	52
<b>Figura 18.</b> Uso do multilinguismo no setor turístico .....	53
<b>Figura 19.</b> Uso do multilinguismo no setor empresarial.....	54
<b>Figura 20.</b> Uso do multilinguismo no setor de bens de consumo .....	54
<b>Figura 21.</b> Uso do multilinguismo no setor da saúde .....	55
<b>Figura 22.</b> Uso do multilinguismo no setor da educação.....	56
<b>Figura 23.</b> Uso do multilinguismo no setor têxtil .....	56
<b>Figura 24.</b> Uso do multilinguismo no setor comercial.....	57
<b>Figura 25.</b> Uso do multilinguismo no setor da engenharia .....	58

## **Índice de tabelas**

Tabela 1.....	39
---------------	----

## **Lista de abreviaturas e siglas**

IRN - Instituto dos Registos e de Notariado

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

TIC - Tecnologias da Informação e Comunicação

## **Introdução**

Num mundo cada vez mais globalizado, as interações entre diversas culturas são cada vez maiores. Consequentemente, estes eventos desencadearam novas adversidades para as empresas, nomeadamente o aumento da competição, a indispensabilidade de se adaptarem a novos padrões de competitividade, o crescimento do comércio internacional e o aparecimento de ambientes de trabalho inseridos em atmosferas de diversidade cultural.

O multilinguismo representa um fator crucial que tem vindo a ganhar valor no mercado de trabalho na atual economia global. Devido à constante expansão dos negócios para o estrangeiro, torna-se uma necessidade crescente por parte das empresas requisitarem esta característica no processo de seleção de candidatos. Neste contexto, o multilinguismo deixa de ser apenas uma competência pessoal, tendo-se tornado um ativo valioso no mercado de trabalho.

Além de ter surgido como uma competência crucial e um trunfo significativo no mercado de trabalho global, o multilinguismo atenua a lacuna de comunicação e facilita uma interação sublime entre várias culturas e países. À medida que as empresas expandem as suas operações para além das fronteiras e que a colaboração multicultural se torna a norma, a procura de indivíduos multilingues por parte das empresas está a crescer a um ritmo sem precedentes.

Nesta perspetiva, compreender o valor do multilinguismo no mercado de trabalho não é apenas relevante, mas imperativo para compreender a evolução das expectativas e oportunidades no mundo profissional. Esta evolução da panorâmica do mundo profissional sublinha a pertinência e a oportunidade de explorar o valor do multilinguismo no mercado de trabalho, tema que constitui o centro desta dissertação.

A escolha deste tema decorre da mudança observável na dinâmica do mercado de trabalho no decorrer dos anos, onde o multilinguismo não é apenas uma competência adicional, mas muitas vezes um requisito essencial. Com cada vez mais frequência os anúncios de emprego incluem a proficiência linguística entre as qualificações essenciais, refletindo o papel integral das capacidades multilingues em diversos contextos profissionais.

Posto isto, a presente dissertação tem como objetivo principal fornecer uma visão abrangente sobre o papel e o valor do multilinguismo no mercado de trabalho. Desta forma, este projeto apresenta como objetivos específicos a análise dos conceitos de multilinguismo, do seu

impacto na empregabilidade e na progressão de carreira, assim como o estudo dos setores e as funções específicas onde a proficiência linguística tem uma importância fundamental.

Além disso, a investigação tem em vista esclarecer a correlação entre competências multilingues e melhores oportunidades profissionais, contribuindo para uma compreensão mais rica da dinâmica do mercado de trabalho atual. Pretende-se também analisar os efeitos da proficiência linguística na área empresarial, nomeadamente explorar a mesma como um fator de competitividade para as empresas, uma forma de atrair e fidelizar os seus clientes, assim como distinguir-se de outros mercados. Com o estudo empírico procura-se explorar se a perceção dos inquiridos sobre como o multilinguismo é visto como um elemento fulcral no mercado de trabalho, incorporando pontos de vista variados e essenciais para compreender a perspetiva do público.

Para garantir uma abordagem ampla e completa do valor do multilinguismo no mercado de trabalho, esta dissertação encontra-se estruturada em capítulos distintos, mas interligados, onde cada um dos quais aborda aspetos específicos do tema. Com esta organização, a intenção é proporcionar uma progressão clara e lógica, permitindo uma análise detalhada e aprofundada das várias dimensões do multilinguismo no contexto profissional. Assim, este projeto encontra-se dividido em 3 capítulos principais, sendo o primeiro a metodologia de investigação, o segundo centra-se na revisão de literatura e o último no estudo empírico

O primeiro capítulo centra-se na metodologia de investigação, onde se aborda os métodos utilizados para o desenvolvimento desta dissertação de Mestrado. O segundo capítulo inicia com um subcapítulo dedicado à análise dos fenómenos da globalização, estabelecendo uma base sólida para a compreensão da exploração subsequente do multilinguismo no mercado de trabalho.

Adicionalmente, apresenta o conceito de globalização, oferecendo uma exposição detalhada da sua evolução, das suas implicações multifacetadas e do seu papel na formação do mundo moderno, incluindo o mercado de trabalho global. Esta exploração da globalização fornece o enquadramento e o contexto necessários para avançar para a investigação centrada no valor do multilinguismo nos subcapítulos seguintes, assegurando que a discussão se baseia numa compreensão sólida do panorama global que caracteriza o mercado de trabalho atual.

Posteriormente, inicia-se o segundo subcapítulo que se centra diretamente no multilinguismo. Ao estabelecer inicialmente a base com definições complexas que diferem de acordo com as áreas académicas, os contextos socioculturais e os pontos de vista educativos, este

subcapítulo procura fornecer um conhecimento aprofundado do multilinguismo. Além disso, introduz-se a forma como os indivíduos multilingues lidam com os contextos sociais e as melhorias cognitivas que apresentam.

Adicionalmente, este subcapítulo fornece uma análise pormenorizada dos benefícios profissionais tangíveis do multilinguismo. Este investiga de que forma o multilinguismo tem um impacto positivo no acesso ao emprego, influencia os níveis salariais e facilita a progressão na carreira. Esta secção apresenta ainda uma análise detalhada das várias profissões onde o multilinguismo é mais procurado. Este subcapítulo funciona como uma ligação, conectando o contexto global com a investigação específica sobre o valor do multilinguismo nas empresas, assegurando uma progressão contínua e coerente da dissertação.

Posteriormente, no terceiro subcapítulo, adota-se uma abordagem estratégica para examinar o multilinguismo no âmbito do paradigma empresarial. Esta secção investiga o papel do multilinguismo como fator competitivo na área empresarial e de promoção do compromisso e da confiança do cliente. Sublinha ainda a essencialidade das competências linguísticas para uma adaptação eficaz a vários contextos culturais, garantindo que as empresas podem posicionar as suas ofertas sem problemas, atingindo diversos públicos-alvo e maximizando o seu impacto no mercado. O subcapítulo aborda o papel fundamental de uma comunicação clara e culturalmente sensível na prestação de um serviço excepcional ao cliente, no aumento da satisfação do cliente e na construção de uma reputação empresarial sólida.

O terceiro capítulo principal centra-se no estudo empírico deste projeto. Este capítulo explica o motivo pelo qual a pesquisa utilizada se destaca como a mais adequada e eficaz para responder às questões de investigação e alcançar os objetivos delineados. Neste apresenta-se todo o processo de desenvolvimento da pesquisa empírica, incluindo a elaboração do instrumento de investigação, onde se descreve a conceção, a estrutura e os componentes do questionário, detalhando os tipos de perguntas incluídas e o raciocínio que lhes está subjacente.

Este capítulo descreve também a identificação e a formulação dos objetivos da investigação, garantindo a relevância dos dados recolhidos. Apresenta-se também o público-alvo selecionado, oferecendo informações sobre os critérios de seleção e a lógica implícita, de forma a assegurar que o público escolhido fornece um conjunto de dados rico, diversificado e

relevante para a análise. Por último, explica-se o processo de seleção das perguntas do questionário.

Em jeito de conclusão da dissertação, apresenta-se as considerações finais, onde a fundamentação teórica e a investigação empírica se convergem para apresentar uma compreensão do valor do multilinguismo no mercado de trabalho. Além disso, revela-se e interpreta-se de forma pormenorizada os resultados do estudo empírico realizado. O objetivo é apresentar os resultados obtidos a partir da investigação, oferecendo uma análise detalhada das perceções e experiências dos indivíduos relativamente ao valor do multilinguismo na sua vida profissional. Estes resultados fornecem a base empírica para a investigação, fundamentando os conhecimentos teóricos da revisão de literatura com perspetivas do mundo real.



## **1. Metodologia de investigação**

O rigor metodológico, tanto do estudo empírico como da revisão de literatura, representa um dos eixos principais de qualquer investigação, independentemente do seu domínio. Pode-se afirmar “com certa segurança que a metodologia, o enquadramento teórico e a habilidade do investigador na construção do trabalho científico compõem o tríptico que sustenta a investigação científica” (Gomes & Galego, 2005, p.173).

Segundo Creswell (2014), a metodologia de investigação clarifica as etapas do processo de investigação para que possam ser estudadas e cuidadosamente planeadas antes de serem executadas. O principal objetivo de uma metodologia de investigação é facilitar a realização de uma análise metódica de um tema de investigação. É utilizada para fornecer um plano claro sobre a forma de avançar com a investigação, delineando os procedimentos e métodos que serão utilizados para recolher e analisar dados.

A abordagem da revisão da literatura é imprescindível para o processo de investigação, que estabelece as bases para uma investigação aprofundada. A revisão da literatura sustenta todo o projeto de investigação, estabelecendo os parâmetros e os objetivos, garantindo que o estudo se mantenha fundamentado. A metodologia de investigação não só garante a qualidade, a credibilidade e a fiabilidade da investigação, como também dá a outros investigadores a oportunidade de confirmar ou refutar os resultados. Uma metodologia sólida, nas palavras de Yin (2017), "links the data to be collected (and the conclusions to be drawn) to the initial questions of study" (p.58). A metodologia, que dá ao público e ao investigador um plano registado para abordar o tema da investigação, funciona essencialmente como um contrato para a forma como o estudo será realizado.

O enquadramento metodológico de uma investigação científica tem sido o foco e a principal preocupação dos investigadores, apesar da incontestabilidade desta descoberta. Por este motivo, definir o rumo da investigação, selecionar a técnica de recolha de dados, as combinações de técnicas e determinar como aperfeiçoar e tratar a informação recolhida durante a investigação de campo pode muitas vezes ser intimidante para investigadores novatos ou experimentados (Gomes & Galego, 2005).

A metodologia constitui um plano minucioso que descreve o como, quando e onde da recolha e análise de dados ou, conforme Kumar (2019), é um plano que especifica as fontes e os tipos de informação relevantes para o problema de investigação. É uma componente crucial de todos os projetos de investigação, uma vez que estabelece a direção que o estudo irá seguir e

oferece um roteiro que descreve as abordagens, metodologias e processos que serão utilizados.

Em conclusão, a metodologia de investigação constitui a base de todo o projeto. Oferece um plano definido que orienta toda a investigação do início ao fim, funcionando como um roteiro e uma justificação para as ações realizadas em nome da mesma. É importante ter em mente que uma metodologia de alta qualidade constitui a base de uma investigação de alta qualidade (Kumar, 2019).

Posto isto, a metodologia adotada para esta dissertação baseia-se, inicialmente, na revisão bibliográfica. Nesta parte teórica, pretende-se explorar, através de vários artigos científicos e autores variados, o impacto do multilinguismo no mercado de trabalho, assim como no mundo empresarial. Posteriormente ao enquadramento teórico, abordado no segundo capítulo, segue-se a parte prática, ou seja, o estudo empírico. Para a realização deste estudo, adotou-se uma investigação exploratória, tendencialmente de natureza quantitativa. Com a criação de um questionário divulgado *online*, teve-se como objetivo obter perceções relevantes dos inquiridos sobre o valor do multilinguismo.

Com esta metodologia de investigação utilizada, tem-se em vista explorar o valor do multilinguismo no mercado de trabalho e no mundo empresarial de forma coesa e estruturada.

## **2. Multilinguismo e o mercado de trabalho**

Com base no tema e no foco da investigação, o objetivo deste capítulo é fazer uma revisão da literatura e oferecer um quadro teórico e conceitual para o projeto. O domínio situa-se no âmbito do multilinguismo como elemento crucial no mercado de trabalho, assim como um fator de competitividade para as empresas.

Inicialmente é feita uma abordagem à globalização e a sua evolução, assim como uma contextualização e definição do multilinguismo. Adicionalmente, tenciona-se demonstrar que o multilinguismo, para além da vantagem linguística, tem impacto nas competências cognitivas e sociais dos indivíduos. De seguida, explora-se os diversos benefícios originados pela presença do multilinguismo nas suas vidas profissionais. Posteriormente, e de modo a finalizar, analisa-se o papel da proficiência linguística nas empresas, dando especial atenção à sua importância como fator de competitividade.

### **2.1. Globalização**

O termo "globalização", uma expressão que tem permeado as conversações em vários domínios, tem ressonância nas esferas económica, cultural e tecnológica da vida contemporânea. Trata-se de um fenómeno global que transforma economias, culturas, civilizações e os fundamentos básicos do contacto humano, sendo um fator determinante no mundo de hoje. Os avanços na comunicação, na tecnologia e nos transportes tornaram possível viajar grandes distâncias de forma mais fácil do que nunca. Assim, é possível afirmar que a globalização mudou a forma como as pessoas interagem com o resto do mundo e como as nações se relacionam entre si.

Apesar de ser regularmente discutido e mencionado em contextos académicos, é, no entanto, um termo complicado e aberto a muitas interpretações diferentes. Este capítulo analisa a complexa teia da globalização, num esforço para explicar as suas muitas facetas e clarificar o seu desenvolvimento baseado no contexto histórico.

Neste contexto, torna-se evidente a importância do multilinguismo, uma vez que este facilita a realização de negócios a nível internacional e a compreensão de diferentes culturas. Além disso, permite que as pessoas se comuniquem mais profundamente, ultrapassando os obstáculos linguísticos e cultivando fortes ligações. O multilinguismo tornou-se assim uma capacidade muito procurada no mercado de trabalho global, na medida em que as empresas

procuram atravessar uma base de consumidores cada vez mais diversificada e tirar partido das perspetivas globais.

### **2.1.1. Conceitos de globalização**

Embora pareça haver consenso geral de que o mundo está a tornar-se mais globalizado, não há, de modo algum, unanimidade sobre o tema. Desta forma, torna-se importante explorar aprofundadamente as interpretações sobre o conceito apresentadas por vários autores, oferecendo uma melhor compreensão sobre o mesmo.

Sendo este um termo complexo, Anthony Giddens (1990) mencionou a utilização precoce do termo, afirmando que foi na década de 1960 que este foi utilizado pela primeira vez, com o objetivo de descrever o facto de as pessoas estarem a começar a ficar mais ligadas em todo o mundo. O autor identifica o surgimento de empresas multinacionais, a maior mobilidade da riqueza e a interconectividade dos mercados como principais causas da globalização.

Na sua obra, lançada em 1992, o autor Roland Robertson examinou a ideia de globalização. Segundo este, a expressão ficou conhecida na década de 1980 e no início da década de 1990, como um método para descrever os processos complexos da interconectividade global.

Adicionalmente, o sociólogo e especialista em globalização Manuel Castells reconhece que a palavra se tornou conhecida na década de 1990, como resultado dos desenvolvimentos tecnológicos e do aumento da circulação de pessoas, capitais e informações. Na sua observação, Castells (1996) considera a globalização um processo histórico, determinado pelo desenvolvimento de uma rede global de intercâmbio económico e cultural. O autor sublinha que o conceito de globalização se baseia fundamentalmente na interdependência das interações económicas e culturais.

Para além da discussão sobre o aparecimento do termo ‘globalização’, considera-se igualmente importante compreender o seu conceito, esclarecendo a natureza multifacetada do mesmo. Nesse sentido, apresenta-se diversas definições de globalização segundo diferentes autores, uma vez que fornecem informações pertinentes sobre as várias perspetivas que rodeiam este fenómeno.

A globalização, de acordo com Giddens (1990), pode ser definida como “the intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings

are shaped by events occurring many miles away and vice versa” (p.64). O sociólogo salienta ainda a forma como os acontecimentos locais e globais se influenciam e moldam mutuamente, demonstrando assim a interconexão e a conectividade que transcendem os limites físicos.

Outro ponto de vista foi apresentado pela socióloga Saskia Sassen, que se refere ao termo ‘globalização’ como a natureza dinâmica dos processos económicos, sociais e políticos, resultando numa interdependência crescente entre os níveis local, nacional e internacional (Sassen, 2006). A autora destaca a complexidade do termo, realçando a forma como este afeta as diferentes esferas sociais, económicas e políticas a várias escalas, desde a local à global.

Robertson (1992) afirma que a globalização é o processo de condensação do mundo e da sensibilização das pessoas como um todo. Além disso, enfatiza o facto do mundo estar a ficar mais interligado, tornando as pessoas mais conscientes a nível global.

Autores como Giddens, Robertson, e Sassen apresentam definições que realçam a forma como a globalização afeta os acontecimentos locais e globais, contribui para a criação de uma consciência global, promove interações económicas e culturais e ocorre a várias escalas.

Numa perspetiva diferente, Arjun Appadurai (1996), para realçar a constante troca e interseção de aspetos culturais em muitos países, centra-se no aspeto cultural da globalização. Este descreve a globalização como um processo cultural que resulta em novas formas e identidades culturais através da troca, combinação e recontextualização dos conteúdos simbólicos de muitas culturas.

Ulrich Beck enfatiza a forma como a globalização é disruptiva e como esta atravessa as fronteiras convencionais para afetar muitas facetas da sociedade. O autor define o termo como "the process through which sovereign national states are criss-crossed and undermined by transnational actors with varying prospects of power, orientations, identities and networks." (Beck, 2000, p.11).

De acordo com os cientistas políticos David Held e Anthony McGrew, a globalização é um processo de intensificação das relações sociais globais, que se traduz em fluxos e redes transnacionais de pessoas, bens, informações e ideias (Held & McGrew, 2007). Estes autores sublinham a complexidade da globalização, que inclui uma série de interações sociais e o desenvolvimento de redes internacionais.

Estas definições de globalização de Ulrich Beck, Arjun Appadurai, David Held e Anthony McGrew oferecem vários pontos de vista sobre o fenômeno, realçando as suas características transformadoras, as interações interculturais e os fluxos transnacionais. A partir de pontos de vista sociológicos, antropológicos e da ciência política, estes autores contribuem para a compreensão da globalização, ilustrando as numerosas particularidades deste fenômeno.

Em conclusão, a globalização é um fenômeno complexo que inclui a interdependência, a integração e a interligação. Estas definições, que refletem os vários pontos de vista e métodos disciplinares da área, representam eficazmente a essência da globalização. No nosso mundo cada vez mais interligado, é crucial conhecer a natureza complexa e dinâmica do fenômeno, a fim de apreciar plenamente os efeitos abrangentes que tem na sociedade e na economia.

### **2.1.2. Evolução da globalização**

Após ter sido feita uma análise do conceito, introduz-se a história e a evolução da globalização, de forma a demonstrar o seu papel crucial na sociedade e no mundo empresarial. Na segunda metade do século XX, o termo "globalização" surgiu para caracterizar a conectividade crescente das comunidades e economias de todo o mundo. De acordo com os especialistas que estudaram as suas raízes, como Cordellier (1998), foi nas décadas de 1960 e 1970 que a expressão começou a tornar-se conhecida nos círculos académicos e intelectuais.

A partir do século XVI, assistimos ao nascimento de um capitalismo comercial com vocação internacional. Em termos de economia, a globalização refere-se a um fenômeno que envolve atividades como o fluxo de capitais, o crescimento dos mercados e a integração produtiva à escala mundial (Cordellier, 1998).

Posteriormente, o autor afirma que esta tendência foi reforçada no século XVII com a colonização e a incorporação do continente americano na economia capitalista europeia. Os avanços da globalização foram impulsionados pelas revoluções industriais dos séculos XVIII e XIX. Contudo, a dinâmica da globalização diminuiu durante o período entre guerras (1918-1939), mas recuperou após a derrota da Alemanha e do Japão em 2 de setembro de 1945 (Cordellier, 1998).

Em consequência, as trocas comerciais voltaram a acelerar, resultando na fusão dos mercados nacionais com o mercado mundial. O aumento da circulação de bens e serviços entre as

diferentes regiões do mundo, bem como a facilitação do turismo e da migração, foi possível graças aos progressos registados nos transportes aéreos e marítimos, à redução dos custos do comércio internacional, à evolução das tecnologias de comunicação e ao desenvolvimento das empresas de crédito e de seguros. Neste sentido, o crescimento das tecnologias da informação e comunicação (TIC) foi crucial para a globalização da produção de bens e serviços. Com a globalização do sistema de comunicações, as telecomunicações e as tecnologias da informação deram às empresas, instituições e indivíduos acesso a uma vasta quantidade de informações, dados e imagens, bem como a capacidade de comunicar em tempo real (Cordellier, 1998).

Atualmente, a produtividade e a competitividade dos agentes económicos dependem da sua capacidade de desenvolver, processar e aplicar informação eficaz. Neste sentido, a globalização alterou as estruturas sociais e criou novas exigências materiais. No entanto, também influenciou as crenças, destacando a importância do individualismo, do igualitarismo e da razão, bem como a autonomia dos produtores e consumidores (Cordellier, 1998).

O desenvolvimento dos mercados, das redes de comércio e das comunicações do capitalismo assinala uma época da história onde as grandes potências industrializadas dominavam. Por conseguinte, as Nações da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico) constituem a maior parte do comércio mundial. Assim, a globalização ocorre no contexto de fatores políticos, económicos e sociais que se concentram num pequeno número de países do Norte e do Sul.

O mercado mundial exclui as nações que não são capazes de oferecer refúgio seguro, infraestrutura estável ou mercados capazes de promover condições favoráveis às práticas capitalistas de produção e consumo. Neste contexto, os governos estão a dar mais ênfase às táticas de promoção das suas economias e indústrias no estrangeiro, a fim de atrair investimentos estrangeiros, acolher as sedes de empresas multinacionais ou as suas afiliadas (Cordellier, 1998).

Posto isto, salienta-se que, segundo a OCDE (2005), a globalização representa um processo dinâmico e multifacetado de integração económica que envolve o movimento internacional de recursos entre países, aumentando a interdependência económica. Desta forma, torna-se bastante claro que as empresas que conseguem competir a nível mundial beneficiam muito com a globalização, dado que esta lhes permite reduzir os custos através de economias de

escala, aumentar a qualidade dos produtos através da concorrência global e promover a produtividade e a inovação num mercado extremamente competitivo.

## **2.2. O multilinguismo**

A capacidade de comunicar em várias línguas é mais do que um simples talento útil no nosso mundo cada vez mais interligado, trata-se também de uma característica distintiva da sociedade atual. O multilinguismo, ou o conhecimento e utilização de diversas línguas por indivíduos ou comunidades, não é um fenómeno recente. No entanto, como resultado da globalização, das mudanças demográficas e dos avanços tecnológicos, as suas ramificações cresceram e tornaram-se mais profundas.

