

## ***Cidadãos do mundo***

Fonte: **Jornal do Commercio – Brasil - Seu Dinheiro / Carreiras - 29/06/2007**

Domínio de idiomas e cultura geral são requisitos para atuar no exterior

PIERRE BALDEZ

Ainda que os avanços tecnológicos tenham ajudado a reduzir as viagens internacionais, é expressiva a quantidade de empresas que enviam seus executivos ao exterior. Para quem sonha em ter experiência internacional dentro da companhia, dominar o inglês e espanhol é o básico exigido pelo mercado. Mas alguns consultores e executivos dizem que é fundamental ir muito além do conhecimento de idiomas para lidar de maneira segura com situações que podem ocorrer em outros países.

Mergulhar na cultura local e nos acontecimentos internacionais antes de partir para um destino estrangeiro são outros requisitos apontados por quem já enfrentou algumas saias-justas no exterior. Nos seus quatro passaportes, o vice-presidente administrativo e financeiro da BSH Continental, empresa do Grupo Bosch, Edson Grottoli, contabiliza viagens por 25 países, desde a América Latina, passando pela Europa, até a Ásia.

gafes. No início, o executivo explica que, quando viajava para outro país, a companhia costumava prepará-lo com palestras sobre o local a ser visitado. Com a experiência, hoje não há tanta necessidade de preparação. Há mais de 30 anos, quando fez as primeiras viagens internacionais para Munique, sede da empresa na Alemanha, Grottoli diz que cometia falha comum aos latinos quando estão na Europa.

"Temos a mania de falar tocando nas pessoas, o que não é bem visto pelos europeus, mesmo quando adquirimos intimidade com alguém. Portanto, essa informalidade deve ser evitada ao máximo. Até hoje, me polio em relação ao gesto", destaca.

Se a empresa for uma multinacional, Grottoli chama atenção para que o profissional se aprofunde também na língua materna da companhia. No caso dele, se aprimorar cada vez mais no alemão, é imprescindível para ter nível de conversação satisfatório dentro da sede da empresa.

"Lá, mesmo os estrangeiros precisam se comunicar em alemão, embora a maioria fale o inglês. Depois de tantos anos estudando o idioma, como não vivo na Alemanha, ainda sinto a necessidade de estar sempre me reciclando, mesmo que esteja em contato daqui do Brasil com funcionários da sede", explica.

Embaixador da H.Stern no Brasil, Christian Hallot também é andarilho do mundo corporativo. Para visitar parte dos 180 escritórios da empresa, metade em solo estrangeiro, o executivo fez no ano passado 120 viagens, sendo 30% delas internacionais. Sua primeira dica, para quem pretende encarar horas e horas de viagens e a correria no entra e sai dos hotéis, é se questionar se está disposto realmente a sair da rotina da cidade onde atua. Hallot diz que se houver essa pré-disposição, o executivo deve investir muito em conhecer a cultura, política e a economia internacional para evitar cair de pára-quedas quando for incumbido de ir para algum país a trabalho.

"Certamente não dá para dominar tais aspectos de todos os países, mas é importante que o profissional busque informações sobre esses temas constantemente em jornais, revistas e livros e que faça pesquisa antes de ir para região específica. O conhecimento geral, muitas vezes, pode ajudar numa negociação no exterior", justifica.

Outro ponto destacado pelo executivo da H. Stern é buscar caminhos para fazer networking. Sempre que parte em missão para outro país, Hallot leva na sua bagagem uma raquete de tênis. Para ele, o esporte, além de manter a forma, ajuda a criar grupos de relacionamento que, em algum momento, pode ser útil no fechamento de negócios. "É preciso também estar aberto para experimentar a gastronomia internacional. Muitas vezes, recusar determinado prato pode não ser bem visto numa determinada cultura", alerta.

**FORMAÇÃO.** Para Jacqueline Resh, da Resh Consultoria em Recursos Humanos, o executivo deve investir

parte do tempo em especializações que possam somar na experiência no exterior, como uma pós-graduação em relações internacionais. "Além disso, ainda que o inglês seja a língua universal, buscar o conhecimento básico do idioma do país de origem da empresa sempre é válido para tentar compreender determinados regionalismos que costumam ser melhor compreendidos na língua oficial. Buscar um curso de etiqueta internacional também pode ser proveitoso", sugere.

Jô Elias, diretora de comunicação da Nokia Brasil, diz que não sentiu necessidade de buscar um curso de etiqueta, no entanto, antes de viajar costuma seguir a dica de Hallot. A executiva, que está no cargo desde 2005, costuma estudar o panorama do país a ser visitado para agregar o máximo de valor na hora de se relacionar.