Para além do intelecto, a experiência multilingue serve de base para uma comunicação eficaz numa variedade de contextos, uma vez que a sua influência vai desde as relações sociais à compreensão intercultural. O capítulo procura descrever o multilinguismo como um fenómeno multidimensional que oferece vastas perspetivas de progresso pessoal e social através da fusão de vários elementos. Será também tido em conta as vantagens que as pessoas multilingues têm, frequentemente, em termos de emprego e de carreira. O multilinguismo pode ser um grande trunfo para as empresas atuais, proporcionando acesso a oportunidades que de outra forma não estariam disponíveis.

### **2.2.1. Contextualização**

As línguas encontram-se constantemente em mudança e, conseqüentemente, também as informações sobre estas. Desta forma, apesar de existir bastante informação sobre as línguas no mundo, será feita uma revisão sobre os dados existentes até ao momento. Segundo dados da Ethnologue (2022b), são faladas no mundo inteiro um total de 7.168 línguas. Contudo, 3.045 dessas línguas, aproximadamente 42%, estão agora em perigo. As línguas que são consideradas em perigo apresentam frequentemente poucos falantes, cerca de 1000 utilizadores restantes, o que torna difícil a obtenção de informações sobre elas. Outra característica de uma língua ameaçada baseia-se no facto dos falantes de uma certa língua começarem a instruir e a falar com as crianças numa língua mais prevalecente (Ethnologue, 2022a).



De acordo com a Ethnologue (2022e), as línguas maternas mais faladas no mundo são o mandarim, com aproximadamente 920 milhões de falantes, de seguida o espanhol, com 475 milhões, o inglês com 373 milhões e o hindi com 344 milhões. Quando o assunto são línguas não-maternas mais faladas no mundo, o inglês ocupa o primeiro lugar, com 1.5 biliões de falantes, o mandarim o segundo, com 1.1 biliões de falantes, o hindi o terceiro com 602 milhões de falantes, o espanhol o quarto com 548 milhões de falantes e o francês o quinto com 274 milhões de falantes (Ethnologue, 2022c). O português encontra-se no nono lugar desta lista, com 258 milhões de falantes. O número elevado de falantes nativos do mandarim deve-se à dimensão populacional da China, pelo que a localização dos mesmos se foca maioritariamente na zona da Ásia. Já o inglês, como é uma língua mais falada por pessoas não nativas, encontra-se espalhada por todo o mundo (Ethnologue, 2022e).

Estas duas formas de avaliar as línguas demonstra que, apesar da variedade linguística ser bastante significativa, a distribuição demográfica da mesma não é uniforme. Segundo dados da Ethnologue (2022d), constata-se que as mais de 7.000 línguas faladas no mundo estão distribuídas por todos os países desigualmente. Esta tendência torna-se clara, quer se foque em regiões completas ou em países individuais. Como exemplo, temos o país Papua Nova Guiné que representa o país onde se fala mais línguas do mundo. O total de 840 línguas faladas no país inclui mais do dobro do número de línguas faladas na Europa. Além deste, existem outros países com fortes densidades linguísticas como a Indonésia, a Nigéria, a Índia, os Estados Unidos da América, a Austrália, a China, o México, os Camarões e o Brasil.

Apesar de o número de línguas existentes no mundo ultrapassar os 7.000, apenas 23 idiomas representam mais de metade da população mundial (Ethnologue, 2022b). Assim, reconhece-se que, por um lado, existem línguas bastante vulgarizadas, por outro, há línguas minoritárias que são faladas por um pequeno número de pessoas e, por vezes, nem em todas as situações.

### **2.2.2. Definições de multilinguismo**

A capacidade de falar e compreender várias línguas encontra-se incluída na ideia de multilinguismo. No entanto, dada a sua grande variedade de formas e contextos, definir o multilinguismo torna-se uma questão complexa. De forma a representar a diversidade e a complexidade do multilinguismo, os especialistas na matéria oferecem uma variedade de definições. Assim, explorar as implicações, vantagens e dificuldades do multilinguismo numa

variedade de contextos, como a educação, a cultura e o mercado de trabalho, requer uma compreensão das numerosas definições do termo.

Segundo Crystal (1987), define-se por multilinguismo uma circunstância linguística onde duas ou mais línguas são faladas no mesmo corpo social ou quando uma pessoa é gramatical e comunicativamente competente em mais de uma língua.

No contexto deste termo abrangente, diferentes níveis de multilinguismo podem ser distinguidos. Lasagabaster (2003), por exemplo, especifica três tipos de multilinguismo. O primeiro consiste no multilinguismo individual que corresponde à competência de um indivíduo para adquirir e utilizar múltiplas línguas e/ou variedade linguística no seu dia-a-dia. De seguida, apresenta o multilinguismo institucional/escolar que se baseia na presença de mais de duas línguas no currículo académico. Por último, descreve o multilinguismo social como a presença de várias línguas na vida de uma comunidade. Este tipo de multilinguismo aborda a habilidade das comunidades de falantes de usarem mais do que uma língua através da distância e do tempo, o que engloba a utilização coletiva do multilinguismo. Estes níveis são frequentemente considerados como níveis micro, meso e macro, respetivamente.

Conforme Franceschini (2009), o multilinguismo representa a aptidão de um indivíduo utilizar várias línguas simultaneamente num determinado local e tempo, refletindo a habilidade das sociedades, instituições, grupos de pessoas e indivíduos de interagir com múltiplas línguas numa base diária. O termo "multilinguismo" refere-se a um fenómeno que se manifesta nos comportamentos de um determinado grupo e que se distingue por um elevado grau de sensibilidade intra e intercultural. Neste contexto, 'língua' refere-se a qualquer variedade linguística que um grupo falante atribui a si próprio e utiliza entre si, incluindo línguas regionais, dialetos, variedades dialectais e línguas gestuais.

De acordo com a Comissão Europeia (2008), o multilinguismo é a capacidade das civilizações, organizações, grupos e pessoas de interagir regularmente com mais do que uma língua na sua vida quotidiana. A coexistência de várias comunidades linguísticas numa mesma área geográfica, geopolítica ou entidade política é frequentemente referida como multilinguismo.

Na perspetiva de Mariani (2009), o multilinguismo refere-se especificamente à proficiência de um indivíduo na utilização de muitas línguas, sugerindo outro tipo de imagem sobre o termo. Este afirma e enfatiza que a forma como as línguas e as culturas diferentes se integram e interagem, desenvolvendo-se numa competência especial que compreende a língua materna.

Segundo o autor, “questo è il concetto di competenza di azione comunicativa plurilingue e pluriculturale, una competenza che cambia e si evolve man mano che la persona fa esperienza di nuove lingue e di nuove culture” (p.204).

O multilinguismo, conforme Carson (2005), está também ligado a uma mudança significativa no paradigma da aprendizagem de línguas, uma vez que já não se considera necessário falar outras línguas com a fluência de falantes nativos, mas sim desenvolver um repertório linguístico com várias línguas e os vários níveis de conhecimento das mesmas.

Deste modo, através das várias definições distintas, encontra-se uma similaridade. O multilinguismo é, de facto, compreendido como um conceito complexo, tendo em conta as suas aplicações, os contextos em que ocorre, os processos pelos quais aprendemos línguas, assim como os seus efeitos sobre nós e no decurso da nossa vida profissional, como será demonstrado no decorrer desta dissertação.

### **2.2.3. Competências sociais, cognitivas e interculturais do multilinguismo**

A habilidade de falar várias línguas, ou ser multilingue, manifesta vários efeitos sociais positivos, tanto para os indivíduos como para as comunidades. Na sociedade atual interligada, o multilinguismo desempenha um papel fundamental na promoção de uma melhor comunicação, compreensão cultural, inclusão e de benefícios cognitivos.

A melhoria da comunicação consiste numa das muitas vantagens importantes do multilinguismo para a sociedade. As pessoas fluentes em várias línguas conseguem interagir com outras culturas de forma produtiva, promovendo a compreensão mútua, o respeito e a coesão social. Como argumenta Collier e Thomas (2015), o multilinguismo representa a conexão entre indivíduos de origens linguísticas diferentes de forma a proporcionar compreensão e respeito recíprocos.

O multilinguismo tem também a capacidade de desenvolver nas pessoas características cognitivas mais fortes. Segundo Bialystok (2015), especialista em bilinguismo, o conhecimento de várias línguas pode ajudar a melhorar os processos cognitivos e levar ao desenvolvimento de uma mente mais flexível e ágil.

A alternância constante entre várias línguas melhora a destreza mental e tem efeitos positivos na cognição que vão para além do processamento linguístico. Cummins (1984) apresenta

uma visão semelhante, afirmando que falar várias línguas pode ajudar as pessoas a desenvolver o seu pensamento crítico, as suas capacidades de resolução de problemas, flexibilidade cognitiva e gestão da atenção, atributos cruciais na sociedade atual.

Além disso, falar várias línguas estimula a sensibilidade para outras culturas. Ao aprender e utilizar outras línguas, os indivíduos adquirem conhecimentos sobre as várias visões do mundo, culturas e sistemas de crenças. De acordo com o especialista em educação intercultural, Michael Byram, o multilinguismo tem a capacidade de desenvolver a competência intercultural, permitindo às pessoas interagir com os outros de uma forma mais simpática e reverente (Byram, 2008). O autor acrescenta ainda que amplia perspectivas e aprofunda o respeito pela diversidade cultural.

O multilinguismo incentiva a transcendência de estereótipos e preconceitos, promovendo assim o respeito e a compreensão pelos outros. Como salienta a especialista em educação linguística García (2011), o multilinguismo permite aos indivíduos o acesso e compreensão da diversidade e riqueza das culturas humanas.

O multilinguismo serve como um agente de empoderamento, particularmente para grupos de pessoas desfavorecidas. As políticas linguísticas que reconhecem e promovem a diversidade linguística, de acordo com Phillipson (2010), permitem que as pessoas se envolvam ativamente nos domínios social, económico e político. A identidade das pessoas é valorizada e o legado cultural pode ser preservado quando estas são apoiadas e encorajadas a utilizar as suas línguas maternas. Esta aceitação e capacitação ajudam a criar uma sociedade que aceita melhor as diferentes línguas e culturas e as valoriza.

Norton (2013) partilha de um ponto de vista semelhante, enfatizando que o multilinguismo permite que as pessoas aprendam, apreciem e compreendam várias culturas, o que promove a comunicação e a compreensão interculturais. Falar várias línguas permite que as pessoas compreendam as diferenças subtis entre várias normas e valores culturais, o modo de vida e as visões do mundo de outras pessoas, o que, por sua vez, incentiva a aceitação e a consciência culturais. Anzaldúa (1987) afirma que os indivíduos multilingues são mais capazes de expressar e preservar as suas identidades culturais, o que promove o orgulho comunitário e a resiliência.

Além disso, o multilinguismo é essencial para a promoção e preservação do legado linguístico e cultural. Skutnabb-Kangas e Phillipson (2016), destacam o estado de extinção de diversas línguas indígenas do planeta. Indivíduos multilingues não só têm a capacidade de

interagir com muitas populações, mas também com o seu próprio património cultural. Desta forma, as comunidades podem proteger o seu legado cultural e a sua identidade através do multilinguismo, uma vez que possuem a aptidão para ajudar a preservar obras literárias, histórias orais e tradições culturais, mantendo e utilizando as suas línguas maternas.

Para além das suas diversas vantagens culturais, o multilinguismo é essencial para eliminar preconceitos e promover a inclusão. Conforme Cenoz e Gorter (2015), o multilinguismo tem a capacidade de minimizar a discriminação linguística ao promover uma cultura onde os indivíduos podem envolver-se e comunicar numa variedade de línguas. Este facto incentiva a inclusão, uma vez que as pessoas de diferentes origens linguísticas podem interagir social e economicamente sem se depararem com obstáculos linguísticos. Ao aceitar a variedade linguística, as culturas podem combater atitudes e comportamentos discriminatórios, uma vez que a língua e a identidade estão intimamente relacionadas.

Devido ao multilinguismo, as pessoas com diferentes origens linguísticas têm mais oportunidades de participar plenamente nos domínios social, económico e político. De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2023), o multilinguismo constitui um motor fundamental para a inclusão social, promovendo a igualdade e permitindo que os indivíduos exerçam os seus direitos.

Ser multilingue ajuda a reduzir as barreiras linguísticas e a promover a coesão social. As pessoas que conseguem comunicar em várias línguas servem de elo de ligação entre várias comunidades linguísticas em sociedades multilingues. Incentivam a comunicação, a compreensão e a cooperação, criando simultaneamente um sentimento de coesão e objetivos partilhados. De acordo com o Parlamento Europeu (2008):

Uma política de multilinguismo bem sucedida pode traduzir-se em novas oportunidades para os cidadãos: pode aumentar a sua empregabilidade, facilitar o acesso aos serviços e o exercício dos seus direitos, e contribuir para a solidariedade através da promoção do diálogo intercultural e da coesão social. Nesta perspetiva, a diversidade linguística pode representar uma mais-valia preciosa, sobretudo tendo em conta o mundo globalizado em que vivemos hoje. (p.3)

A inclusão em circunstâncias sociais e profissionais é também favorecida neste contexto. A capacidade de interagir com pessoas de várias origens linguísticas é reforçada quando as pessoas são capazes de conversar em várias línguas. Isto incentiva o respeito, a empatia e a compreensão de muitas culturas, o que acaba por resultar em comunidades mais inclusivas e

coesas. Para reforçar esta ideia, Edwards (2008) salienta que o multilinguismo permite que as pessoas conversem, negociem e estabeleçam ligações para além das barreiras linguísticas e culturais, o que ajuda a dissipar preconceitos e a promover a inclusão.

Em última análise, o multilinguismo apresenta inúmeros benefícios sociais e culturais que contribuem para uma sociedade mais diversificada e harmoniosa. Este atua como um catalisador para o progresso social, promovendo a inclusão, minimizando a discriminação e promovendo um mundo mais interconectado e equilibrado. Adotar e encorajar o multilinguismo é crucial para a construção de uma sociedade mais equitativa e pacífica para todos.

#### **2.2.4. Benefícios do multilinguismo no mercado de trabalho**

Na sociedade de hoje, as línguas desempenham uma função que vai para além da facilidade de comunicação e da compreensão cultural. O multilinguismo também tem vindo a ser valorizado no mercado de trabalho, na medida em que oferece às pessoas uma vantagem competitiva, desencadeando uma variedade de oportunidades de carreira. Recorrendo a ideias de vários autores e estudos, este ponto tem em vista a investigação da importância das línguas no acesso ao emprego, no nível salarial e na progressão de carreira, assim como entender que tipos de línguas são mais necessárias em geral e em certas profissões.

##### **2.2.4.1. Acesso ao emprego e bem-estar no trabalho**

O papel das línguas é fundamental no mercado de trabalho atual, assim como a conectividade global e a comunicação intercultural. O conhecimento de várias línguas tornou-se cada vez mais valioso, proporcionando aos indivíduos uma vantagem no acesso a oportunidades de emprego.

Segundo a Comissão Europeia, os empregadores dão grande prioridade ao multilinguismo no atual ambiente de trabalho mundial. Os indivíduos que são multilingues, possuem uma vantagem sobre outros, uma vez que podem interagir com clientes de todo o mundo, trabalhar em ambientes diversificados e apoiar projetos empresariais multinacionais. De acordo com a Comissão Europeia (2008), "Linguistic and intercultural skills increase the chances of obtaining a better job" (p.8). Acrescenta ainda que a proficiência linguística proporciona uma

vantagem competitiva para as empresas, o que faz com que as empresas procurem indivíduos com estas características, “companies are increasingly looking for skills in a number of languages to conduct business in the EU and abroad” (p.8). As empresas que operam em vários mercados beneficiam muito dos conhecimentos linguísticos que o profissional multilingue proporciona.

Segundo a investigação de Baker e Eversley (2000), a eficácia das competências de comunicação multilingue melhora consideravelmente as perspectivas de emprego de um indivíduo, especialmente em locais de trabalho multilingues ou em domínios com ligações internacionais. A fluência em várias línguas permite que as pessoas façam negócios e negociem contratos, assim como facilitam transações com clientes de todo o mundo.

No contexto do comércio global, de forma a aceder a mercados mundiais e a estabelecer relações comerciais de confiança, é essencial apresentar competências linguísticas. Segundo Tenzer et al. (2017), essa característica permite que os indivíduos compreendam as diferenças culturais locais, estabeleçam relações com os clientes e modifiquem as táticas comerciais, com vista a adaptarem-se a mercados específicos. Consequentemente, são muitas as organizações internacionais que procuram ativamente trabalhadores com essa qualificação, uma vez que possuem a capacidade de interagir com os clientes nas suas línguas maternas. Pennycook (2006) sublinha a imprescindibilidade da proficiência linguística na compreensão dos diferentes fluxos transculturais, permitindo que as pessoas façam negócios entre culturas distintas e estabeleçam ligações numa variedade de mercados.

No que diz respeito ao sucesso das missões internacionais, a competência linguística é uma componente crucial, influenciando a capacidade do indivíduo para se integrar na cultura do país de acolhimento e colaborar bem com os colegas e clientes locais (Lazarova & Caligiuri, 2001). Trabalhadores fluentes na língua local são mais capazes de interagir com as equipas locais, lidar com as diferenças culturais e criar laços de trabalho transfronteiriços.

Em referência à comunicação entre colegas de trabalho de diferentes origens linguísticas, o multilinguismo representa uma mais-valia. Conforme Lüdi et al. (2010), funcionários multilingues têm potencial para atuar como recursos linguísticos, promovendo uma comunicação interna eficaz e fomentando a cooperação intercultural. Por conseguinte, o intercâmbio de conhecimentos, a colaboração e a comunicação interna são facilitados. Assim, a capacidade linguística eficiente promove a inclusão e a comunicação eficaz entre trabalhadores de várias origens culturais nas empresas com uma força de trabalho variada. Os

trabalhadores multilingues podem ajudar os membros da equipa que falam línguas diferentes a compreenderem-se uns aos outros, a colaborar mais facilmente e a melhorar a compreensão.

A existência de línguas diversificadas pode ajudar a promover um local de trabalho mais acolhedor, onde os membros da equipa se sintam valorizados pelas suas competências linguísticas e perspetivas culturais. Além disso, ao eliminar as barreiras linguísticas dentro das empresas, as competências linguísticas podem promover uma comunicação interna e uma partilha de conhecimentos mais fácil. De acordo com Lüdi et al. (2010), os funcionários multilingues podem atuar como recursos linguísticos e melhorar a comunicação entre departamentos ou setores internacionais. Isto melhora a colaboração, a eficácia e a criatividade dentro das empresas.

Conclui-se assim que as pessoas com competências linguísticas têm uma vantagem sobre as outras, especialmente em contextos comerciais internacionais. À medida que o mercado de trabalho se torna cada vez mais globalizado, os indivíduos que possuem fortes competências linguísticas continuarão a beneficiar de uma vantagem no acesso a uma maior variedade de oportunidades de emprego.

#### **2.2.4.2. Níveis salariais**

No mundo globalizado, as línguas revelaram-se um bem bastante útil no mercado de trabalho, sendo muitas vezes sinónimo de melhor salário. Este ponto examina a influência do conhecimento linguístico nos salários, dando as perceções de vários autores e estudos.

Vários estudos demonstram que as competências linguísticas podem ter um efeito positivo nas tabelas salariais. De acordo com Macdonald (2022), os trabalhadores multilingues são, normalmente, melhor remunerados comparativamente aos monolingues, particularmente em empregos que exigem conhecimentos linguísticos interculturais ou especializados. A fluência em várias línguas é frequentemente vista como uma vantagem, o que pode levar a ofertas de emprego mais bem pagas.

A aprendizagem de línguas muito procuradas ou estrategicamente importantes, como o mandarim, o espanhol ou o árabe, pode aumentar a remuneração de um indivíduo. Esta ideia é corroborada pela investigação de Bleakley e Chin (2004), onde demonstram que falar línguas estratégicas aumenta o potencial de ganho e as hipóteses de crescimento profissional em áreas como finanças, diplomacia e relações internacionais. Churkina et al. (2023)



concordam, enfatizando que as pessoas que dominam estas línguas podem beneficiar de diferenças salariais e de um maior potencial de rendimento no mercado de trabalho em geral. Para além das três línguas referidas anteriormente, os autores acrescentam ainda o alemão.

De acordo com Chiswick e Miller (2014), os indivíduos com competências linguísticas têm frequentemente melhores capacidades de comunicação, competência cultural e consciência global, o que os torna mais valiosos no mercado de trabalho. Os empregadores respeitam a proficiência linguística do ponto de vista económico e pagarão mais por aqueles que conseguem navegar com sucesso pelas diferenças linguísticas e culturais em ambientes empresariais globais.

No contexto do comércio internacional, onde a comunicação transfronteiriça bem-sucedida é essencial, a fluência linguística é especialmente importante. Os profissionais podem negociar, desenvolver relações e gerir diferenças culturais graças às suas competências linguísticas. O livro de Geppert et al., de 2002, indicou que as pessoas com competências linguísticas ocupam frequentemente cargos superiores e ganham mais dinheiro devido à sua capacidade de promover colaborações internacionais e empreendimentos económicos.

Segundo Coulmas (2013), devido à procura de uma comunicação correta entre línguas e à necessidade de competências linguísticas especializadas, os tradutores e intérpretes, por exemplo, são mais bem pagos. A fluência linguística pode abrir portas a empregos que atendam a um espectro variado de consumidores em setores como o turismo, a hotelaria e o atendimento ao cliente, melhorando as perspetivas salariais.

Assim, percebe-se que os resultados salariais são significativamente influenciados pelo multilinguismo, sendo que as pessoas com competências linguísticas recebem frequentemente salários mais elevados. O investimento na aprendizagem de línguas proporciona a aquisição de competências multilingues, beneficiando possivelmente de melhores oportunidades salariais no nosso mundo mais interligado.

#### **2.2.4.3. Progressão de carreira**

De acordo com a bibliografia revista, as línguas desempenham um papel crucial na progressão de carreira, oferecendo aos indivíduos oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional. Desta forma, pretende-se explorar neste ponto a influência das

habilidades linguísticas na progressão de carreira, facultando estudos e investigações de vários autores.

O sucesso profissional pode ser influenciado consideravelmente pelo multilinguismo. Pessoas multilingues possuem, frequentemente, uma perspectiva global mais apurada, sensibilidade cultural e melhores capacidades de comunicação intercultural, o que as torna um trunfo importante para as empresas que se encontram a expandir para o estrangeiro (Pennycook, 2006). Ricento (2010) salienta que as competências linguísticas permitem aos indivíduos lidar com ambientes de trabalho multiculturais, construir redes internacionais e assumir papéis de liderança com responsabilidades globais.

Além disso, falar fluentemente línguas faladas por mercados ou áreas importantes pode levar a promoções e perspectivas de progressão na carreira, uma vez que alarga as opções de emprego ao permitir o acesso a oportunidades à escala global. Quando procuram posições globais, aqueles que possuem competências linguísticas têm frequentemente uma vantagem, o que resulta numa progressão mais rápida na carreira e no acesso a uma maior variedade de opções de emprego. O multilinguismo pode dar às pessoas uma vantagem competitiva em setores como o turismo, a hotelaria, a tradução e a interpretação e o desenvolvimento internacional, como referem Suarez-Orozco e Sattin-Bajaj (2020). Nestes domínios, a capacidade de comunicar com diversas partes interessadas e clientes nas suas línguas maternas promove confiança, estabelece ligações e melhora as relações comerciais.

A competência intercultural tornou-se uma vantagem desejável para o crescimento profissional num mundo cada vez mais interligado. De acordo com Chiswick e Miller (2014), a competência intercultural é possível, frequentemente, graças à proficiência linguística, sendo esta altamente valorizada pelos empregadores, podendo acelerar a progressão profissional. Lüdi et al. (2010), salientam que pessoas multilingues têm a capacidade de atravessar divisões linguísticas e culturais, tornando-as qualificadas para posições de liderança em equipas internacionais. Os autores afirmam que o multilinguismo pode facilitar a progressão de carreira para cargos de chefia, visto que líderes de empresas multinacionais devem ser capazes de colaborar e comunicar com sucesso para além das fronteiras. Além disso, os líderes podem promover ambientes de trabalho inclusivos, compreender muitos pontos de vista e implementar planos globais da empresa, utilizando as suas competências linguísticas.

O multilinguismo é frequentemente visto pelos empregadores como um sinal de capacidade de desenvolvimento profissional de um candidato. De acordo com a investigação de Srivastava et al. (2020), pessoas que dominam uma segunda língua têm mais probabilidades de serem atribuídas tarefas no estrangeiro, expondo-as a uma variedade de experiências e possibilidades de desenvolvimento de competências, o que pode acelerar o crescimento profissional.

As competências linguísticas desempenham um papel cada vez mais vital na progressão na carreira, oferecendo aos indivíduos uma vantagem competitiva no atual mercado de trabalho. Desta forma, as competências linguísticas podem contribuir para a progressão de carreira, para o desempenho de funções de liderança e para o estabelecimento de uma sólida reputação profissional. Além disso, a proficiência linguística demonstra adaptabilidade e vontade de aceitar novos desafios, posicionando os indivíduos para um sucesso contínuo nas suas carreiras.

#### **2.2.4.4. Profissões e línguas**

Um número crescente de profissões e setores considera o multilinguismo uma vantagem competitiva para os trabalhadores. Com a ajuda de autores e estudos, este ponto destaca as línguas mais procuradas e examina as áreas e profissões em que o multilinguismo é altamente valorizado.

Indivíduos multilingues são alvo de uma procura intensa no mundo do comércio e dos negócios internacionais. A fluência em línguas como o inglês, o mandarim, o espanhol e o árabe proporciona uma vantagem única quando o assunto é trabalhar com parceiros internacionais, negociar contratos e alargar o seu alcance no mercado, afirma Gökmen (2016). Uma comunicação multilingue eficaz melhora os negócios transfronteiriços, as relações com clientes globais e os estudos de mercado.

Devido à grande variedade de clientes que acolhem, os setores do turismo e da hotelaria dão grande importância às pessoas multilingues. Línguas como o inglês, o espanhol, o francês, o alemão e o mandarim são muito procuradas neste setor, afirmam Khalid et al. (2021). Salientam ainda que os profissionais que são fluentes nestas línguas têm a capacidade de interagir com vários viajantes do mundo, prestar um excelente serviço ao cliente e promover intercâmbios interculturais saudáveis.

O multilinguismo, em conjunto com a sensibilidade cultural, é também uma componente essencial das profissões de tradução e interpretação. A necessidade de serviços linguísticos aumentou drasticamente com a crescente globalização. Línguas como o inglês, o francês, o espanhol, o alemão, o árabe, o mandarim e o japonês são importantes consoante o local, de acordo com autores como Pym (2013). A comunicação efetiva entre pessoas e organizações com diferentes origens linguísticas é intensamente auxiliada por tradutores e intérpretes.

A diplomacia e as relações internacionais atribuem uma elevada prioridade ao multilinguismo. Srivastava et al. (2020) sublinham o valor de línguas como o mandarim, o inglês, o francês, o espanhol, o russo e o árabe em vários setores. A fim de promover a cooperação e a compreensão internacionais, os diplomatas multilingues e os peritos em relações internacionais podem comunicar e negociar eficazmente à escala mundial.

O valor do multilinguismo está a aumentar também na esfera da educação. Os professores com competências multilingues são muito procurados em contextos educativos bilingues ou multilingues. Línguas como o inglês, o espanhol, o francês, o mandarim e o árabe são frequentemente procuradas, afirma Morton (2016). O crescimento académico e linguístico das crianças é apoiado por professores multilingues, que também promovem a aprendizagem intercultural.

De acordo com Chiswick e Miller (2014), pessoas bilingues têm mais probabilidade de conseguir emprego nos setores de atendimento ao cliente e das vendas, onde a proficiência linguística é um ativo desejável. A competência em línguas específicas suscita funções específicas, como por exemplo, em áreas como o jornalismo, a edição e o mundo académico, onde o multilinguismo permite interagir com uma variedade de públicos e contribuir para o intercâmbio de informações interculturais.

As vantagens do multilinguismo são reconhecidas em domínios como o comércio internacional, o turismo e a hotelaria, a tradução e a interpretação, a diplomacia e as relações internacionais e a educação. Dependendo da região e do setor, são muito procuradas línguas como o mandarim, o espanhol, o francês, o árabe e o alemão. No entanto, o inglês funciona frequentemente como língua franca em todos os setores. Os indivíduos podem melhorar as suas oportunidades de emprego, alargar as suas redes profissionais e promover a colaboração e a compreensão à escala mundial adotando o multilinguismo.

### **2.3. O multilinguismo como fator de competitividade empresarial**

O multilinguismo surgiu como uma vantagem competitiva crucial para as empresas que procuram fazer crescer os seus mercados e aproveitar as oportunidades globais no atual ambiente empresarial globalizado. À medida que as empresas expandem as suas operações e se direcionam para mercados diversificados, o papel da competência linguística na penetração do mercado torna-se cada vez mais importante. O contexto empresarial atual exige flexibilidade, adaptabilidade e um conhecimento profundo de uma ampla variedade de mercados.

Utilizando observações de vários autores, o objetivo deste ponto é avaliar a forma como o multilinguismo afeta a capacidade competitiva das empresas no mercado global em constante evolução, investigando a forma como a diversidade linguística afecta o alcance do mercado, o envolvimento do consumidor e a colaboração transfronteiriça.

#### **2.3.1. Compromisso e confiança do cliente**

A importância do multilinguismo na promoção de uma maior confiança e envolvimento dos clientes tem um grande impacto na forma como as empresas abordam a penetração no mercado. Tenzer et al. (2017) afirmam que uma comunicação intercultural eficaz cria um forte vínculo emocional que ultrapassa as fronteiras linguísticas. Esta empatia linguística promove no cliente um sentimento de reconhecimento e compreensão, resultando frequentemente num maior grau de confiança, permitindo que as empresas superem mais facilmente os obstáculos iniciais e entrem em novos mercados. Os clientes são mais receptivos às mensagens e ofertas da empresa, uma vez que as potenciais barreiras linguísticas desaparecem. O multilinguismo atua assim como um elo de ligação nesta situação, não só linguístico, mas também emocional, proporcionando as bases para ligações duradouras com os clientes.

Brannen et al. (2017) sublinham que o multilinguismo conduz fortemente a uma melhor relação com o cliente, o que reforça ainda mais este ponto de vista. A capacidade de oferecer apoio e informação na língua materna de um cliente demonstra a dedicação de uma empresa em satisfazer necessidades únicas, de uma vasta diversidade de clientes. Um serviço ao cliente disponível em várias línguas permite uma comunicação rápida e eficaz, o que promove a fiabilidade e a capacidade de resposta. Por sua vez, as experiências positivas

promovem o prazer dos clientes e cria confiança na capacidade da empresa. No mundo empresarial, a confiança é um bem valioso, e cultivá-la através do multilinguismo melhora não só a retenção de clientes, mas também a probabilidade de recomendações boca-a-boca, afetando positivamente a penetração no mercado.

No entanto, os benefícios do multilinguismo vão para além da promoção da confiança, estes envolvem também a consciência cultural. No seu artigo de 2019, Shirdastian et al. chamam a atenção para a importância emocional criada pela familiaridade linguística. As suas conclusões destacam o facto de que falar mais do que uma língua mostra um compromisso com a conveniência, bem como uma consciência das diferenças culturais.

Esta familiaridade reconfortante consegue diminuir a perceção dos perigos que advêm da compra a uma marca desconhecida, motivando-os a aprender mais sobre as ofertas da empresa. Desta forma, os clientes sentem um forte sentimento de relação em resultado do alinhamento da empresa com as suas identidades culturais, uma vez que isso os faz sentir que a empresa aprecia e valoriza a sua individualidade. Esta componente é crucial para posicionar a mesma num patamar mais elevado de mercado e promover a sua penetração numa variedade de mercados, especialmente aqueles que são diversos em termos geográficos ou linguísticos.

A harmonia linguística demonstra respeito pelo património cultural do público, o que aumenta o envolvimento e a confiança. As conclusões de Trudel e Cotte (2008) sublinham que a congruência linguística apresenta uma capacidade de ligação entre os valores da empresa e as preferências culturais dos clientes. Assim, os consumidores reagem favoravelmente a esse alinhamento, uma vez que este transmite um grau de consciência e tolerância cultural, aumentando os níveis de confiança. Esta confiança acrescida é essencial para a penetração no mercado, especialmente nos mercados estrangeiros, onde a desconfiança pode resultar do desconhecimento.

Em resumo, é impossível subestimar os benefícios do multilinguismo como catalisador da lealdade e da confiança dos clientes. Um maior envolvimento e confiança do consumidor são a base do papel multifacetado do multilinguismo na penetração do mercado. Coletivamente, os trabalhos escritos mostram como a penetração eficaz no mercado depende diretamente da capacidade linguística de estabelecer ligações emocionais, de prestar um serviço ao cliente de alto nível e de se alinhar com as identidades culturais. A capacidade do multilinguismo para estabelecer ligações fortes e duradouras com os clientes, de respeitar as identidades culturais,

de promover o conforto e cultivar a confiança revela-se uma poderosa ferramenta competitiva à medida que as empresas enfrentam os desafios da expansão mundial.

### **2.3.2. Acesso a segmentos de mercado diversificados**

Para as empresas que pretendem crescer e prosperar no ambiente empresarial global altamente competitivo, a entrada em novos mercados é uma necessidade estratégica, sendo que a capacidade de aceder eficazmente a uma variedade de segmentos de mercado é crucial neste objetivo. Desta forma, o multilinguismo, ou a capacidade de falar fluentemente em várias línguas, tornou-se uma clara vantagem competitiva para atingir este aspeto.

A aptidão de uma empresa para entrar com eficácia em novos mercados é reforçada pelo multilinguismo, que funciona como uma ponte para setores de mercado variados e nunca antes explorados. Steinhoff et al. (2023) sublinham o papel importante que o multilinguismo desempenha para atingir uma variedade de setores de consumidores. De acordo com os autores, o multilinguismo é crucial para as táticas de penetração no mercado, uma vez que a competência linguística tem um grande impacto nas vendas globais.

Na verdade, os clientes encontram-se mais inclinados a interagir com empresas que oferecem conteúdos, serviços e apoio na sua língua materna, do que numa língua generalizada. Esta harmonia linguística consegue eliminar as fronteiras pré-existentes e promove a inclusão de todos os consumidores. Consequentemente, as empresas podem aceder a mercados que anteriormente estavam fora do seu alcance, proporcionando uma experiência personalizada através de técnicas multilingues.

Este facto é consistente com a ideia de que o conforto e a confiança, necessários para a penetração no mercado em território desconhecido, são fomentados pela familiaridade linguística. As empresas podem interagir com potenciais clientes de forma mais bem sucedida, fornecendo serviços, produtos e comunicações nas línguas locais, expandindo o seu alcance de mercado para segmentos de mercado novos.

Chiocchetti (2018) explora a ideia do multilinguismo como estratégia para navegar e adaptar-se a mercados com culturas diversas. Sublinha que o multilinguismo inclui a compreensão de outras culturas, bem como de outras línguas, fazendo com que as empresas demonstrem respeito pela cultura e pelos valores locais ao comunicarem na língua do mercado-alvo. Esta consciência cultural permite às empresas comunicar ideias que se ligam a sensibilidades e

tendências culturais, sendo um aspecto crucial para personalizar bens, serviços e planos de marketing de acordo com os interesses de vários segmentos de mercado. As empresas podem, desta forma, adaptar a sua estratégia às sensibilidades distintas de cada mercado através do multilinguismo, facilitando um processo mais suave na entrada em novos mercados. Assim, a autora demonstra que aceder a diversos segmentos de mercado não tem apenas a ver com a língua, mas também com a demonstração de uma compreensão das necessidades únicas de vários grupos de consumidores.

Além disso, Shirdastian et al. (2019), enfatizam o efeito transformador da adaptação linguística na jornada personalizada do cliente que leva a um maior acesso a vários setores do mercado. Estes afirmam que o multilinguismo promove a adaptação cultural e linguística, garantindo que o conceito de personalização está interligado com o impacto do multilinguismo na segmentação do mercado. Deste modo, as empresas podem desenvolver estratégias de marketing e narrativas de marca personalizadas que tenham uma forte ligação emocional com os consumidores locais, satisfazendo os gostos de vários segmentos de consumidores. As empresas que adotam o multilinguismo, transmitem com êxito o seu interesse e a sua compreensão das subtilezas culturais dos vários segmentos de mercado, criando a confiança e a relação necessárias para uma penetração bem sucedida no mercado.

A importância estratégica do multilinguismo é ainda mais sublinhada em setores como o turismo, a hotelaria e o comércio eletrónico, onde servir uma variedade de segmentos de clientes é crucial para a expansão. Brannen et al. (2017) sublinham a importância dos serviços e da assistência multilingues para atrair clientes internacionais e promover experiências positivas. Nesses setores, o multilinguismo é uma ferramenta eficaz para alcançar uma variedade de segmentos de mercado e oferecer um serviço superior ao cliente que promove a fidelidade à marca e o crescimento do mercado.

Em conclusão, os dados empíricos apoiam a ideia de que o multilinguismo ajuda as empresas a aceder a uma variedade de nichos de mercado. Coletivamente, os autores sublinham a sua importância na resolução de questões culturais e psicológicas, bem como de obstáculos linguísticos, contribuindo, em última análise, para uma inserção bem sucedida no mercado.



### **2.3.3. Adaptação e localização cultural**

A capacidade de personalizar e localizar bens, serviços e táticas de marketing é essencial para uma penetração eficaz no mundo exigente dos negócios globais. As bases deste processo, a adaptação cultural e a localização, permitem que as empresas personalizem as suas ofertas para ir ao encontro das preferências específicas de vários segmentos de mercado. Assim, a capacidade de falar fluentemente várias línguas surge como uma componente estratégica crucial para o sucesso da adaptação cultural e da localização.

Trudel e Cotte (2008) fazem uma análise aprofundada da relação entre língua e cultura no mundo empresarial. Estes demonstram que o multilinguismo preenche as lacunas culturais, para além de proporcionar facilidade linguística. A base da adaptação cultural e da localização é esta adesão aos valores e à cultura locais, pelo que falar a língua do público-alvo demonstra respeito pelas identidades culturais, para além de facilitar a comunicação.

Por conseguinte, as empresas demonstram a sua dedicação à compreensão e coordenação com as preferências dos vários grupos de mercado, comunicando numa língua que se relaciona com a cultura local. Este grau de deferência, que é um subproduto natural da comunicação multilingue, estabelece as bases para a adaptação cultural e a localização, ambas essenciais para entrar com êxito num mercado.

Pandey et al. (2020) descrevem em pormenor a importância do multilinguismo para a localização da marca. Estes afirmam que a capacidade de comunicar na língua materna do mercado-alvo permite às empresas desenvolver campanhas de marketing que tenham uma forte ligação emocional com os consumidores. Através da localização linguística, as empresas podem comunicar com sucesso as mensagens e os valores da marca de uma forma que ultrapasse as fronteiras linguísticas.

Ao tornar as técnicas de marketing mais acessíveis e atrativas para vários segmentos de mercado, esta abordagem localizada aumenta a eficácia das iniciativas de marketing. O multilinguismo permite que as empresas adaptem as suas comunicações às peculiaridades culturais específicas de cada mercado a que se dirigem.

Além disso, pensa-se que a identificação cultural tem um grande impacto no comportamento do consumidor, de acordo com Shirdastian et al. (2019). Isto sugere que as empresas que são capazes de se adaptar a diferentes normas culturais através do multilinguismo têm maior probabilidade de atrair e entrar efetivamente em novos mercados. Estes resultados sublinham

como o multilinguismo é crucial para comunicar uma compreensão profunda das culturas regionais, o que promove uma maior confiança e envolvimento.

A localização e a adaptação cultural também apresentam ramificações estratégicas. De acordo com Brannen et al. (2017), essa estratégia promove uma corporação como um agente local em vez de apenas uma organização estrangeira. Essa mudança de perspectiva é essencial para eliminar obstáculos e construir a confiança necessária para a penetração no mercado.

Em suma, a contribuição do multilinguismo para a adaptação e localização cultural é inegável. Coletivamente, os autores sublinham que as diferenças culturais devem ser compreendidas e acomodadas para que a comunicação multilingue seja eficaz. O multilinguismo está a tornar-se cada vez mais importante para promover o alinhamento cultural, estabelecer a confiança e conseguir uma penetração bem sucedida no mercado, à medida que as empresas se expandem para áreas mais vastas e se dirigem a consumidores de diferentes origens culturais.

#### **2.3.4. Diferenciação competitiva**

A diferenciação é essencial para o sucesso num mercado que é competitivo à escala global. Para atrair clientes e estabelecer uma presença em novos mercados, as empresas devem distinguir-se dos seus rivais. A capacidade de comunicar em várias línguas, está a emergir-se assim como um instrumento poderoso para criar uma diferença competitiva.

Steinhoff et al. (2023) enfatizam o papel crucial que o multilinguismo desempenha na conquista de uma quota de mercado mundial. O seu artigo mostra que a proficiência linguística pode diferenciar as empresas dos seus rivais e retratá-las como organizações que valorizam a diversidade e a sensibilidade cultural. Esta diferenciação constitui uma vantagem clara, uma vez que os clientes que procuram marcas que complementam as suas identidades únicas são atraídos por estas marcas graças a esta singularidade. O multilinguismo ajuda as empresas a estabelecer uma identidade distintiva, ultrapassando as divisões linguísticas, criando lealdade dos clientes e expandindo a penetração no mercado. Segundo os autores, a capacidade de comunicar em várias línguas é mais do que uma mera competência, é um ativo estratégico que distingue as empresas.

Adicionalmente, estes observam que o multilinguismo permite às empresas modificar com eficácia as suas comunicações de marketing, ou seja, as empresas podem desenvolver uma

abordagem de marca cativante que tenha um impacto duradouro no público-alvo, criando cuidadosamente mensagens que tenham em conta as peculiaridades linguísticas e culturais. Esta estratégia personalizada aumenta o envolvimento do cliente, promovendo a fidelidade à marca e o crescimento do mercado. Assim, o multilinguismo atua essencialmente como um instrumento valioso para criar uma identidade de marca distintiva, necessária para a diferenciação competitiva (Steinhoff et al., 2023).

No entanto, os benefícios do multilinguismo para a diferenciação competitiva vão para além do marketing. De acordo com Shirdastian et al. (2019), a diferenciação do produto é também influenciada pelo multilinguismo. Por exemplo, as empresas que vendem produtos com embalagens, instruções ou interfaces de utilizador multilingues satisfazem as várias exigências dos consumidores em todo o mundo. Isto distingue-as das empresas rivais e retrata-as como empresas centradas no cliente que reconhecem o valor de oferecer bens que podem ser facilmente compreendidos e utilizados por uma variedade de categorias de consumidores.

Diferentes setores demonstram claramente o benefício estratégico da diferenciação competitiva através da capacidade linguística. De acordo com Brannen et al. (2017), o multilinguismo melhora as experiências dos clientes em setores como o turismo, a hotelaria e o comércio eletrónico. Como resultado, estas empresas são colocadas em posição de destaque em mercados extremamente competitivos, o que aumenta a penetração no mercado.

Em conclusão, os autores salientam que o multilinguismo é indispensável para as marcas conseguirem uma diferenciação competitiva. As empresas podem posicionar-se estrategicamente para o sucesso da penetração no mercado, desenvolvendo uma identidade de marca distintiva, personalizando as mensagens de marketing e expandindo as ofertas de produtos. Desta forma, num mercado concorrido, o multilinguismo torna-se um fator essencial que distingue as empresas, tornando-as mais apelativas para um leque diversificado de clientes.

### **2.3.5. Comunicação eficaz e serviço ao cliente**

A contribuição do multilinguismo para um serviço e uma comunicação eficientes com os clientes é crucial para acelerar os esforços de penetração no mercado. A satisfação e a

fidelidade do cliente são significativamente afetadas pela capacidade de comunicar com os clientes, parceiros e partes interessadas na sua língua preferencial.

A investigação de Brannen et al. (2017) destaca a forma como o multilinguismo ajuda as pessoas a comunicar eficazmente além-fronteiras. A sua investigação salienta a forma como o multilinguismo representa um ativo importante para cultivar relações duradouras com os clientes, melhorando assim o serviço ao cliente. Além disso, as empresas que oferecem apoio multilingue ao cliente podem responder rápida e eficazmente às questões e preocupações dos clientes. Este nível de serviço aprimorado tem um impacto direto na felicidade, confiança e lealdade do cliente. Consequentemente, os clientes que estão satisfeitos com uma marca estão mais suscetíveis a recomendá-la a outros e a manterem-se fiéis, impulsionando assim a empresa a ganhar mais quota de mercado. A fim de melhorar o serviço ao cliente e facilitar uma penetração bem-sucedida no mercado, o multilinguismo torna-se essencial.

Paralelamente a isso, Steinhoff et al. (2023) salientam que as empresas que prestam apoio ao cliente multilingue podem ultrapassar com êxito os obstáculos linguísticos. Este método de comunicação melhorado não só melhora a experiência do cliente, como também apresenta a empresa como acessível e centrada no cliente. Os clientes em mercados multiculturais são mais propensos a interagir com marcas que vão mais além para satisfazer as suas necessidades linguísticas. Ser multilingue permite interações mais personalizadas com os clientes, o que é essencial para melhorar a experiência do cliente e ter impacto na penetração no mercado.

Além disso, Shirdastian et al. (2019) afirmam que falar várias línguas incentiva interações mais personalizadas com os consumidores. Os clientes são mais propensos a envolver-se quando o apoio é prestado na sua própria língua, porque gera uma sensação de familiaridade e conforto. Com base na compatibilidade linguística, estas trocas ajudam a criar uma experiência favorável para o cliente.

A resolução de problemas é apenas um aspeto da forma como o multilinguismo afeta o serviço ao cliente e a comunicação. Tenzer et al. (2017) sublinham que as empresas podem comunicar com sucesso as suas propostas de valor e mensagens de marketing através da utilização do multilinguismo. Como resultado, a marca da empresa é reforçada e os seus produtos são mais conhecidos, o que contribui para aumentar a sua quota de mercado.

Os autores concordam que o multilinguismo é essencial para a penetração no mercado devido ao seu papel no serviço e na comunicação eficientes com os clientes. O multilinguismo atua

como um catalisador para estabelecer relações sólidas com os clientes e impulsionar a presença no mercado, reforçando as interações, removendo os obstáculos linguísticos e permitindo o envolvimento individualizado.

### **3. Estudo empírico**

Após a exploração extensa e minuciosa da literatura apresentada no capítulo anterior, torna-se claro que o domínio do multilinguismo e a sua influência no mercado de trabalho é vasto e multidimensional. No entanto, apesar dos conhecimentos substanciais obtidos a partir da revisão da literatura examinada, a complexidade do multilinguismo e o seu impacto na vida profissional exigem uma exploração mais direta e prática.

Esta transição de um quadro teórico para uma investigação empírica proporciona uma mudança significativa e necessária na abordagem da investigação. Assim, torna-se imperativo entrar no contexto do mundo real, abordando vários indivíduos com diversos contextos profissionais sobre a sua experiência com o multilinguismo no terreno. O objetivo é recolher perceções e conhecimentos em primeira mão, de forma a enriquecer e complementar a informação recolhida nas fontes académicas. A realização de uma investigação em tempo real serve de ligação entre as construções teóricas e as experiências práticas.

Esta abordagem pretende procurar um equilíbrio entre os conhecimentos teóricos e o mundo real, contribuindo significativamente para o debate sobre o valor do multilinguismo no mercado de trabalho, aumentando a credibilidade e a aplicabilidade prática dos resultados da investigação.

Posto isto, a metodologia escolhida para complementar a revisão de literatura baseia-se sobretudo na pesquisa quantitativa. A técnica quantitativa caracteriza-se pela sua incidência nos dados numéricos e na sua análise, desempenhando um papel crucial na investigação académica.

De acordo com Muijs (2004), na investigação quantitativa, a utilização de questionários, por exemplo, funciona como uma técnica de recolha de dados particularmente significativa, uma vez que proporciona uma abordagem eficiente para recolher muitos dados que podem ser rapidamente quantificados e analisados.

A investigação quantitativa procura quantificar os factos através da acumulação de dados numéricos e da sua análise. Este método centra-se na medição objetiva das coisas e utiliza dados obtidos através de sondagens, inquéritos ou questionários, bem como através da manipulação de dados já recolhidos, utilizando métodos informáticos.

O tipo de dados que são recolhidos e o processo utilizado para os interpretar são as principais características deste tipo de investigação. Quando se utilizam questionários, a informação

recolhida é tipicamente estruturada, fechada e medida utilizando diferentes escalas, como a nominal, a ordinal ou a intervalar (Kumar, 2019).

### **3.1. Planeamento do questionário**

Para o efeito do presente estudo, o método de pesquisa quantitativa utilizado foi um elemento comum deste tipo de metodologia, o questionário. Este tipo de instrumento proporciona uma forma simples, mas rigorosa de recolher dados numéricos que podem ser posteriormente analisados. Esta escolha foi realizada com vista em recolher uma amostra de maior tamanho, de modo a tirar as conclusões necessárias para este estudo.

A conceção do questionário é uma das partes mais complexas e simultaneamente uma das mais críticas do processo de inquérito (Dillman, 2000). À vista disto, pretende-se com este ponto compreender as subtilezas da criação de questionários, concentrando-se na conceção, tipos e organização das perguntas.

Para a construção do questionário, é necessário que as perguntas sejam simples e diretas, ou seja, devem ser redigidas de forma a que cada inquirido as leia da mesma maneira, de forma a manter a fiabilidade. A qualidade das respostas é fortemente influenciada pela forma como as perguntas são formuladas, pelo que frases pouco claras ou vagas podem causar mal-entendidos, o que acabará por influenciar os resultados (Oppenheim, 1992).

A extensão do inquérito é um dos fatores mais importantes na conceção do questionário, uma vez que afeta diretamente o envolvimento dos participantes. Perguntas longas ou muito complexas podem causar fadiga do questionário, o que faz com que os questionados fiquem desinteressados, saturados ou entediados. Um dos elementos mais importantes que afetam o facto de alguém responder ao questionário é precisamente a duração do inquérito (Dillman, 2000).

Fink (2003) salienta que a fiabilidade da investigação pode ser afetada pelo desgaste provocado pelo cansaço do inquérito. Os inquéritos longos são menos fiáveis quando os indivíduos os preenchem rapidamente ou param antes de os terminar, o que, por sua vez, limita a amplitude com que os resultados podem ser aplicados. Para garantir que os inquiridos possam terminar o inquérito num período de tempo razoável sem se sentirem sobrecarregados, deve-se procurar ser breve e claro na construção dos questionários e ter em conta a carga cognitiva colocada nos inquiridos.

Além disso, para evitar a repetição, é crucial que os conceitos sejam apresentados numa ordem consistente. Os inquéritos podem ser classificados de acordo com a sua forma, se são inquéritos abertos ou fechados, e o seu conteúdo, se se referem a factos, opiniões ou atitudes. Os tipos de perguntas incluídas no questionário têm um grande impacto no tipo de informação recolhida. Uma vez que oferecem um maior grau de consistência nas respostas e são mais simples de interpretar, as perguntas fechadas são frequentemente utilizadas na investigação quantitativa. No entanto, uma combinação de formatos de perguntas, como perguntas de escolha múltipla, de escala de Likert ou de classificação, pode proporcionar uma compreensão completa do tópico em estudo, dependendo dos objetivos da investigação (Fink, 2003).

A ordem das perguntas é também muito importante para a qualidade das respostas. As perguntas devem ser organizadas de forma lógica, começando frequentemente por aquelas que são menos delicadas ou que exigem menos esforço para responder. Através da ordem do questionário, é crucial estabelecer uma relação com o inquirido (Dillman, 2000).

Por último, devem ser tidos em conta fatores éticos como a autorização informada e o anonimato dos inquiridos. Estes fatores não só apoiam a eficácia do estudo, como também reforçam a legitimidade do questionário.

### **3.1.1. Identificação dos objetivos**

A fase inicial da criação do questionário consiste em determinar o que se pretende alcançar com a investigação e o questionário. Desta forma, teve-se em vista definir da forma mais explícita possível os objetivos desta investigação e o que se pretendia descobrir através do questionário, considerando as principais perguntas a que se pretende responder e as hipóteses que se pretende testar. O objetivo principal deste questionário foca-se na avaliação da perceção dos indivíduos sobre a importância que o multilinguismo apresenta na entrada no mercado de trabalho, assim como dentro do mesmo. Contudo, este objetivo principal, divide-se em vários objetivos secundários. Estes são:

1. Identificar e avaliar a quantidade de línguas faladas pelo inquirido;
2. Compreender de que modo considera as línguas vantajosas na vida profissional de um indivíduo;



3. Analisar como a falta do conhecimento de línguas pode ser considerada uma problemática na sua vida profissional;
4. Perceber de que modo o inquirido visiona o multilinguismo como um catalisador para uma vida profissional de sucesso;
5. Constatar quais as indústrias onde o conhecimento de outras línguas é mais útil.

A definição destes objetivos ocorreu com vista em correlacionar a informação obtida no segundo capítulo, com informações reais do público geral. Desta forma, o propósito é obter experiências autênticas, assim como compreender a consciência do público sobre a importância do multilinguismo no mundo profissional atual. Com estes objetivos delineados, a redação das perguntas para o questionário tornou-se clara.

### **3.1.2. Público-alvo**

Para a elaboração total do questionário, é necessário também definir previamente o público-alvo. Para o efeito deste estudo, o único requisito necessário para responder ao questionário era o facto de ser ou já ter sido empregado, em qualquer tipo de profissão. Esta definição do público-alvo específica deve-se ao facto de se pretender compreender a perceção dos indivíduos no mercado de trabalho, pelo que se tornou importante ter a experiência de trabalho, seja ela qual for. Além disso, tornou-se importante para o presente estudo obter respostas de variadas profissões, de forma a avaliar realmente em que tipos de profissões o multilinguismo se torna necessário. Desta forma, pretendeu-se recolher informações baseadas na experiência pessoal de cada indivíduo na dinâmica do mercado de trabalho.

A escolha deste público-alvo torna-se relevante para o presente estudo, uma vez que estes indivíduos fornecem perspetivas variadas sobre o papel que as competências linguísticas desempenham no mercado de trabalho. As suas experiências oferecem uma ligação direta às implicações do multilinguismo no mundo real. Além disso, é provável que este público-alvo inclua indivíduos de vários setores, funções e fases da carreira, oferecendo uma gama diversificada de perspetivas sobre o impacto das competências linguísticas no emprego.

Assim, as pessoas que já integraram ou integram o mercado de trabalho podem oferecer uma visão diferenciada sobre o impacto do multilinguismo nas diferentes facetas do emprego, desde a procura de emprego e entrevistas até à dinâmica do local de trabalho e promoções. Este estudo apresenta, inevitavelmente, implicações práticas, uma vez que ao centrar-se em

indivíduos com experiência de trabalho real, os resultados da investigação podem ser mais facilmente traduzidos em recomendações práticas para quem procura emprego.

Ao centrar-se neste público-alvo específico, esta investigação visa oferecer uma compreensão ampla da forma como o multilinguismo é percebido e utilizado no mercado de trabalho, contribuindo assim com dados que podem contribuir tanto para as escolhas de carreira individuais como para as políticas de emprego em geral.

### **3.1.3. Definição das perguntas**

Levando os pontos anteriores em consideração, decidiu-se construir um questionário com 16 questões de resposta fechada e 1 de resposta aberta (Anexo I). A escolha das questões predominantemente direcionadas para as de resposta fechada baseia-se no facto de proporcionar respostas mais objetivas, de forma a tirar conclusões mais eficazes e pertinentes para a investigação. Além disso, as questões de resposta fechada tornam-se mais apelativas para os inquiridos.

Optou-se por iniciar o inquérito com uma primeira secção, onde se apresentava o termo de consentimento para responder ao questionário. Posteriormente, de modo a limitar o questionário ao público-alvo definido, a segunda secção identifica se o inquirido já teve algum tipo de emprego. Se a resposta for negativa, o questionário encerra automaticamente, restringindo assim o mesmo a pessoas que têm ou já tiveram essa experiência. Posto isto, iniciou-se o corpo do questionário com perguntas generalistas de modo a enquadrar o indivíduo no tema, como o género do indivíduo, a sua faixa etária, a sua situação de emprego e o seu conhecimento de línguas.

No decorrer do questionário fazem-se questões de modo a compreender qual a perceção dos indivíduos sobre o valor do multilinguismo no mercado de trabalho. Estas questões abrangem temas como os níveis salariais, as oportunidades de emprego, as indústrias onde mais se utiliza o multilinguismo, entre outras.

As questões foram definidas de forma a conseguir concretizar os objetivos pretendidos com este estudo, previamente estipulados. Além disso, a definição das perguntas na elaboração deste questionário teve como propósito perceber a opinião dos inquiridos sobre a teoria apresentada no segundo capítulo desta dissertação. Apresenta-se na tabela 1 como se pretende, com as perguntas elaboradas, responder a cada objetivo individualmente.

**Tabela 1.** A relação entre os objetivos do estudo e as questões

Nota: Elaboração própria

Objetivos	Questões
Identificar e avaliar a quantidade de línguas faladas pelo inquirido;	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tem conhecimento de duas ou mais línguas?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Se disse sim à resposta anterior, quais são?</li> </ul>
Compreender de que modo considera as línguas vantajosas na vida profissional de um indivíduo;	<ul style="list-style-type: none"> <li>● A habilidade de falar outras línguas pode aumentar a probabilidade de ser selecionado para um emprego;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● O multilinguismo é um requisito cada vez mais comum nas descrições de empregos;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● As empresas que valorizam o multilinguismo oferecem salários mais competitivos;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Já teve experiências onde o conhecimento de um segundo idioma foi vantajoso no trabalho?</li> </ul>
Analisar como a falta do conhecimento de línguas pode ser considerada uma problemática na sua vida profissional;	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Já teve experiências onde o conhecimento de um segundo idioma foi vantajoso no trabalho?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Já alguma vez viu anúncios de emprego que exigem conhecimento de idiomas adicionais?</li> </ul>
Perceber de que modo o inquirido visiona o multilinguismo como um	<ul style="list-style-type: none"> <li>● O conhecimento de idiomas pode ser mais importante do que a experiência, em certas indústrias;</li> </ul>

catalisador para uma vida profissional de sucesso;	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Consideraria aprender um novo idioma de forma a melhorar as suas perspetivas de emprego?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Quais os idiomas que considera mais úteis para o mercado de trabalho atual?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● O multilinguismo é mais valorizado em cargos de liderança.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● O multilinguismo afeta as oportunidades de progressão de carreira.</li> </ul>
Constatar quais as indústrias onde o conhecimento de outras línguas é mais útil.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Para que tipos de indústrias acredita que o multilinguismo é mais relevante?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Considera o multilinguismo relevante para a sua profissão?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Justifique a resposta anterior, indicando a sua profissão atual ou anterior.</li> </ul>

Todas as questões do questionário eram de resposta obrigatória, exceto a questão sobre que línguas adicionais falavam, uma vez que os inquiridos que não falassem mais que uma língua, não conseguiriam responder. Salienta-se que, no início do questionário, informa-se aos inquiridos o intuito do mesmo, assim como se assegura o seu anonimato.

No desenvolvimento deste questionário houve uma preocupação em não elaborar um instrumento com excesso de questões, pois considerou-se que seria o mais adequado para evitar desistências por parte dos participantes. Como já foi referido, um questionário muito extenso, ou com perguntas muito avançadas e longas, provoca desistência em vários casos, pelo que, considerou-se ser o mais adequado para o presente estudo.

Desta forma, optou-se por divulgar o questionário nas redes sociais, como Facebook e Instagram. Este esteve disponível para respostas de 5 de agosto de 2023 ao dia 1 de outubro de 2023.

### 3.2. Apresentação dos resultados

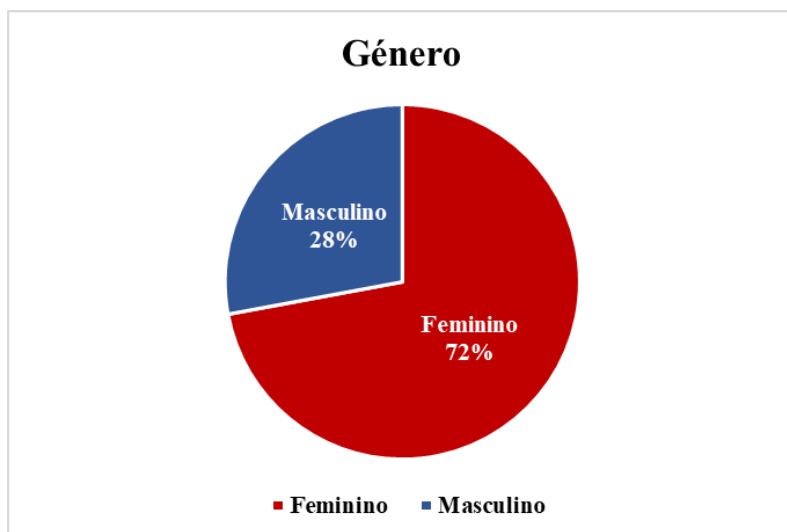
O essencial de qualquer investigação pode ser encontrado tanto na sua metodologia, como nas conclusões que se retiram. Este ponto tem como objetivo apresentar e evidenciar os resultados da pesquisa quantitativa realizada, decorrentes da análise dos dados recolhidos através da divulgação do questionário desenvolvido para o presente estudo.

Com base nos dados recolhidos, apresentar-se-á uma análise sistemática das respostas, esclarecendo os seus padrões, tendências e anomalias.

#### 3.2.1 Caracterização da amostra

Este ponto tem como intuito apresentar dados que definem a amostra, que, pela natureza da aplicação do questionário, foi uma amostra por auto-seleção. Desta forma, 162 indivíduos responderam a este questionário, no total. Contudo, devido à pergunta discriminatória no início do mesmo, apenas 155 foram capazes de continuar a responder.

Posto isto, a amostra final inclui um total de 155 participantes, sendo que 72% são do sexo feminino, e 28% do sexo masculino, como se pode verificar na figura 1.

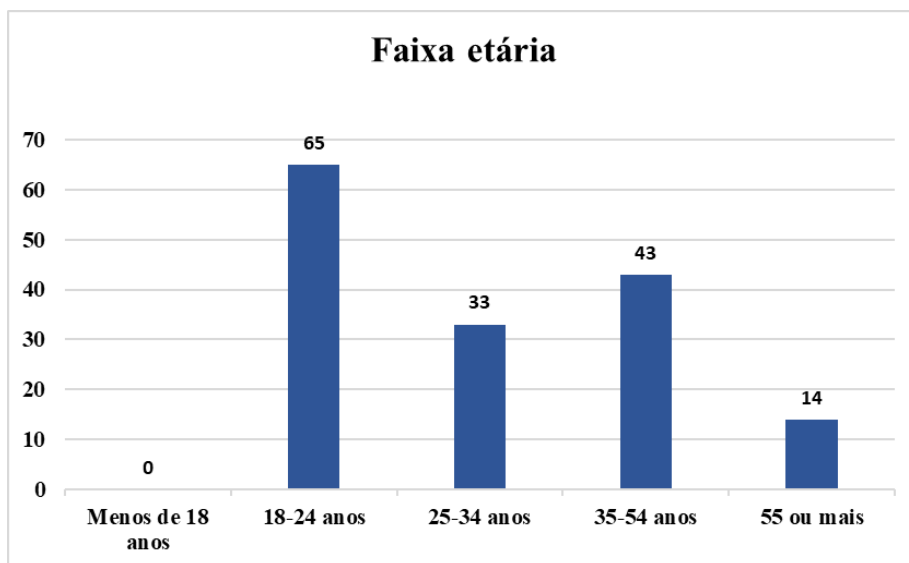


**Figura 1.** Género dos participantes

*Nota:* Elaboração própria

Relativamente à faixa etária, 65 dos inquiridos têm entre 18 e 24 anos, 33 têm entre 25 e 34 anos, 43 têm entre 35-54 anos e, por último, 14 dos inquiridos têm 55 anos ou mais. Nenhum

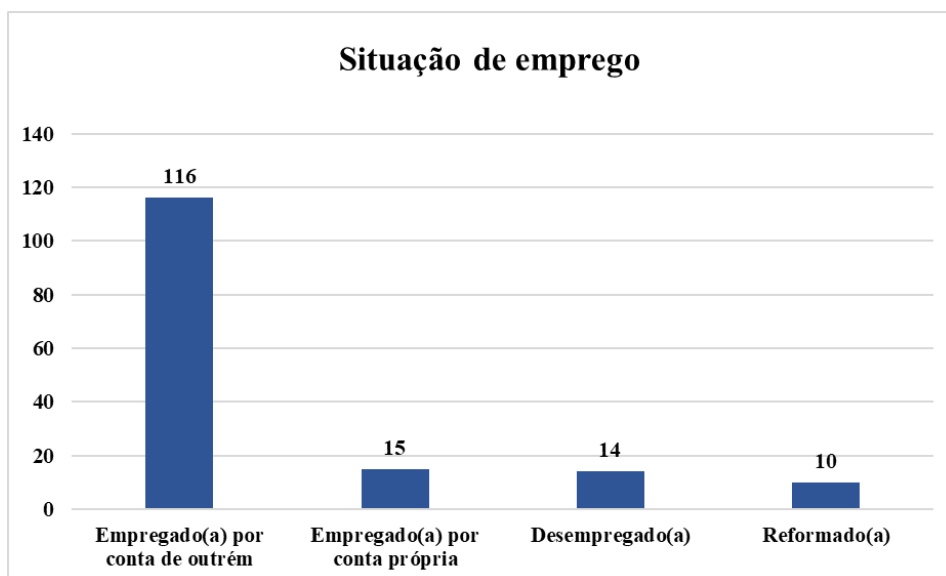
participante apresenta menos de 18 anos devido, muito provavelmente, à restrição do público-alvo (Figura 2).



**Figura 2.** Faixa etária dos participantes

*Nota:* Elaboração própria

Relativamente à situação de emprego, 116 participantes encontram-se empregados por conta de outrem, 15 por conta própria, 14 estão desempregados e, por fim, 10 são reformados (Figura 3).



**Figura 3.** Situação de emprego

*Nota:* Elaboração própria

No que diz respeito ao conhecimento de duas ou mais línguas, 124 dos inquiridos afirmam ter esse conhecimento, enquanto que 31 apenas conhecem a sua língua materna (Figura 4). É

importante salientar também que dos 31 que não falam duas ou mais línguas, 16 têm idades entre os 35 e os 54 anos, 8 têm acima dos 55 anos, enquanto que 6 têm entre os 18-24, e apenas um tem entre os 25-34.



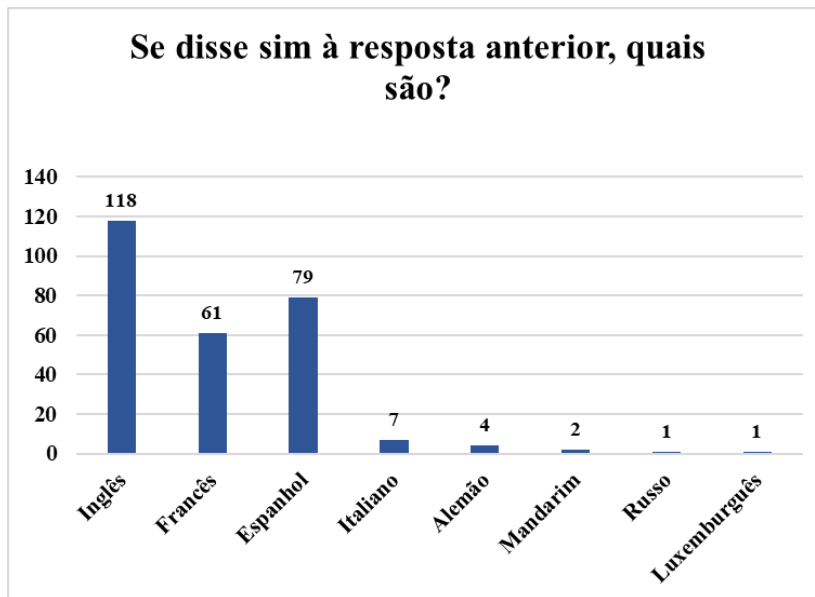
**Figura 4.** Conhecimento de duas ou mais línguas

*Nota:* Elaboração própria

Posto isto, percebe-se que esta prevalência do multilinguismo entre os participantes é enriquecedora para o objetivo geral deste questionário, uma vez que sublinha a existência crescente e o domínio das capacidades multilingues no mundo globalizado de hoje, onde a comunicação intercultural e a colaboração internacional se tornaram a norma e não a exceção.

Este multilinguismo generalizado entre os inquiridos proporciona um contexto favorável para explorar, no decorrer do questionário, a influência e o impacto das competências linguísticas na empregabilidade, na progressão na carreira e na dinâmica do local de trabalho.

Após esta questão, foram pedidos aos inquiridos que enumerassem as línguas faladas, para além da materna. Como é possível constatar na figura 5, as línguas que prevalecem são o inglês, o francês e o espanhol. Estas línguas, tal como foi referido no segundo capítulo desta dissertação, são as que dominam o mundo do trabalho, pelo que este inquérito veio complementar essa informação. Foram também referidas outras línguas, como o italiano, alemão, mandarim, russo e luxemburguês.



**Figura 5.** Línguas faladas pelos inquiridos

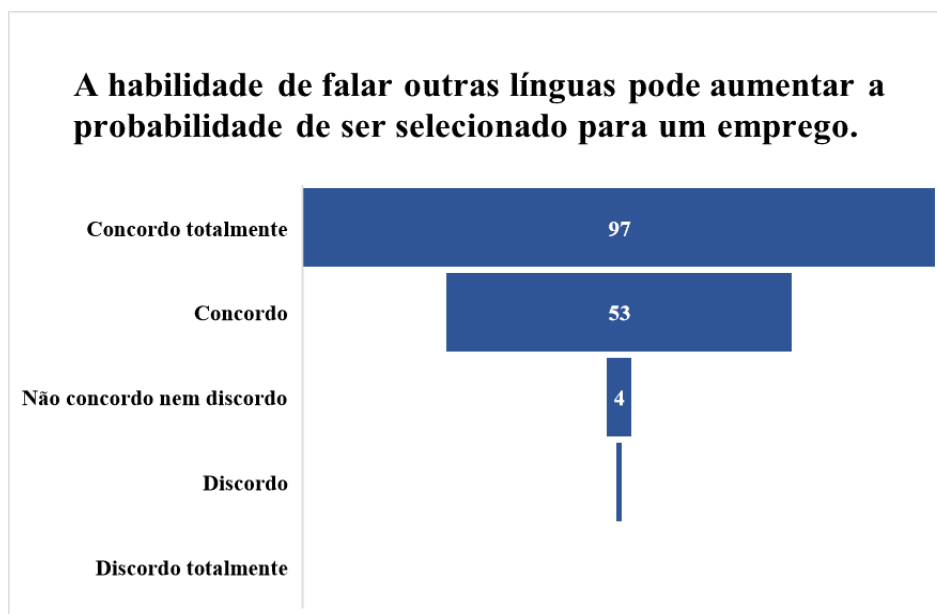
*Nota:* Elaboração própria

Feita a caracterização dos inquiridos, introduzem-se agora os principais resultados para este estudo, isto é, as questões que avaliam a perceção dos inquiridos quanto ao valor do multilinguismo no mercado de trabalho.

### 3.2.2 Análise dos resultados

A primeira afirmação que introduz os principais resultados centra-se num tema de destaque que é a perceção da influência significativa do multilinguismo no aumento das oportunidades de emprego no mercado de trabalho. Os participantes expressaram, na sua esmagadora maioria, a convicção de que as competências linguísticas aumentam a probabilidade de conseguir um emprego. No entanto, 4 dos participantes permaneceram neutros em relação à afirmação, enquanto que apenas um discordou, como mostra a figura 6.

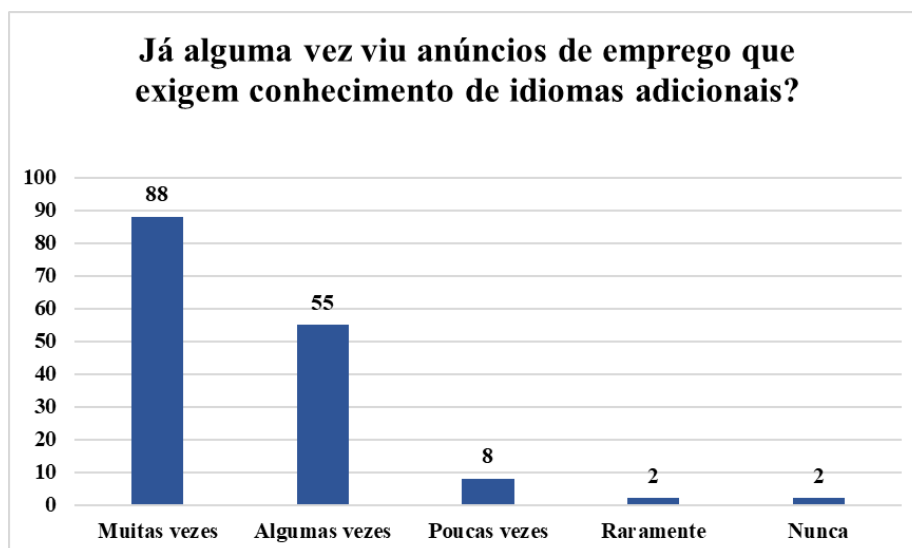




**Figura 6.** A habilidade de falar outras línguas pode aumentar a probabilidade de ser selecionado para um emprego

*Nota:* Elaboração própria

Quando questionados se alguma vez se depararam com anúncios de emprego com requisito de saber idiomas adicionais, os inquiridos que raramente ou nunca viram são apenas 4. Dos restantes, 88 afirmaram terem visto muitas vezes, 55 já viram algumas vezes e 8 viram poucas vezes (Figura 7).

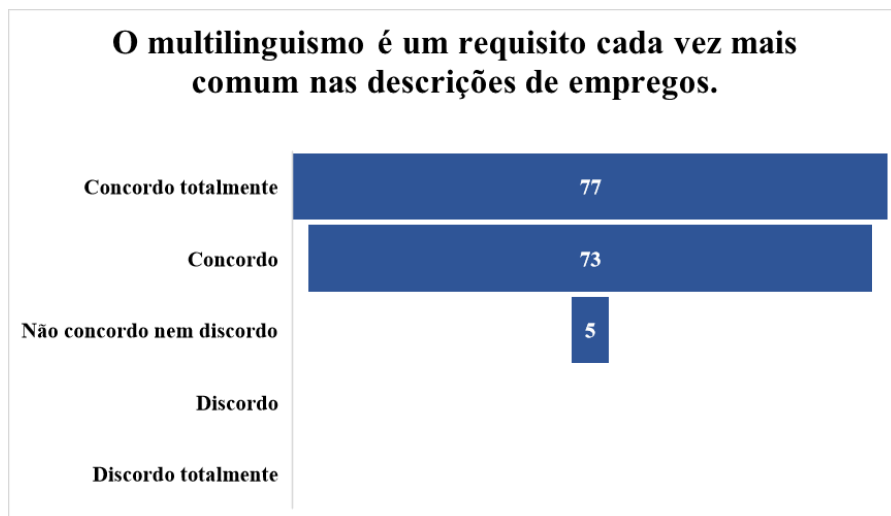


**Figura 7.** Alguma vez viu anúncios de emprego que exigem conhecimento de idiomas adicionais?

*Nota:* Elaboração própria

Relativamente à afirmação “O multilinguismo é um requisito cada vez mais comum nas descrições de empregos”, grande maioria dos inquiridos concordam, sendo que apenas 5

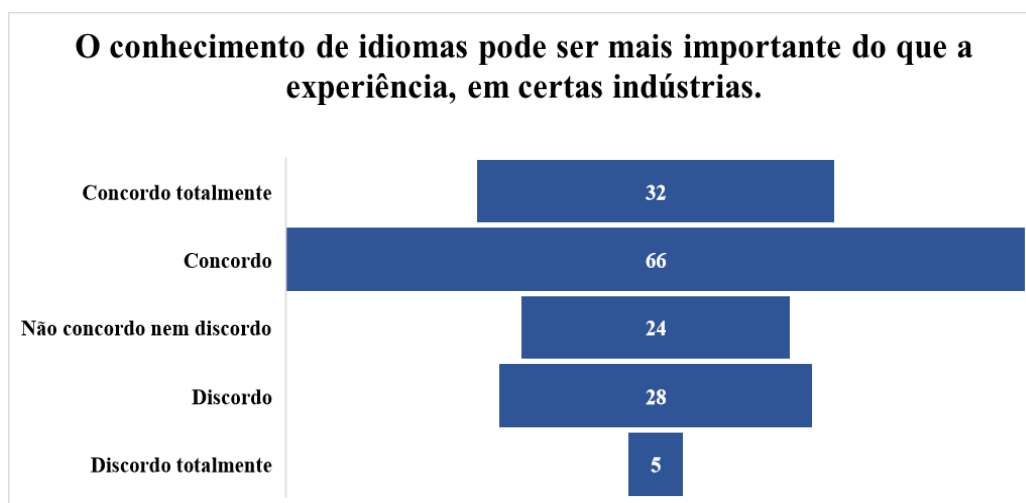
mantiveram uma opinião neutra. É de salientar que nenhum participante discordou da afirmação (Figura 8).



**Figura 8.** O multilinguismo é um requisito cada vez mais comum nas descrições de empregos

*Nota:* Elaboração própria

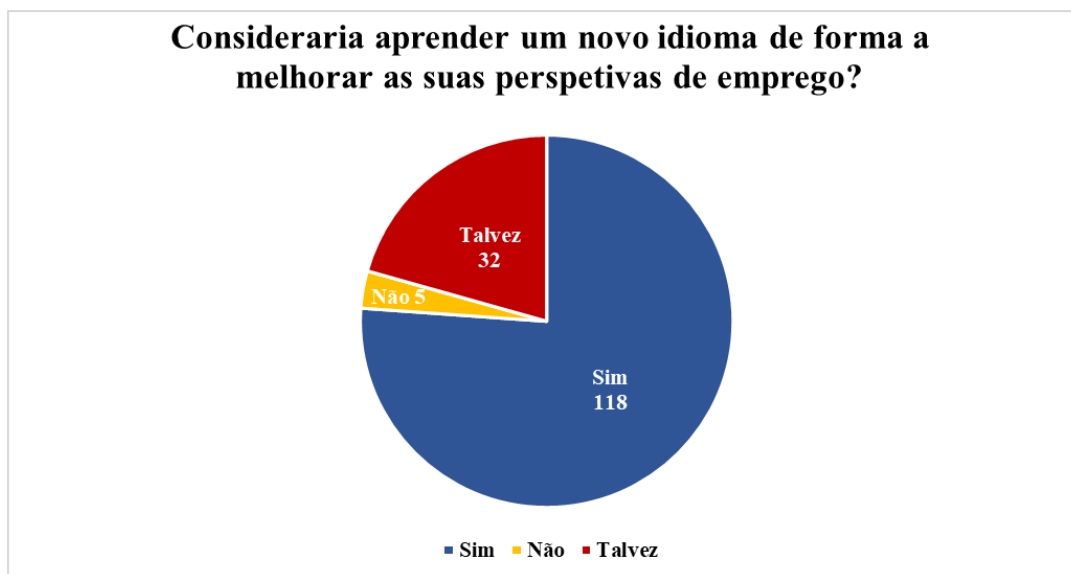
Uma das perguntas do questionário que suscitou uma maior divisão entre os inquiridos dizia respeito à importância relativamente aos conhecimentos linguísticos em comparação com a experiência em determinados setores. A afirmação "O conhecimento da língua pode ser mais importante do que a experiência, em certas indústrias" obteve diversas respostas. Enquanto 98 dos inquiridos concordaram com a afirmação, 24 mostraram-se incertos, escolhendo a opção neutra, e 33 discordam da afirmação (Figura 9).



**Figura 9.** O conhecimento da língua pode ser mais importante do que a experiência, em certas indústrias

*Nota:* Elaboração própria

No que diz respeito à vontade de aprender uma nova língua para melhorar as perspectivas de emprego, 118 participantes responderam com um "sim", 32 com um “talvez” e 5 com um “não”, como se pode verificar na figura 10.

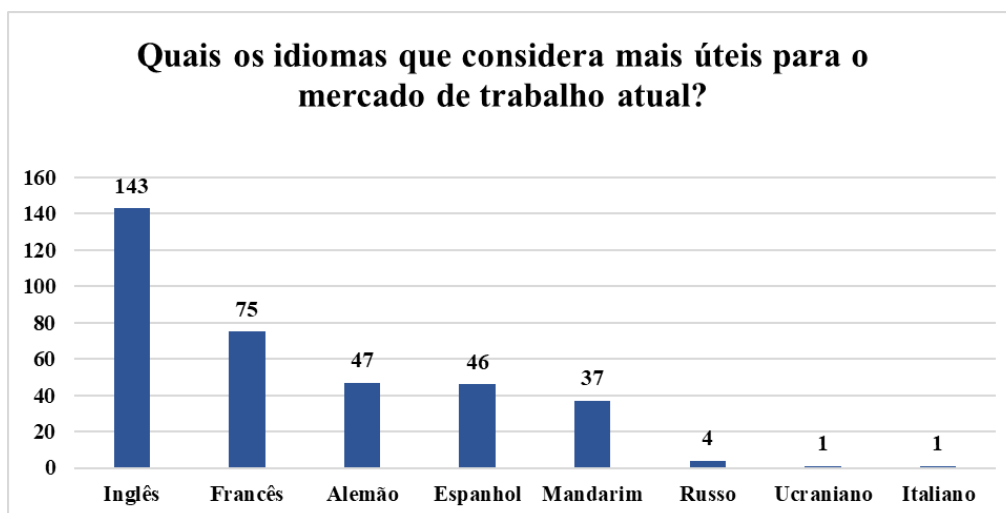


**Figura 10.** Aprender um novo idioma de forma a melhorar as perspectivas de emprego

*Nota:* Elaboração própria

De forma a compreender as perspectivas dos participantes sobre as línguas mais valiosas para melhorar as perspectivas de emprego no mundo globalizado de hoje, o questionário pedia aos indivíduos que identificassem as línguas que consideravam mais vantajosas.

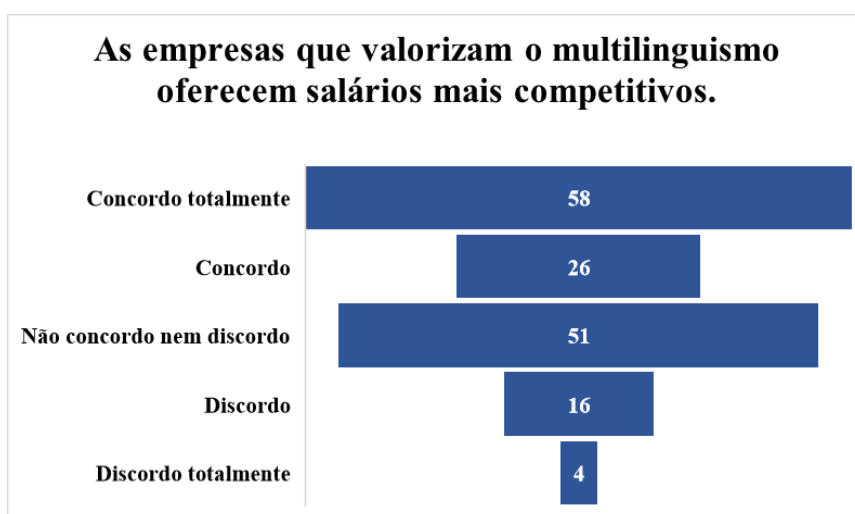
As respostas fornecem um retrato relevante das prioridades linguísticas percebidas por estes indivíduos. Uma maioria significativa dos inquiridos destacou o inglês (143 inquiridos), o francês (75 inquiridos), o alemão (47 inquiridos), o espanhol (46 inquiridos), e o mandarim (37 inquiridos) como as línguas mais úteis para o mercado de trabalho atual (Figura 11). Além destas línguas principais, 4 inquiridos referiram o russo e 2 mencionaram ainda o italiano e o ucraniano.



**Figura 11.** Os idiomas mais úteis para o mercado de trabalho atual

*Nota:* Elaboração própria

Com respeito à afirmação “As empresas que valorizam o multilinguismo oferecem salários mais competitivos”, uma parte bastante significativa dos inquiridos manifestou neutralidade (51 inquiridos). No entanto, 84 inquiridos concordaram, enquanto 20 discordaram, como se pode ver na figura 12.

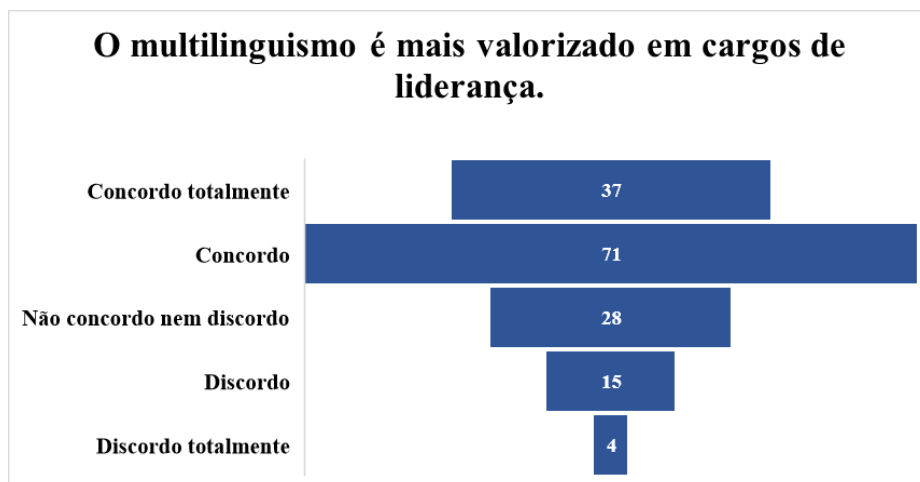


**Figura 12.** As empresas que valorizam o multilinguismo oferecem salários mais competitivos

*Nota:* Elaboração própria

Ao abordar a questão do valor do multilinguismo em cargos de liderança, o inquirido procurou obter opiniões sobre a afirmação "O multilinguismo é mais valorizado em cargos de liderança". A concordância predominante com a afirmação, registada na figura 13, sublinha a percepção dos indivíduos sobre o multilinguismo como uma vantagem estratégica em funções de liderança. Os 108 inquiridos que concordaram com esta afirmação demonstram que

consideram o multilinguismo uma característica de valor para os cargos de liderança. No entanto, 28 permaneceram neutros e 19 discordaram.



**Figura 13.** O multilinguismo é mais valorizado em cargos de liderança

*Nota:* Elaboração própria

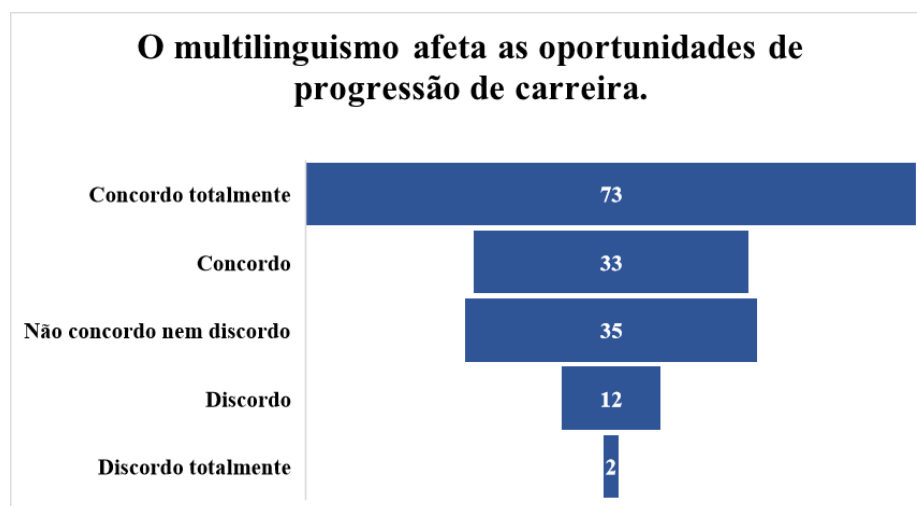
O inquérito explorou também as experiências pessoais dos participantes relativamente à vantagem de conhecer uma segunda língua no trabalho. A maior parte dos inquiridos afirmou já ter sido vantajoso conhecerem uma segunda língua. Na verdade, 52 inquiridos afirmaram já ter sido muitas vezes, 60 inquiridos referem ter sido algumas vezes e 16 inquiridos revelam que foram poucas as vezes que foi conveniente o conhecimento de uma segunda língua. No entanto, 8 dos inquiridos afirmaram serem raras as vezes em que foi vantajoso e 19 mencionaram nunca ter sido vantajoso (Figura 14).



**Figura 14.** Vantagem do conhecimento de um segundo idioma no trabalho

*Nota:* Elaboração própria

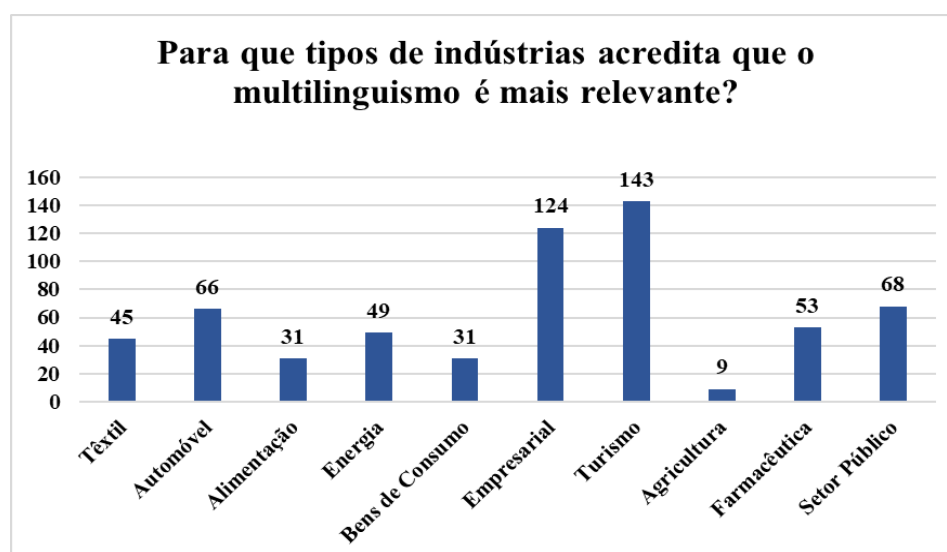
Ao analisar as percepções sobre a relação entre o multilinguismo e as oportunidades de progressão na carreira, surgiram opiniões diversas. Enquanto que, no total, 106 inquiridos concordaram com a afirmação, 35 não concordaram nem discordaram e 14 dos inquiridos discordaram (Figura 15).



**Figura 15.** O multilinguismo afeta as oportunidades de progressão de carreira

*Nota:* Elaboração própria

Uma questão fundamental do inquérito consistia em identificar, dentro dos 10 setores indicados, os que os participantes consideravam que o multilinguismo fosse mais relevante. As respostas revelaram uma tendência clara, com o turismo, o setor empresarial, o setor automóvel e o setor público a obterem os votos mais elevados, seguidos dos têxteis, da energia e dos produtos farmacêuticos, como se pode verificar na figura 16. Alguns inquiridos mencionaram ainda o setor da saúde.



**Figura 16.** Tipos de indústrias onde o multilinguismo é mais relevante

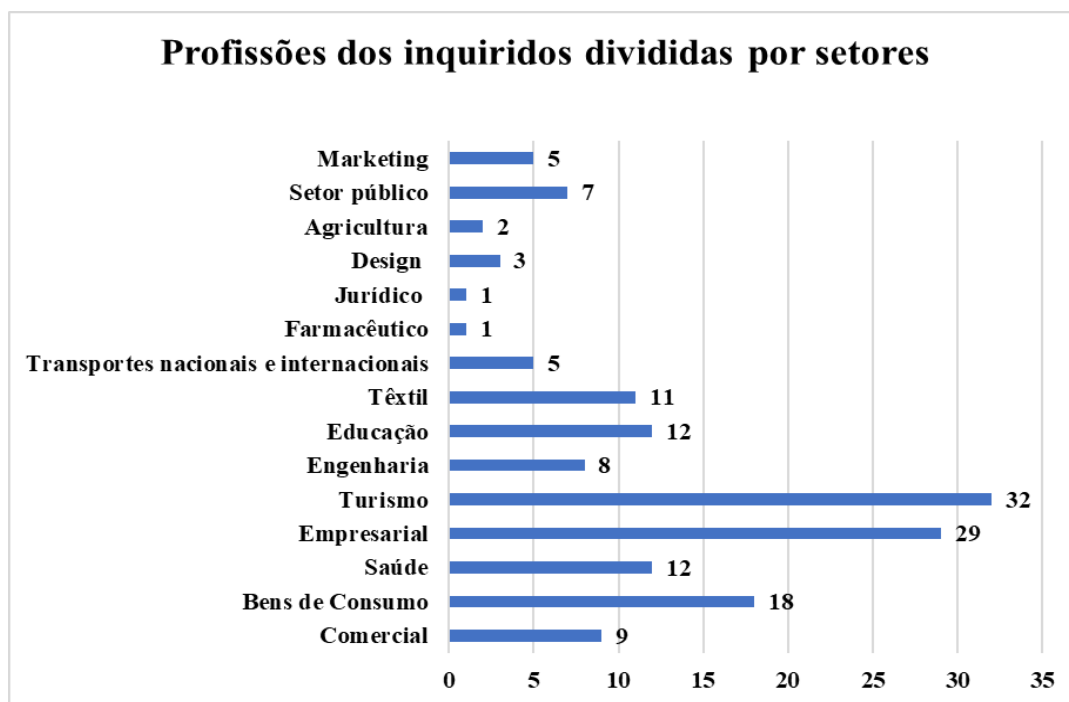
*Nota:* Elaboração própria

Após estas questões mencionadas acima, existiam ainda as duas últimas questões a ser respondidas no questionário. A penúltima questão foi “Considera o multilinguismo relevante para a sua profissão?”, onde as respostas que os inquiridos poderiam responder eram “Sempre”, “Algumas vezes”, “Poucas vezes”, “Raramente” e “Nunca”. Nesta questão os inquiridos deveriam responder se consideravam o multilinguismo relevante para a sua profissão, tendo em conta a sua profissão atual ou anterior (caso fosse desempregado ou reformado). A última questão, de resposta aberta, era “Justifique a resposta anterior, indicando a sua profissão atual ou anterior”. Esta questão tinha como objetivo identificar as profissões dos indivíduos, assim como dar-lhes a oportunidade de desenvolver a sua resposta à questão anterior.

Estas duas questões foram desenvolvidas de forma a complementarem-se uma à outra e a serem analisadas em conjunto. Como parte do objetivo de obter informações mais detalhadas sobre as experiências dos indivíduos no mercado de trabalho relativamente ao multilinguismo, pretendeu-se, com estas duas questões, perceber em que profissões dos inquiridos o multilinguismo é mais utilizado.

Com o objetivo de ter acesso a cada questionário respondido, foi utilizado o *Google Forms* como ferramenta para o desenvolvimento do mesmo, uma vez que este permite o acesso e a visualização de uma tabela com todas as respostas fornecidas por cada um dos inquiridos, através do *Google Sheets*. Desta forma, foi possível relacionar a penúltima e a última pergunta do questionário, percebendo o nível de relevância do multilinguismo para as variadas profissões dos inquiridos.

De forma a compreender a relevância da proficiência linguística nas diferentes profissões dos indivíduos, foi necessário um gráfico sistemático que pudesse acomodar a diversidade de profissões. Assim, apesar das profissões dos inquiridos serem variadas, foi possível categorizá-las em setores, e extrair informações relevantes para o estudo sobre a importância do multilinguismo nas suas respetivas áreas. As respostas foram meticulosamente analisadas, com um olhar atento às justificações apresentadas. Posto isto, as profissões dos indivíduos foram divididas em 15 setores, representados na figura 17.



**Figura 17.** Profissões dos inquiridos divididas por setores

*Nota:* Elaboração própria

Ao organizar as profissões dos inquiridos nestes setores, foram criados gráficos estruturados apenas dos setores mais prevaletentes, para um estudo mais aprofundado das perceções e justificações em torno do multilinguismo em cada domínio profissional. Os setores menos prevaletentes serão mencionados sem recurso a gráfico. Esta categorização não só facilitou a análise dos dados, como também permitiu uma exploração direcionada dos contextos específicos onde a proficiência linguística desempenha um papel fundamental.

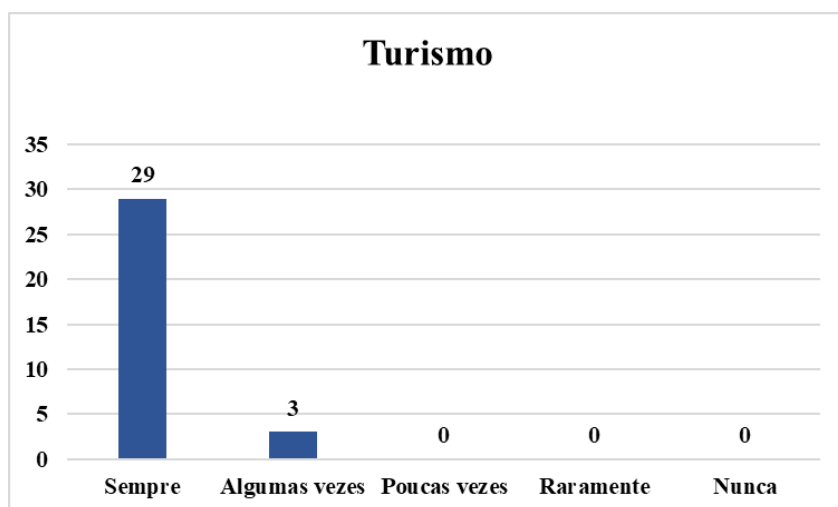
Assim, os setores dominantes são o de turismo, com 32 inquiridos; o empresarial, com 29 inquiridos; o de bens de consumo (comida, bebida, jóias, cosméticos, roupa), com 18 inquiridos; o de saúde e o de educação, com 12 inquiridos cada; o têxtil (empregados de fábricas têxteis e calçado), com 11 inquiridos; o comercial (fornecimento de serviços), com 9 inquiridos; e, por último, o de engenharia, com 8 inquiridos.

Posto isto, apresentam-se de seguida os gráficos por setor, começando com o mais predominante, o setor turístico (Figura 18). Dentro do conjunto de profissões, o setor do turismo emergiu como um ponto focal de interesse no presente estudo, atraindo 32 respostas de indivíduos diretamente envolvidos em várias facetas da indústria. Estes inquiridos representam uma gama diversificada de funções, desde a gestão hoteleira aos guias turísticos, como referiram na questão de resposta aberta, contribuindo todos para a diversidade e vitalidade do turismo.



Quando lhes foi perguntado se consideravam o multilinguismo importante para a sua profissão, 29 dos 32 inquiridos afirmaram inequivocamente a sua importância, indicando que utilizam sempre o multilinguismo no seu trabalho. Esta consistência evidente sublinha o papel fundamental que a proficiência linguística desempenha no setor do turismo, o que vai de acordo com a perceção dos inquiridos do questionário na figura 16.

Adicionalmente, 3 dos inquiridos afirmam utilizar o multilinguismo algumas vezes, sendo que nenhum inquirido deste setor afirmou utilizar poucas vezes, raramente, ou nunca, como se pode verificar na figura 18.

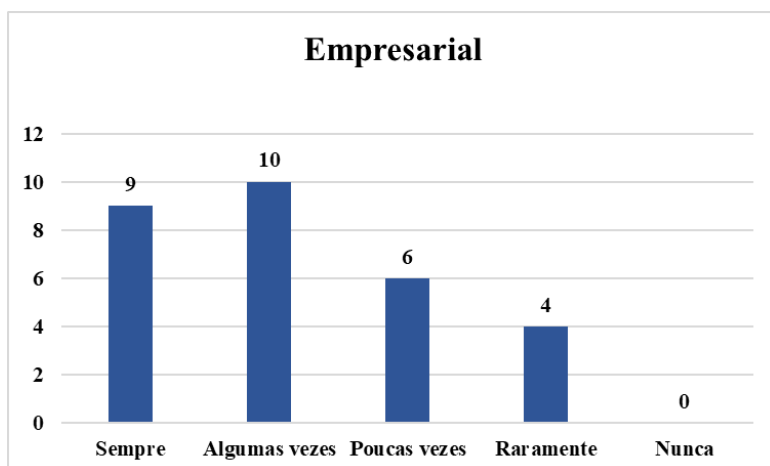


**Figura 18.** Uso do multilinguismo no setor turístico

*Nota:* Elaboração própria

No panorama complexo do setor empresarial (Figura 19), o estudo obteve um total de 29 respostas de indivíduos ativamente envolvidos em várias funções que abrangem a gestão empresarial, bancária, contabilidade e administrativa.

Quando questionados se consideravam o multilinguismo importante para a sua profissão, as respostas do setor empresarial apresentaram um quadro diferenciado. 9 inquiridos afirmaram que utilizam sempre o multilinguismo no seu trabalho, 10 utilizam algumas vezes, 6 utilizam poucas vezes e, por último, 4 inquiridos raramente usam, e nenhum inquirido revelou nunca usar outras línguas (Figura 19).

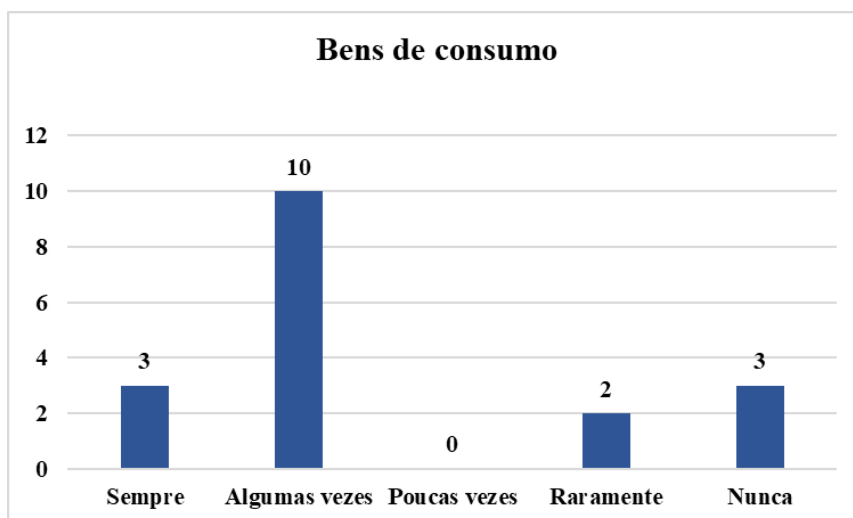


**Figura 19.** Uso do multilinguismo no setor empresarial

*Nota:* Elaboração própria

O setor dos bens de consumo (Figura 20), que inclui indústrias como a alimentação, as bebidas, a joalheria, os cosméticos e o vestuário, surgiu como um segmento digno de nota no estudo, obtendo um total de 18 respostas de profissionais profundamente inseridos no domínio dos produtos de consumo. Estes indivíduos desempenham um papel fundamental no fornecimento de bens que influenciam a vida quotidiana, tornando a proficiência linguística um aspeto intrigante do seu trabalho.

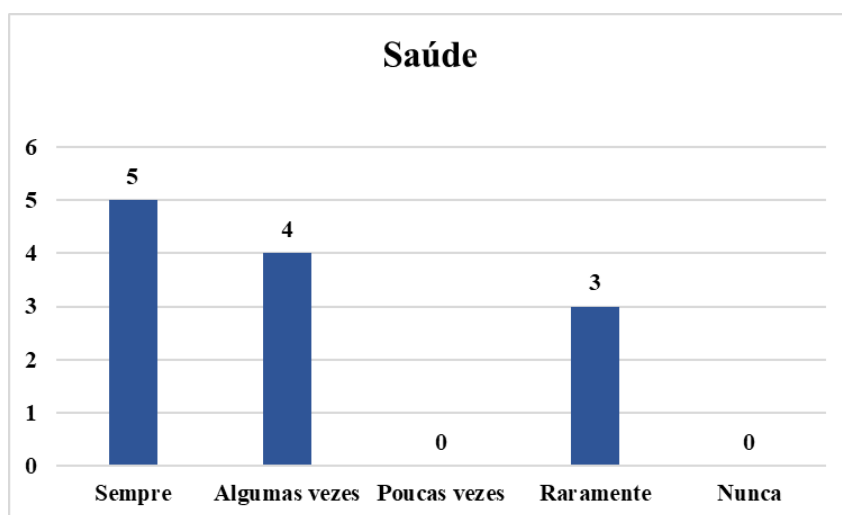
Quando questionados sobre a importância do multilinguismo para a sua profissão, as respostas dos indivíduos do setor dos bens de consumo refletiram um leque diversificado de perspectivas. 3 inquiridos referiram que utilizam sempre o multilinguismo no seu meio de trabalho, 10 responderam que usam algumas vezes, 2 usam raramente e 3 nunca usam (Figura 20).



**Figura 20.** Uso do multilinguismo no setor de bens de consumo

*Nota:* Elaboração própria

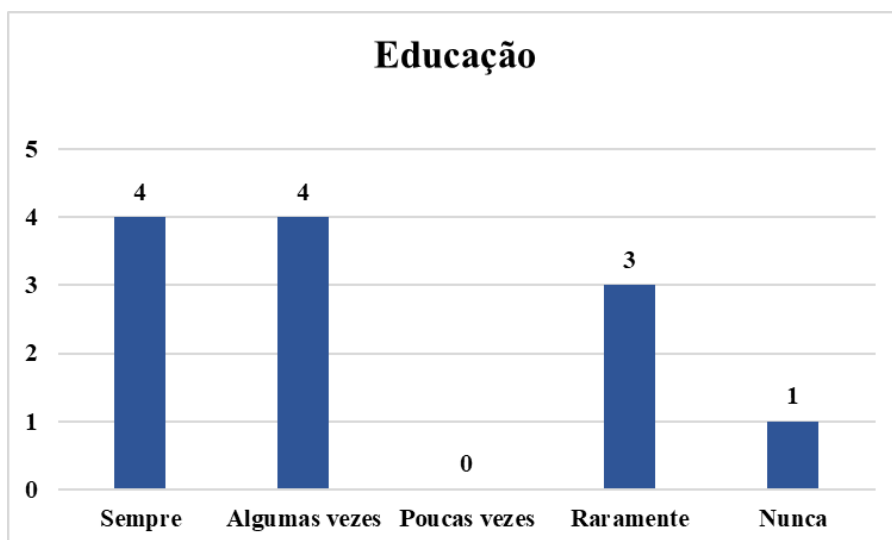
No âmbito do domínio crítico dos cuidados de saúde (Figura 21), onde a comunicação eficaz e os cuidados aos doentes são fundamentais, o estudo envolveu profissionais em várias funções de cuidados de saúde (enfermeiros, auxiliares de saúde, veterinários, terapeutas ocupacionais e psicólogos) obtendo um total de 12 respostas. Estes indivíduos representam o centro do setor da saúde, onde a proficiência linguística pode ter um impacto profundo nas interações com os pacientes, nos resultados dos tratamentos e na qualidade geral dos cuidados. Posto isto, 5 inquiridos deste setor afirmam que usam sempre o multilinguismo, 4 usam algumas vezes e 3 usam raramente. Nenhum inquirido revelou nunca usar outras línguas. As respostas do setor da saúde sublinham o papel fundamental da competência linguística na prestação de cuidados centrados no doente.



**Figura 21.** Uso do multilinguismo no setor da saúde

*Nota:* Elaboração própria

No âmbito da transformação da educação (Figura 22), em que a disseminação do conhecimento e o envolvimento dos alunos são fundamentais, o questionário envolveu profissionais de várias funções educativas (professores, investigadores e auxiliares de ação educativa), reunindo um total de 12 respostas. Desta forma, 4 inquiridos responderam que utilizam sempre outras línguas, assim como outros 4 dizem utilizarem algumas vezes. Por outro lado, 3 inquiridos raramente usam e 1 nunca usa.

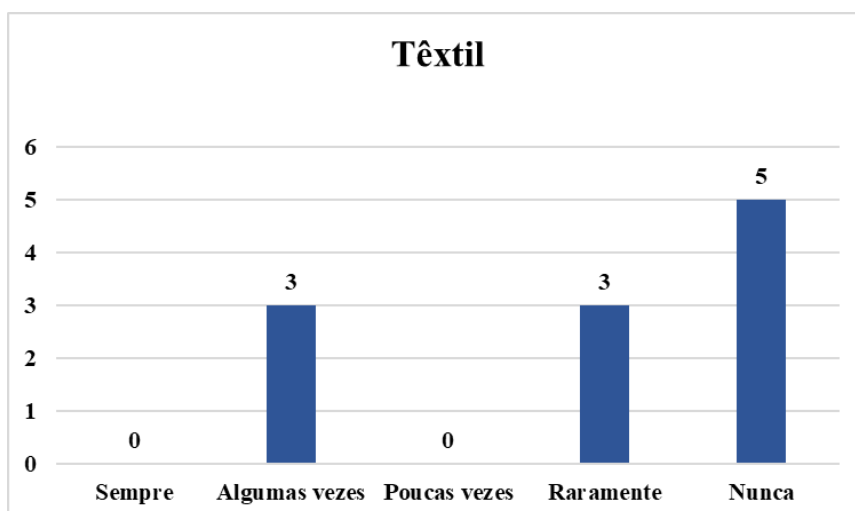


**Figura 22.** Uso do multilinguismo no setor da educação

*Nota:* Elaboração própria

Conseguiu-se apurar que os profissionais que utilizam sempre o multilinguismo no seu trabalho representam os investigadores e os professores de línguas, uma vez que estes o mencionam na pergunta de resposta aberta. Por outro lado, os que raramente ou nunca usam consistem nos professores de outras disciplinas e nos auxiliares de ação educativa.

No âmbito do setor têxtil (Figura 23), o presente questionário envolveu profissionais que desempenham funções de empregados de armazém ou de fábrica, e chefes de secção, reunindo um total de 11 respostas. Tendo isto em vista, 3 dos inquiridos afirmam utilizar algumas vezes outras línguas, enquanto 3 raramente usam e 5 nunca usam.

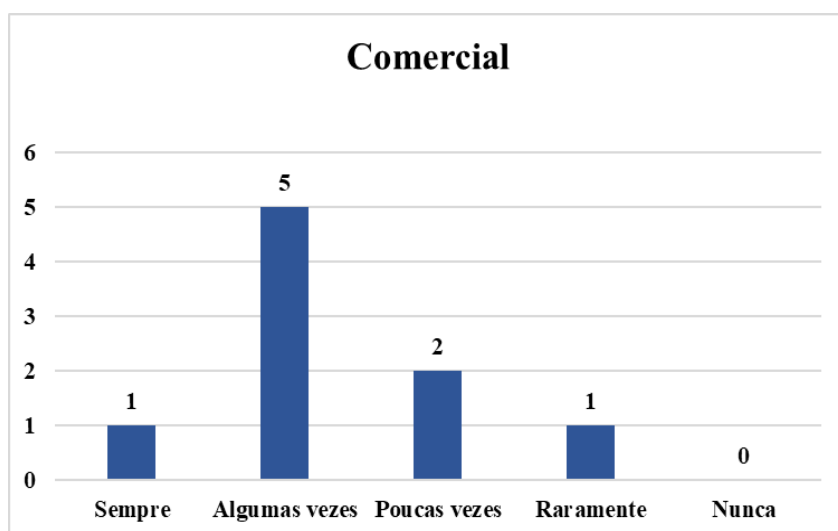


**Figura 23.** Uso do multilinguismo no setor têxtil

*Nota:* Elaboração própria

Os indivíduos que referiram utilizar algumas vezes consistem em chefes de secção, enquanto que os que afirmaram raramente ou nunca usar representam os empregados de armazém e de fábrica.

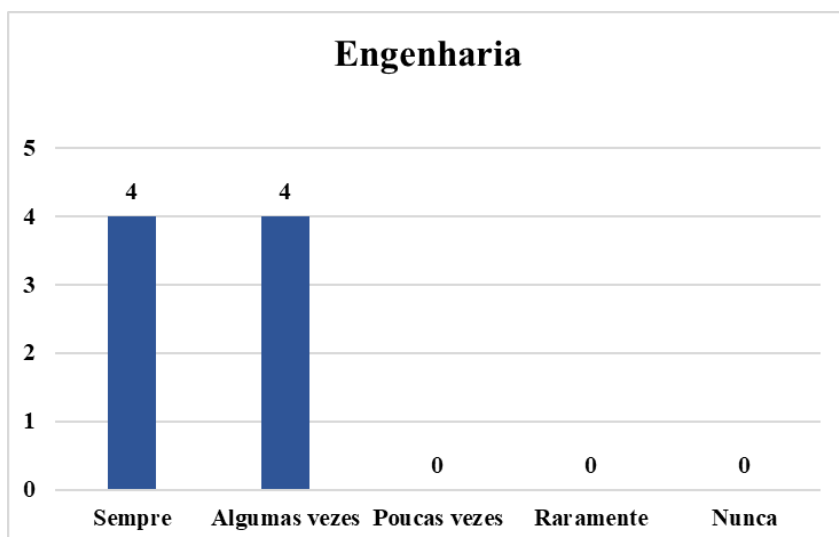
No âmbito do setor comercial (Figura 24), o questionário envolveu profissionais que desempenham funções centradas no apoio ao cliente e fornecimento de serviços, tendo obtido um total de 9 respostas. Desta forma, 1 inquirido afirmou usar sempre outras línguas, 5 mencionam usar algumas vezes, 2 usam poucas vezes e 1 raramente usa.



**Figura 24.** Uso do multilinguismo no setor comercial

*Nota:* Elaboração própria

No domínio inovador e em constante evolução da engenharia (Figura 25), onde a especialização técnica e a precisão são fundamentais, o nosso estudo envolveu profissionais que representam várias disciplinas de engenharia, acumulando um total de 8 respostas. 4 inquiridos afirmaram usar sempre outras línguas, e 4 algumas vezes. Estes indivíduos são fundamentais na conceção e implementação de soluções que moldam o nosso mundo, tornando a proficiência linguística um ativo valioso no seu trabalho multifacetado.



**Figura 25.** Uso do multilinguismo no setor da engenharia

*Nota:* Elaboração própria

Para além destes setores mais predominantes entre as respostas dos inquiridos, surgiram outros de destaque. O setor público, que engloba assistentes sociais, agentes de autoridade, empregados de limpeza e oficiais do IRN (Instituto dos Registos e de Notariado) obteve 7 respostas. Dos 7 respondentes, 6 utilizam sempre outras línguas, e apenas 1 afirma raramente usar, sendo que este último tem como profissão oficial de dados do IRN.

O setor do marketing, caracterizado pelos seus métodos estratégicos de promoção de produtos e serviços, de envolvimento com o público e de construção da presença da marca, desempenha um papel fundamental no mundo dos negócios. Neste setor incluíram-se um total de 5 indivíduos. 4 destes responderam que utilizam sempre o multilinguismo, enquanto que apenas um referiu utilizar algumas vezes.

O setor dos transportes nacionais e internacionais inclui 5 inquiridos, sendo que as suas respostas se baseiam em “raramente” e “nunca”, no que diz respeito ao uso de línguas estrangeiras no seu trabalho. As profissões dos 5 inquiridos centram-se em motoristas de longo curso e nacionais. Os cenários onde os respondentes afirmaram que raramente usam (3 inquiridos), podem incluir a comunicação com fornecedores ou parceiros estrangeiros numa base ocasional.

Em funções centradas na movimentação de carga a aplicação prática do multilinguismo pode ter uma relevância limitada, o que representa os restantes 2 inquiridos que afirmaram nunca usar. Nestas funções, o foco principal é a eficiência operacional e a adesão aos protocolos de segurança, onde a diversidade linguística pode não ser um fator dominante.

O setor do design, onde se enquadra a profissão de designer e arquitetura, obteve-se 3 respostas, sendo que todos afirmam raramente ser necessário o uso de outras línguas. No setor do design, o foco está frequentemente nos trabalhos criativos, no planeamento de projetos e na execução do design, pelo que o multilinguismo apresenta uma relevância quase inexistente.

O setor da agricultura inclui 2 inquiridos, sendo que ambos afirmam nunca usarem outras línguas. Neste setor, a diversidade linguística pode ter uma relevância limitada nestas funções, uma vez que as principais responsabilidades se centram nas práticas agrícolas.

Adicionalmente, um participante representa o setor farmacêutico, onde este afirma utilizar algumas vezes outra língua. Tendo em conta a sua função de atendimento ao público mencionada pelo inquirido, falar uma outra língua para além da materna pode, por vezes, ser importante no atendimento a possíveis clientes estrangeiros. Outro inquirido do setor jurídico, afirma utilizar raramente, uma vez que este setor se baseia frequentemente em documentação complexa, investigação jurídica, entre outros.

### **3.3. Discussão dos resultados**

A análise cuidadosa dos dados recolhidos por meio do questionário revelou uma série de percepções e informações valiosas relacionadas com o tema central desta pesquisa. Neste ponto, apresenta-se a discussão desses resultados, procurando entender as implicações, tendências e respostas às perguntas do estudo.

O consenso quase total relativamente à afirmação “A habilidade de falar outras línguas pode aumentar a probabilidade de ser selecionado para um emprego” reflete um entendimento generalizado por parte dos participantes de que as competências linguísticas podem constituir uma vantagem distintiva no processo de seleção de emprego, permitindo que os candidatos se destaquem num leque de concorrentes muito vasto. Este reflete assim a importância primordial do multilinguismo no atual mercado de trabalho global.

As perspetivas dos participantes reforçam a ideia generalizada na literatura estudada de que as competências linguísticas são um requisito fundamental para lidar com as complexidades de um mundo profissional multilingue. Os resultados fortalecem o argumento a favor de uma ênfase contínua e reforçada na educação e formação multilingues como componente integral do desenvolvimento profissional e da empregabilidade no século XXI.

No que diz respeito à questão “Alguma vez viu anúncios de emprego que exigem conhecimento de idiomas adicionais?” a maioria dos inquiridos afirma que viram muitas e algumas vezes anúncios que exigem o conhecimento de idiomas adicionais. A predominância de respostas afirmativas indica uma tendência clara no mercado de trabalho, onde as capacidades multilingues são cada vez mais reconhecidas como ativos essenciais. Os participantes que encontraram frequentemente requisitos linguísticos em anúncios de emprego ilustram a procura crescente de empregados multilingues. Esta constatação pode refletir o movimento mais amplo no sentido da colaboração e da comunicação internacionais em vários setores.

No entanto, a presença de inquiridos que raramente ou nunca viram tais requisitos linguísticos nos anúncios de emprego revela disparidades entre diferentes setores e funções. Em certos setores, especialmente naqueles com um enfoque mais localizado ou onde a diversidade linguística é menos prevalente, pode não ser dada prioridade às competências linguísticas. As respostas variadas significam a heterogeneidade dos requisitos de emprego em diversas áreas profissionais, refletindo a especificidade das competências e qualificações procuradas em diferentes setores.

Na afirmação “O multilinguismo é um requisito cada vez mais comum nas descrições de empregos”, as respostas sublinham que, para os candidatos a emprego e os profissionais, a consciencialização e a adaptação a estas necessidades da indústria são cruciais para alinhar o desenvolvimento de competências com as exigências do mercado. A perceção de uma ênfase crescente no multilinguismo nos anúncios de emprego sublinha a importância crescente das competências linguísticas para melhorar a empregabilidade e satisfazer as exigências de diversas funções num ambiente profissional globalizado.

Ao mesmo tempo, os resultados também sublinham a necessidade de compreender e explorar as diferentes exigências da indústria, assegurando que o desenvolvimento de competências e a preparação profissional estão em sintonia com as necessidades e expectativas específicas dos diferentes setores. Desta forma, a opinião predominante entre os inquiridos é que o multilinguismo funciona como uma alavanca no processo de candidatura a um emprego, ou seja, é visto como uma vantagem que alarga o leque de potenciais oportunidades de emprego. Além disso, as respostas dos participantes sublinham a procura tangível de competências linguísticas no mercado de trabalho. Este cenário do mundo real está em sintonia com a sua



crença no impacto positivo do multilinguismo na empregabilidade, solidificando ainda mais a noção de que as competências linguísticas são um bem valioso no mercado de trabalho atual.

As respostas variadas à afirmação “O conhecimento da língua pode ser mais importante do que a experiência, em certas indústrias” refletem as diversas opiniões dos indivíduos sobre o peso da proficiência linguística em contraste com a experiência prática no mercado de trabalho. Os inquiridos que concordaram com a afirmação demonstram que reconhecem a importância primordial das competências linguísticas. Esta opinião pode indicar que, para estes indivíduos, a capacidade de comunicar eficazmente para além das barreiras linguísticas é um trunfo inestimável, podendo mesmo ofuscar uma vasta experiência.

Por outro lado, os inquiridos que discordaram desta afirmação manifestam o valor da experiência prática e do conhecimento de um certo setor. Esta perspetiva parece indicar que, para estes indivíduos, embora as competências linguísticas sejam benéficas, não ultrapassam os conhecimentos e as competências práticas adquiridas através da experiência.

Uma parte pequena, mas ainda significativa, dos participantes optou por uma posição neutra, indicando incerteza relativamente à importância dos conhecimentos linguísticos versus a experiência. A perspetiva deste grupo reflete a complexidade das diversas qualificações profissionais e sugere que a importância relativa das competências linguísticas e da experiência pode variar entre diferentes funções, indústrias e contextos.

Pode-se concluir assim que as respostas divididas a esta questão revelam a natureza multifacetada e sensível ao contexto das qualificações profissionais nas indústrias atuais. As opiniões divergentes sublinham a necessidade de uma abordagem equilibrada que considere a proficiência linguística e a experiência como ativos complementares, e não concorrentes, no domínio profissional. O debate sublinha ainda a importância da investigação e da discussão em curso para explorar e compreender a dinâmica evolutiva das competências linguísticas para os indivíduos no mercado de trabalho global.

Na questão “Consideraria aprender um novo idioma de forma a melhorar as perspetivas de emprego?”, as respostas positivas revelam um reconhecimento dominante do potencial impacto do multilinguismo na melhoria das oportunidades de emprego. Esta resposta reflete uma abordagem proativa ao desenvolvimento pessoal e profissional, com indivíduos dispostos a adotar a aprendizagem de línguas como uma ferramenta para melhorar a sua empregabilidade no mercado de trabalho atual. As respostas afirmativas sugerem uma

compreensão e um reconhecimento da procura crescente de competências linguísticas em diversos setores profissionais.

No entanto, uma parte significativa dos inquiridos expressaram incerteza com um "talvez". A ambiguidade deste grupo pode resultar de vários fatores, incluindo a perceção da dificuldade da aprendizagem de línguas, a incerteza quanto ao retorno do investimento ou preocupações quanto ao tempo e ao compromisso necessários.

Na questão “Quais os idiomas que considera mais úteis para o mercado de trabalho atual?”, os inquiridos revelaram uma tendência clara. O inglês é amplamente reconhecido como a língua franca global, essencial para os negócios, a diplomacia e a comunicação internacionais. O francês e o espanhol, como línguas faladas em vários países de diferentes continentes, têm uma influência substancial nas relações internacionais, no comércio e nas viagens.

O alemão, enquanto língua da maior economia da Europa, é considerado valioso para os contactos com o panorama empresarial europeu. O mandarim, refletindo a crescente influência económica global da China, é considerado cada vez mais crucial para os negócios e a diplomacia internacionais.

Além disso, as indicações de russo, italiano e ucraniano demonstram o reconhecimento do crescente papel global das regiões onde estas línguas são faladas. Os participantes que reconhecem estas línguas sublinham a diversificação do panorama linguístico do comércio internacional e da diplomacia. O italiano é identificado como uma língua de importância cultural e histórica, com relevância em setores como a moda, as artes e a culinária. O ucraniano e o russo, que representam a região da Europa Oriental, são reconhecidos pela sua importância crescente nos contextos políticos e económicos internacionais.

Essencialmente, as seleções dos participantes oferecem uma visão da hierarquia percebida da utilidade das línguas no mercado de trabalho atual. O predomínio das línguas associadas às potências económicas mundiais sublinha a ligação entre as competências linguísticas e o envolvimento no panorama económico internacional. Ao mesmo tempo, a menção de línguas associadas a regiões específicas realça o papel global emergente destas áreas e o correspondente valor das competências linguísticas para o envolvimento em diversos contextos internacionais.

No que diz respeito à afirmação “As empresas que valorizam o multilinguismo oferecem salários mais competitivos”, por um lado, os inquiridos que optaram por uma posição neutra, indicam uma potencial falta de informação, incerteza ou experiências variadas relativamente à correlação entre multilinguismo e competitividade salarial. A ausência de opinião deste grupo pode dever-se ao facto de nunca se ter deparado com diferenças perceptíveis nas ofertas salariais com base nas competências linguísticas, de não ter conhecimento suficiente das estruturas e políticas salariais das empresas relacionadas com as competências multilingues, ou estas poderem não ser generalizadas no mercado de trabalho que este grupo representa.

Por outro lado, os participantes que concordaram com a afirmação sublinham a perceção do valor financeiro e da vantagem competitiva associados às capacidades multilingues. Este grupo identifica possivelmente uma tendência em que a proficiência multilingue é recompensada com pacotes salariais mais elevados, refletindo o reconhecimento por parte das empresas da vantagem estratégica que as competências linguísticas proporcionam.

Pelo contrário, a fração que discordou da afirmação aponta para uma perceção de que as competências linguísticas não se traduzem necessariamente em ofertas salariais mais elevadas. Esta perspetiva pode resultar de experiências em setores ou funções onde o multilinguismo não é um requisito central ou não tem grande peso na determinação do salário. Contudo, pode também ser resultado de experiências onde essa característica simplesmente não afetou o seu nível salarial.

Essencialmente, enquanto alguns reconhecem um valor claro e uma recompensa financeira associada às competências linguísticas no mercado de trabalho, outros não vêem uma correlação direta ou permanecem incertos quanto a essa relação. Estas perspetivas variadas refletem as divergências que existem no mercado de trabalho, assim como nas experiências diferenciadas dos participantes.

Quanto à afirmação “O multilinguismo é mais valorizado em cargos de liderança”, a grande maioria dos inquiridos concordou, o que reflete as suas perceções sobre as lideranças, o que demonstra, provavelmente, o reconhecimento do contexto global em que muitas organizações operam.

No entanto, uma percentagem notável manteve uma posição neutra, apontando para opiniões diversas sobre este tópico. Os inquiridos que se mantiveram neutros em relação à afirmação podem estar a refletir a variabilidade e a dependência do contexto das competências linguísticas em funções de liderança. A neutralidade deste grupo sugere que o valor atribuído

ao multilinguismo em cargos de liderança pode ser específico do setor ou depender do contexto geográfico e cultural da organização. Em alguns setores ou regiões onde as interações internacionais são mínimas, as competências multilingues podem não ser uma prioridade para as funções de liderança, o que leva a uma posição neutra em relação a esta afirmação.

Por outro lado, alguns participantes discordaram. Embora o multilinguismo possa melhorar a comunicação, para estes indivíduos não é visto como o único fator determinante do sucesso da liderança, contestando assim a noção de que as capacidades linguísticas devem ser um critério importante de avaliação do potencial de liderança. Percebe-se que, para estes participantes, as qualidades de liderança vão muito para além da proficiência linguística, salientando-se que uma liderança eficaz engloba um vasto leque de competências, incluindo o pensamento estratégico, a tomada de decisões, a inteligência emocional e a capacidade de inspirar e motivar equipas.

A esmagadora maioria dos inquiridos confirmam que já tiveram experiências onde foi vantajoso conhecer uma segunda língua no trabalho, o que realça o grande impacto do multilinguismo no domínio profissional. As experiências dos inquiridos sublinham o valor das competências linguísticas. Realçam também a vantagem estratégica da proficiência linguística no alargamento das oportunidades profissionais e na promoção de ambientes de trabalho colaborativos, inclusivos e orientados para o mundo.

Por outro lado, os inquiridos que referiram serem raras as vezes em que foi benéfico, ou nunca ter sido vantajoso, apontam para a relevância das competências multilingues em função do contexto. Para indivíduos em funções ou indústrias com exposição limitada a diversos contextos linguísticos ou interações internacionais, a utilidade de uma segunda língua pode não ser tão pronunciada.

A concordância da maioria com a afirmação “O multilinguismo afeta as oportunidades de progressão de carreira” destaca a consciência predominante de que a proficiência linguística pode, de facto, desempenhar um papel fundamental na progressão na carreira. Os participantes que reconhecem esta relação provavelmente valorizam o multilinguismo como uma competência importante no mercado de trabalho globalizado atual.

Os que adotaram uma posição neutra, por outro lado, podem considerar que, embora o multilinguismo possa ser vantajoso em determinadas situações, pode não garantir universalmente uma progressão acelerada na carreira em todos os contextos profissionais.

Assim, percebe-se a incerteza quanto à afirmação, pois os inquiridos podem não ter o conhecimento se o multilinguismo efetivamente afeta as oportunidades de progressão de carreira. Além disso, podem simplesmente duvidar da ocorrência dessas oportunidades em certos setores.

A discordância por parte de alguns participantes pode acontecer devido aos setores onde estes se encontram empregados. Desta forma, se for um setor onde não seja necessário o contacto com pessoas de outras línguas, isso não será um fator importante na sua progressão dentro desse setor.

Na questão “Para que tipos de indústrias acredita que o multilinguismo é mais relevante?” a predominância do turismo, do setor empresarial, do setor automóvel e do setor público nas respostas reflete uma percepção comum quanto à centralidade das competências linguísticas nestas indústrias. Os participantes parecem reconhecer as extensas interações globais, os contextos multiculturais e as operações transfronteiriças intrínsecas a estes setores.

A natureza internacional do turismo exige competências multilingues para uma comunicação eficaz com uma clientela global, aumentando a satisfação do cliente e a qualidade do serviço. No panorama empresarial globalizado, as competências multilingues facilitam as negociações, colaborações e expansões internacionais, promovendo operações globais bem-sucedidas.

Sendo um setor marcado por cadeias de fornecimento e mercados globais, a indústria automóvel valoriza as competências linguísticas para uma coordenação e operações internacionais sem problemas. No setor público multicultural e diversificado, a competência linguística melhora a comunicação, a prestação de serviços e a interação com populações multilingues.

O destaque secundário dado aos têxteis, à energia e aos produtos farmacêuticos nas respostas ao inquérito indica uma percepção de relevância moderada do multilinguismo nestes setores. Com redes de produção e distribuição globais, as competências multilingues na indústria têxtil melhoram as transações e colaborações comerciais internacionais. No setor global da energia, a proficiência linguística promove parcerias, negociações e operações internacionais eficazes. As competências multilingues facilitam as colaborações globais de investigação farmacêutica, as negociações regulamentares e o acesso ao mercado internacional.

As duas últimas questões do inquérito permitiram tirar conclusões sobre a importância do multilinguismo nas diversas profissões dos inquiridos. A prevalência do multilinguismo no setor do turismo pode ser atribuída a vários fatores. Em primeiro lugar, o turismo é inerentemente global, atraindo visitantes de diversas origens linguísticas. A capacidade de comunicar com os turistas na sua língua materna promove uma sensação de conforto, confiança e envolvimento, melhorando, em última análise, a sua experiência global. Quer se trate de fornecer informações sobre as atrações locais, de ajudar na logística da viagem ou de assegurar um serviço ao cliente eficaz, a proficiência linguística é um fator essencial para proporcionar experiências excepcionais aos turistas.

A diversidade de respostas no setor empresarial ilustra as várias formas como a competência linguística é entendida e aplicada. É evidente que a importância do multilinguismo varia consoante as funções específicas, das indústrias e da exposição internacional neste vasto setor.

Essencialmente, as conclusões do setor empresarial sublinham a natureza pragmática da competência linguística neste domínio dinâmico. Salientam que, embora o multilinguismo possa não ser universalmente reconhecido como essencial, continua a ser um ativo valioso que pode aumentar a competitividade, fomentar relações internacionais e permitir um envolvimento eficaz num panorama empresarial global.

À medida que se aprofunda as questões do multilinguismo no setor empresarial, estas conclusões realçam a relevância contextual das competências linguísticas e a vantagem estratégica que oferecem aos profissionais que lidam com os desafios e oportunidades multifacetados do mundo empresarial.

As conclusões retiradas no setor dos bens de consumo exemplificam o papel flexível da competência linguística. Sublinham a capacidade da indústria para se adaptar a diferentes exigências linguísticas, alinhando as suas estratégias linguísticas com as características únicas dos seus produtos, mercados e base de clientes.

As respostas do setor da saúde sublinham o papel fundamental da competência linguística na prestação de cuidados centrados no doente. Para aqueles que utilizam sempre o multilinguismo, as competências linguísticas podem representar um trunfo que lhes permite prestar cuidados compassivos e eficazes a doentes de diferentes origens linguísticas.

Nas categorias que utilizam o multilinguismo às vezes ou raramente, percebe-se que o existe algum reconhecimento da potencial utilidade da língua, o que pode revelar uma consciência profunda do papel que esta pode desempenhar na resposta às necessidades específicas de determinados doentes. No entanto, no caso específico destes indivíduos, as línguas não parecem ser um fator muito importante.

No setor da educação, os investigadores reconhecem que o multilinguismo é fundamental para a realização de estudos exaustivos, o acesso à investigação internacional e a colaboração com académicos de todo o mundo. O seu trabalho transcende frequentemente as fronteiras linguísticas e a competência linguística torna-se um meio de aceder e contribuir para redes de conhecimento globais.

No mesmo sentido, os professores de línguas salientem com clareza a importância primordial do multilinguismo. Quer ensinem alunos em línguas estrangeiras, quer deem apoio linguístico a alunos de outras línguas, o seu trabalho diário gira em torno da promoção da aquisição de competências linguísticas e de comunicação. Os professores de línguas são fundamentais para fornecer aos alunos as competências multilingues necessárias para prosperarem num mundo diversificado e interligado.

Os educadores especializados noutras disciplinas para além das línguas, que responderam que raramente ou nunca usam outras línguas, têm menos oportunidades de utilizar o multilinguismo nas suas salas de aula. O seu foco principal centra-se frequentemente no conteúdo específico da disciplina, onde a diversidade linguística pode não ser um fator dominante.

Os auxiliares de ação educativa, que apoiam os alunos e os educadores em várias capacidades, podem ter funções que envolvem uma interação menos direta com a diversidade linguística. Embora as competências linguísticas não sejam um requisito constante, reconhecem a sua relevância em situações específicas, como a assistência a alunos com origens linguísticas diversas ou o apoio a iniciativas relacionadas com as línguas.

No setor têxtil, os inquiridos que afirmaram utilizar algumas vezes representam os chefes de secção, o que justifica claramente o seu uso. Estes indivíduos reconhecem a utilidade potencial das competências linguísticas, especialmente em situações que envolvem clientes, fornecedores ou colaborações internacionais.

Em funções centradas no fabrico de têxteis, a diversidade linguística pode ter implicações práticas mínimas.

No setor comercial, apesar de todos os 9 inquiridos efetuarem as mesmas funções, as respostas são variadas, o que demonstra que mesmo dentro das mesmas funções, a importância do multilinguismo pode variar em função dos contextos específicos em que os indivíduos operam. Fatores como o âmbito geográfico das suas atividades comerciais, a diversidade da sua base de clientes e a extensão das parcerias internacionais podem influenciar a perceção da importância das competências linguísticas.

No que diz respeito ao setor da engenharia, quatro inquiridos afirmaram que utilizam sempre o multilinguismo no seu trabalho. Num cenário de engenharia globalizado, em que os projetos atravessam fronteiras e culturas, o multilinguismo torna-se uma ponte para uma comunicação eficaz, colaboração com equipas internacionais e envolvimento com clientes diversos.

Os restantes quatro inquiridos indicaram que, por vezes, utilizam o multilinguismo na sua profissão. Embora a proficiência linguística possa não ser um requisito quotidiano, revela-se inestimável quando se interage com clientes, parceiros ou partes interessadas de diversas origens linguísticas.

Como verificado, todos os inquiridos na área da engenharia afirmam usar frequentemente outras línguas. O campo da engenharia tornou-se cada vez mais globalizado, com projetos, colaborações e documentação técnica transcendendo as fronteiras nacionais. Como resultado, o inglês emergiu como a língua franca do mundo da engenharia. Informações técnicas, atualizações e resultados de pesquisas são frequentemente publicados, divulgados e discutidos em inglês para garantir acessibilidade a um público global de engenheiros e pesquisadores.

O inglês não é apenas a língua da comunicação internacional, mas também um repositório primário de conhecimento de engenharia. Segundo os inquiridos da área, o uso do inglês reflete o seu acesso a uma riqueza de informações técnicas, trabalhos de pesquisa e padrões industriais disponíveis no idioma. Desta forma, engenheiros multilingues podem aproveitar esse acesso para se manterem atualizados com os avanços mais recentes nas suas áreas.

Posto isto, o uso frequente de línguas diferentes, particularmente o inglês, entre os entrevistados do setor da engenharia reflete a resposta do setor às exigências de uma indústria



globalizada. O multilinguismo e a proficiência em inglês, em particular, é um trunfo que não só facilita a comunicação e a colaboração eficazes, mas também abre portas para uma riqueza de conhecimentos de engenharia e oportunidades de carreira globais. Além disso, realça a adaptabilidade dos engenheiros ao lidar com os desafios e oportunidades da engenharia atual.

No setor público, particularmente em funções que envolvem serviços sociais e forças policiais, a diversidade linguística é uma ocorrência comum. Os inquiridos destas profissões utilizam frequentemente outras línguas para comunicar com clientes diversos, prestar assistência e garantir o acesso aos serviços públicos. Quanto à profissão do inquirido que raramente utiliza outras línguas, a diversidade linguística provavelmente desempenha um papel limitado, e a atenção principal pode centrar-se na documentação oficial e na gestão de registos.

Assim, as respostas do setor público sublinham a natureza diversificada da utilização das línguas em funções que servem o interesse público. Embora a proficiência linguística seja uma necessidade constante para alguns profissionais, pode ter uma aplicação mais limitada noutros.

Em resumo, os resultados no setor público exemplificam as diversas exigências linguísticas que os profissionais podem encontrar em funções que servem o público. Sublinham a adaptabilidade e a inclusividade deste setor, onde a competência linguística é estrategicamente utilizada para satisfazer as necessidades únicas de diversas populações e defender os princípios do serviço público.

A diversidade linguística representa também um fator importante no que toca ao setor do marketing, uma vez que os profissionais estão na origem da elaboração de campanhas de marketing e de estratégias que se repercutem em diversos públicos, o que faz com que a proficiência linguística seja uma mais-valia na sua área dinâmica.

### **3.4. Limitações do estudo**

Embora o inquérito para este presente estudo forneça informações valiosas, é essencial reconhecer as suas limitações de forma a garantir uma compreensão profunda e crítica dos resultados.

Uma destas limitações reconhecidas centra-se no conjunto de participantes no inquérito, uma vez que este pode não ter representado inteiramente a vasta diversidade de profissionais em vários domínios, pelo que as suas experiências e testemunhos poderiam ter enriquecido a análise. Desta forma, a potencial falta de variedade em antecedentes profissionais dos inquiridos pode influenciar os resultados, levando a uma perspetiva parcial ou enviesada sobre a relevância do multilinguismo em diversos contextos profissionais.

Além disso, o facto de o inquérito se basear essencialmente em perguntas fechadas pode ter limitado a profundidade e a amplitude das respostas. Existe a possibilidade de restringir a capacidade dos participantes de desenvolverem as suas perspetivas, podendo não ter em conta pormenores intrincados e experiências pessoais que poderiam oferecer uma visão mais rica do assunto. Adicionalmente, a formulação e a estrutura das perguntas podem, inadvertidamente, introduzir alguma parcialidade, influenciando as respostas dos participantes e afetando potencialmente a exatidão e a fiabilidade dos resultados.

As várias posições neutras que se registaram realçam uma possível limitação no inquérito, que se centra na potencial complexidade e diversidade das experiências relativas às vantagens linguísticas no local de trabalho. Estas podem ter sido influenciadas por vários fatores, como o tipo de indústria, o cargo, a localização geográfica e a cultura organizacional, que o inquérito pode não ter captado na sua totalidade.

Tendo em conta estas limitações, os resultados do inquérito devem ser interpretados com ponderação e análise crítica. No entanto, o inquérito serve como um valioso ponto de partida para compreender a relevância do multilinguismo em diversos contextos profissionais. O reconhecimento destas limitações não prejudica o valor do inquérito, mas realça as áreas que podem ser aperfeiçoadas e melhoradas em futuros projetos de investigação, assegurando uma compreensão mais sólida e global da complexa interação entre o multilinguismo e as oportunidades profissionais.

## **Considerações finais**

A exploração do valor do multilinguismo no mercado de trabalho, que se estende pelos capítulos desta dissertação, proporcionou uma compreensão rigorosa da interação dinâmica entre a proficiência linguística e o sucesso profissional. Este capítulo final é o culminar deste processo, reunindo os conhecimentos obtidos a partir da revisão de literatura e da investigação empírica, efetuada através do questionário.

A análise da literatura no segundo capítulo estabeleceu as bases, oferecendo uma compreensão profunda do multilinguismo como um conceito multifacetado. As definições do conceito, os benefícios sociais e cognitivos e as vantagens tangíveis do mesmo no mercado de trabalho foram sistematicamente examinadas. A revisão de literatura deu ênfase ao valor inegável do multilinguismo no panorama profissional contemporâneo, desde uma maior empregabilidade e acesso a diversos segmentos de mercado até à diferenciação estratégica das empresas e à facilitação de uma comunicação eficaz.

O questionário, concebido meticulosamente para explorar as perceções e experiências dos indivíduos no mercado de trabalho, atuou como a ponte que liga estas construções teóricas ao contexto específico estudado. Os dados empíricos recolhidos apoiam vivamente a noção de que a proficiência linguística é um recurso valioso para os indivíduos que lidam com o mercado de trabalho. As conclusões, resultantes das experiências vividas e das perspetivas dos inquiridos, refletiram firmemente as teorias expostas na revisão de literatura.

Ao correlacionar a fundamentação teórica com o estudo empírico obteve-se informações relevantes e importantes. Conclui-se que o multilinguismo, para além de ser uma competência bastante importante num indivíduo, representa um ativo estratégico que tem o potencial de aumentar a empregabilidade, os níveis salariais e a progressão na carreira. Além disso, este representa um fator-chave de diferenciação dos indivíduos, assim como das empresas no mercado global.

Por um lado, ao longo da dissertação concluiu-se que o multilinguismo é uma característica fundamental para prestar um serviço excepcional ao cliente, uma vez que possuem uma vantagem distinta na compreensão e na ligação com diversos clientes, o que, em última análise, conduz a uma maior satisfação e fidelização do cliente. Por outro lado, o conhecimento de várias línguas por parte dos funcionários de empresas melhora a imagem de marca da mesma, tendo mais probabilidade de posicioná-los como líderes do mercado. Esta

diferenciação competitiva é particularmente relevante nos setores onde é essencial uma comunicação eficaz para além das fronteiras. Desta forma, o conhecimento de várias línguas tem a capacidade de preencher lacunas culturais, promover a confiança e posicionar tanto os indivíduos, como as empresas, num patamar elevado. Derradeiramente, o multilinguismo apresenta uma grande importância nas procuras de emprego e progressão de carreira para os indivíduos.

Os resultados do estudo salientam também a especificidade da procura do multilinguismo em determinadas profissões e línguas. Embora o inglês continue a ser a língua franca global, outras línguas como o francês, o espanhol, o alemão e o mandarim são cada vez mais valiosas em setores e regiões específicas. Adicionalmente também reafirmam a relevância específica das competências multilingues para as indústrias, com certos setores a demonstrarem uma maior procura e valor pela proficiência linguística. Sugerem também que os aspetos globais, internacionais e multiculturais destas indústrias amplificam a importância das competências linguísticas para operações, comunicações e colaborações eficazes. Sublinham ainda o aumento da empregabilidade e da progressão de carreira.

No que diz respeito aos setores onde a diversidade linguística tem mais influência, pôde-se apurar que os dois setores principais são o de turismo e o empresarial. Os resultados obtidos no setor do turismo alinham-se perfeitamente com as conclusões mais gerais retiradas desta dissertação. Reafirmam que o multilinguismo transcende as fronteiras linguísticas para criar ligações significativas e aumentar as oportunidades profissionais.

No contexto do turismo, não é apenas uma competência, mas uma ferramenta essencial para promover experiências de viagem inesquecíveis e garantir a vitalidade do setor num mundo cada vez mais globalizado. Além disso, o multilinguismo promove uma ligação mais profunda, ultrapassando as divisões culturais e garantindo que os turistas se sintam ouvidos e compreendidos. Esta adaptabilidade cultural não só melhora a qualidade do serviço, como também contribui para a obtenção de críticas positivas e para a repetição das experiências vividas, cruciais para a sustentabilidade do setor do turismo.

No setor empresarial, tanto na revisão de literatura como no estudo empírico, foi possível perceber que cada vez mais o multilinguismo marca a diferença, funcionando como um fator de competitividade e diferenciação. As empresas que exploram o poder do multilinguismo, ao contratar indivíduos multilingues, ganham uma vantagem distinta no mercado global. Assim, a importância dada ao multilinguismo nos indivíduos demonstra que é uma característica que

representa uma mais valia para as empresas, uma vez que, para além de estarem mais bem equipadas para envolver diversos segmentos de clientes, têm a capacidade de lidar mais facilmente com mercados internacionais e comunicar eficazmente num mundo interligado. Nesta era de globalização, o multilinguismo é um imperativo estratégico que permite às empresas prosperar num panorama empresarial dinâmico e multicultural.

Os fundamentos teóricos apresentados na revisão de literatura, que expunham a importância do multilinguismo no mercado de trabalho, encontraram assim a sua validação tangível em muitos aspetos, através da investigação empírica realizada com o questionário. As provas empíricas não só validam os quadros teóricos, como também os enriquecem com pormenores práticos, reafirmando a importância da proficiência linguística no mercado de trabalho.

Posto isto, o alinhamento entre a teoria e a prática reforça a credibilidade e a relevância prática dos resultados desta investigação exploratória, oferecendo uma perspetiva sobre o papel do multilinguismo nos cenários de emprego atuais. Os resultados apresentados contribuem para o crescente discurso sobre o papel do multilinguismo no aumento da empregabilidade, dos níveis salariais, da progressão na carreira e do sucesso profissional em geral. À medida que o mundo profissional continua a evoluir, o conhecimento de várias línguas continua a ser um fator de referência, proporcionando oportunidades e possibilidades tanto para os indivíduos como para as organizações.

Os conhecimentos apresentados nesta dissertação não só afirmam a importância do multilinguismo, como também apelam a uma exploração e reconhecimento contínuos do seu papel vital na constante evolução do mercado de trabalho. Este estudo serve como testemunho do poder duradouro das línguas, ultrapassando fronteiras e culturas para desbloquear um mundo de oportunidades na procura da excelência profissional.

## Referências bibliográficas

Anzaldúa, G. (1987). *Borderlands/La Frontera: The New Mestiza*. (1st ed.). Aunt Lute Books. <https://www.auntlute.com/borderlands>

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press. <https://www.upress.umn.edu/book-division/books/modernity-at-large>

Baker, C., & Eversley, J. (2000). *Multilingual capital: The languages of London's schoolchildren and their relevance to economic, social, and educational policies*. Battlebridge. <https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/943y0/multilingual-capital-the-languages-of-london-s-schoolchildren-and-their-relevance-to-economic-social-and-educational-policies>

Beck, U. (2000). *What is globalization?* Polity Press. <https://www.wiley.com/en-us/What+Is+Globalization%3Fp-9780745694344>

Bialystok, E. (2015). Bilingualism and the development of executive function: The role of attention. *Child Development Perspectives*, 9(2), 117-121. <https://doi.org/10.1111/cdep.12116>

Bleakley, H., & Chin, A. (2004). Language skills and earnings: Evidence from childhood immigrants. *The review of economics and statistics*, 86(2), 481-496. <https://doi.org/10.1162/003465304323031067>

Brannen, M.Y., Piekkari, R., Tietze, S. (2017). The Multifaceted Role of Language in International Business: Unpacking the Forms, Functions and Features of a Critical Challenge to MNC Theory and Performance. In: Brannen, M.Y., Mughan, T. (Eds.), *Language in International Business*. JIBS Special Collections. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-42745-4\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-42745-4_6)

Byram, M. (2008). *From foreign language education to education for intercultural citizenship*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781847690807>

Castells, M. (1996). *The rise of the Network Society: The information age: Economy, Society and Culture*. Blackwell Publishers. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>

Carson, L. (2005). *Multilingualism in Europe: A case study*. (2nd ed.). Presses Interuniversitaires Européennes.

[https://www.researchgate.net/publication/341764065\\_Multilingualism\\_in\\_Europe\\_A\\_Case\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/341764065_Multilingualism_in_Europe_A_Case_Study)

Cenoz, J. & Gorter, D. (2015). *Multilingual Education. Between language learning and translanguaging*. Cambridge University Press.

[https://www.researchgate.net/publication/309910249\\_Multilingual\\_education\\_between\\_language\\_learning\\_and\\_translanguaging](https://www.researchgate.net/publication/309910249_Multilingual_education_between_language_learning_and_translanguaging)

Chiocchetti, E. (2018). Small- and medium-sized enterprises in a multilingual region: Best practices in multilingualism or missed opportunities? *European Journal of International Management*, 12(1/2), 138-157. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2018.10009386>

Chiswick, B. R., & Miller, P. W. (2014). International migration and the economics of language. *Institute for the Study of Labor (IZA)*. <https://www.econstor.eu/handle/10419/90104>

Churkina, O., Nazareno, L., & Zullo, M. (2023). The labor market outcomes of bilinguals in the United States: Accumulation and returns effects. *Plos One*, 18(6). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287711>

Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (4th ed.). SAGE Publications.

Crystal. (1987). *Dicionário de termos linguísticos*. Portal da Língua Portuguesa. <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=404>

Collier, V. P., & Thomas, W. P. (2015). *Dual language education for a transformed world*. Fuente Press.

Comissão Europeia. (2008). Multilingualism: An asset for Europe and a shared commitment, COM (2008) 566, European Commission, Brussels. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008DC0566&from=EN>

Cordellier, S. (1998). *A Globalização para lá dos mitos*. Bizâncio. <https://www.wook.pt/livro/a-globalizacao-para-la-dos-mitos-serge-cordellier/103860>

Coulmas, F. (2013). *Sociolinguistics: The study of speakers' choices*. (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/us/universitypress/subjects/languages-linguistics/sociolinguistics/sociolinguistics-study-speakers-choices-2nd-edition?format=HB&isbn=9781107037649>

- Cummins, J. (1984). *Bilingualism and special education: Issues in assessment and pedagogy*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.1017/S0272263100007373>
- Dillman, D.A. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method* (2nd ed.). John Wiley and Sons.
- Edwards, V. (2008). *Multilingualism in the English-speaking world: Pedigree of nations*. Wiley-Blackwell. <https://www.wiley.com/en-us/Multilingualism+in+the+English+Speaking+World%3A+Pedigree+of+Nations-p-9780470754764>
- Ethnologue. (2022a). *How many languages are endangered?* <https://www.ethnologue.com/insights/how-many-languages-endangered/>
- Ethnologue. (2022b). *How many languages are there in the world?* <https://www.ethnologue.com/insights/how-many-languages/>
- Ethnologue. (2022c). *What are the top 200 most spoken languages?* <https://www.ethnologue.com/insights/ethnologue200/>
- Ethnologue. (2022d). *What countries have the most languages?* <https://www.ethnologue.com/insights/countries-most-languages/>
- Ethnologue. (2022e). *What is the most spoken language?* <https://www.ethnologue.com/insights/most-spoken-language/>
- Fink, A. (2003). *How to Design Surveys*. (2nd ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412984447>
- Franceschini, R. (2009). The genesis and development of research in multilingualism: Perspectives for future research. In Aronin, L. & Hufeisen B. (Eds.), *The Exploration of Multilingualism: Development of research on L3, multilingualism and multiple language acquisition* (pp. 27-61). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/aals.6.03ch3>
- García, O. (2011). *Bilingual education in the 21st century: A global perspective*. Wiley-Blackwell. <https://www.perlego.com/book/1008729/bilingual-education-in-the-21st-century-a-global-perspective-pdf>



Geppert, M., Matten, D., & Williams, K. (2002). *Challenges for European management in a global context: Experiences from Britain and Germany*. Palgrave Macmillan. <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230510180#affiliations>

Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Polity Press. <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/The-Consequences-of-Modernity-by-Anthony-Giddens.pdf>

Gökmen, A. (2016). International Business Initiatives of the Turkish Enterprises in Global Trade: The Case of Outsourcing. *International Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp.949-968). Information Resources Management Association. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9814-7.ch045>

Gomes, C. & Galego, A.A. (2005). Emancipação , ruptura e inovação: o “focus group” como instrumento de investigação. *Revista Lusófona de Educação*, 5, 173-184. [https://www.researchgate.net/publication/262708634\\_Emancipacao\\_ruptura\\_e\\_inovacao\\_o\\_focus\\_group\\_como\\_instrumento\\_de\\_investigacao](https://www.researchgate.net/publication/262708634_Emancipacao_ruptura_e_inovacao_o_focus_group_como_instrumento_de_investigacao)

Held, D., & McGrew, A. (2007). *Globalization/Anti-globalization: Beyond the great divide*. (2nd ed.). Polity Press. <https://www.wiley.com/en-us/Globalization+Anti+Globalization%3A+Beyond+the+Great+Divide%2C+2nd+Edition-p-9780745639116>

Khalid, U. Okafor, L.E., & Sanusi, O.I. (2021). Exploring Diverse Sources of Linguistic Influence on International Tourism Flows. *Journal of Travel Research*, 61(3), 696-714. <https://doi.org/10.1177/0047287520988909>

Kumar, R. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. (5th ed.) SAGE Publications.

Lasagabaster, D. (2003). *Trilingüismo en la enseñanza: actitudes hacia la lengua minoritaria, la mayoritaria y la extranjera*. Milenio. <https://doi.org/10.1558/sols.v5i2.413>

Lazarova, M., & Caligiuri, P. M. (2001). Retaining repatriates: The role of organizational support practices. *Journal of World Business*, 36(4), 389-401. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(01\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(01)00063-3)

Lüdi, G., Höchle, K., & Yanaprasart, P. (2010). Plurilingual practices at multilingual workplaces. In Bernd, M. & Apfelbaum, B. (Eds.). *Multilingualism at work : From Policies*

to Practices in public, medical and business settings (pp. 211-234). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/hsm.9.12lud>

Macdonald, M. (2022). *The Economic Returns to Bilingualism in the U.S Labor Market* [Master's Thesis, Clemson University]. Tiger Prints. [https://tigerprints.clemson.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4898&context=all\\_theses](https://tigerprints.clemson.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4898&context=all_theses)

Mariani, L. (2009). Per una educazione linguistica trasversale: la sfida della competenza multilingue. *Italiano LinguaDue*, 1(1), 203-210. <https://doi.org/10.13130/2037-3597/440>

Morton, T. (2016). Being a language teacher in the content classroom. In Preece, S. /Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Identity* (pp. 286-301). Routledge Handbooks. <https://doi.org/10.4324/9781315669816>

Muijs, D. (2004). *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. (2nd ed.). SAGE Publications. <https://agr.modares.ac.ir/uploads/En-Agr.Doc.AgriculturalExtension.18.pdf>

Norton, B. (2013). *Identity and language learning: Extending the conversation*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781783090563>

OCDE (2005). *Measuring Globalisation: OCDE Handbook on Economic Globalisation Indicators*. OCDE, Paris. [https://read.oecd-ilibrary.org/economics/measuring-globalisation-oecd-handbook-on-economic-globalisation-indicators-2005\\_9789264108103-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/economics/measuring-globalisation-oecd-handbook-on-economic-globalisation-indicators-2005_9789264108103-en#page1)

Oppenheim, A.N. (1992). *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. Pinter Publishers. <https://doi.org/10.1002/casp.2450040506>

Pandey, N., Jha, S., & Singh, G. (2020). Promotion of green products on Facebook: insights from millennials. *International Journal of Management Practice*, 13(3), 275-294. <https://doi.org/10.1504/IJMP.2020.106935>

Parlamento Europeu. (2008). *Multilingualism in the European Union*. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008DC0566&from=IT>

Pennycook, A. (2006). *Global Englishes and Transcultural Flows*. (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203088807>

Phillipson, R. (2010). *Linguistic imperialism continued*. (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203857175>


- Pym, A. (2013). Translation and language learning. *The Routledge Handbook of Translation Studies*, 285-300. [https://www.academia.edu/7801381/Translation\\_and\\_Language\\_Learning](https://www.academia.edu/7801381/Translation_and_Language_Learning)
- Ricento, T. (2010). Language Policy and Globalization. In T. Coupland. (Ed.), *The Handbook of Language and Globalization* (pp. 123-141). Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444324068>
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446280447>
- Sassen, S. (2006). *Territory, authority, rights: from medieval to global assemblages*. Princeton University Press. <https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691136455/territory-authority-rights>
- Shirdastian, H., Laroche, M, & Richard, M.O. (2019). Using big data analytics to study brand authenticity sentiments: the case of starbucks on twitter. *International Journal of Information Management*, 48, 291-307. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.09.007>
- Skutnabb-Kangas, T., & Phillipson, R. (2016). *Language rights*. (1st ed.). Routledge. <https://www.routledge.com/Language-Rights/Skutnabb-Kangas-Phillipson/p/book/9780415740821>
- Srivastava, S., Singh, S., & Dhir, S. (2020). Culture and International business research: A review and research agenda. *International Business Review*, 29(4). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101709>
- Steinhoff, L., Liu, J., Li, X., & Palmatier, R.W. (2023). Customer Engagement in International Markets. *Journal of International Marketing*. 31(1), 1-31. <https://doi.org/10.1177/1069031X221099211>
- Suarez-Orozco, M., & Sattin-Bajaj, C. (2020). *Educating the Whole Child for the Whole World: The Ross School Model and Education for the Global Era*. NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814741405.001.0001>
- Tenzer, H., Terjesen, S., & Harzing, AW. (2017). Language in International Business: A Review and Agenda for Future Research. *Management International Review*, 57, 815–854. <https://doi.org/10.1007/s11575-017-0319-x>
- Trudel, R. & Cotte, J. (2008). Does being ethical pay? [http://online.wsj.com/article\\_email/SB121018735490274425-1MyQjA\(bu.edu\)](http://online.wsj.com/article_email/SB121018735490274425-1MyQjA(bu.edu))

UNESCO. (2023). *International Mother Language Day*. Retrieved from <https://en.unesco.org/commemorations/motherlanguageday>

Yin, R.K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. (6th ed.). SAGE Publications.

## Anexos

### Anexo I - Questionário divulgado



**universidade  
de aveiro**

## O Valor do Multilinguismo no Mercado de Trabalho

No âmbito da minha Dissertação de Mestrado, tenho como objetivo explorar a perceção individual sobre o valor do multilinguismo, isto é, a capacidade de falar várias línguas, no mercado de trabalho. Como tal, realizo este questionário de forma a obter um conhecimento mais aprofundado sobre o tema, com base nas questões abordadas.

A participação nesta investigação tem um carácter voluntário, pelo que pode negá-la ou decidir interromper o preenchimento do questionário, a qualquer momento, se assim o entender.

O questionário foi elaborado para recolher dados sobre a perspetiva de cada participante e é totalmente anónimo, agradeço a sua colaboração!

[Inicie sessão no Google](#) para guardar o seu progresso. [Saiba mais](#)

**\* Indica uma pergunta obrigatória**

Tendo tomado conhecimento sobre a informação acerca do estudo, declaro que aceito **\*** participar nesta investigação.

Sim, aceito

Não aceito

[Seguinte](#) [Limpar formulário](#)

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários



**universidade  
de aveiro**

## O Valor do Multilinguismo no Mercado de Trabalho

[Inicie sessão no Google](#) para guardar o seu progresso. [Saiba mais](#)

\* Indica uma pergunta obrigatória

Já trabalhou ou está a trabalhar neste momento? \*

Sim

Não

[Anterior](#)

[Seguinte](#)

[Limpar formulário](#)

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários



**universidade  
de aveiro**

## O Valor do Multilinguismo no Mercado de Trabalho

[Inicie sessão no Google](#) para guardar o seu progresso. [Saiba mais](#)

\* Indica uma pergunta obrigatória

Qual o seu género? \*

- Masculino
- Feminino
- Outro
- Outra: \_\_\_\_\_

Qual a sua faixa etária? \*

- Menos de 18 anos
- 18-24 anos
- 25-34 anos
- 35-54 anos
- 55 ou mais

Situação de emprego: \*

- Empregado(a) por conta de outrém
- Desempregado(a)
- Empregado(a) por conta própria
- Reformado(a)
- Outra: \_\_\_\_\_

Tem conhecimento de duas ou mais línguas? \*

- Sim
- Não

Se disse sim à resposta anterior, quais são?

- Inglês
- Francês
- Espanhol
- Italiano
- Alemão
- Russo
- Mandarim
- Outra: \_\_\_\_\_



A habilidade de falar outras línguas pode aumentar a probabilidade de ser selecionado para um emprego. \*

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Já alguma vez viu anúncios de emprego que exigem conhecimento de idiomas adicionais? \*

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

O multilinguismo é um requisito cada vez mais comum nas descrições de empregos. \*

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

O conhecimento de idiomas pode ser mais importante do que a experiência, em certas indústrias. \*

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Consideraria aprender um novo idioma de forma a melhorar as suas perspetivas de emprego? \*

- Sim
- Não
- Talvez

Quais os idiomas que considera mais úteis para o mercado de trabalho atual? \*

- Inglês
- Francês
- Alemão
- Russo
- Espanhol
- Mandarim
- Outra: \_\_\_\_\_

As empresas que valorizam o multilinguismo oferecem salários mais competitivos. \*

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

O multilinguismo é mais valorizado em cargos de liderança. \*

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Já teve experiências onde o conhecimento de um segundo idioma foi vantajoso no trabalho? \*

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

O multilinguismo afeta as oportunidades de progressão de carreira. \*

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Para que tipos de indústrias acredita que o multilinguismo é mais relevante? \*

- Textil
- Automóvel
- Alimentação
- Energia
- Bens de Consumo
- Empresarial
- Turismo
- Agricultura
- Farmacéutica
- Setor Público
- Outra: \_\_\_\_\_

Considera o multilinguismo relevante para a sua profissão? \*

- Sempre
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

Justifique a resposta anterior, indicando a sua profissão atual ou anterior. \*

A sua resposta

---

Anterior

Enviar

Limpar formulário

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários