

CULTURA CHINESA E ORIENTAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL¹

Jomar Luis Angonese²

Resumo: A República Popular da China tornou-se na última década a parceira preferencial de negócios do Brasil, tomando o lugar dos Estados Unidos da América. Em vista da crescente inter-relação entre estas duas etnias, evidencia-se a premente necessidade de analisar as diferenças culturais e sociais que tão distintamente caracterizam seus povos. Objetiva-se facilitar as relações nas negociações internacionais subsidiando os interlocutores brasileiros com informações sobre a cultura rica e diversificada de seus parceiros asiáticos e seus valores e hábitos. Trata-se de pesquisa exploratória com abordagem de caráter qualitativo, consistindo de pesquisa bibliográfica nas obras nacionais e estrangeiras que abordam o assunto. O resultado apresenta um compêndio instrutivo a ser utilizado pelo negociador brasileiro nas interações transacionais com indivíduos daquela nação.

Palavras-Chave: Negociação internacional. China. Cultura.

1 INTRODUÇÃO

O objetivo geral deste artigo é elaborar uma relação de aspectos para orientação de negociação internacional com a China, considerando a cultura do país. Especificamente, pretende-se neste estudo analisar as características básicas da cultura chinesa (originárias das fases remotas da história da China e ainda presentes no período contemporâneo), compreender elementos que influenciam na negociação internacional e, por fim, propor soluções para assimilar os aspectos culturais e, assim, auxiliar nas negociações.

Tal estudo se justifica pela crescente inter-relação de negócios entre a república brasileira e a República Popular da China. Esta última tornou-se a principal parceira de negócios do Brasil no ano de 2011, desbancando os Estados Unidos da América. Estatísticas da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) ligada ao Ministério da Indústria e Comércio Exterior (MDIC) indicam que os valores totais exportados em 1999 para a China incrementaram de Us\$ 676 milhões para Us\$ 44 bilhões em 2011, neste mesmo intervalo as importações cresceram de Us\$ 865 milhões para Us\$ 33 bilhões, evidenciando a firme consolidação das relações comerciais entre esses atores (MDIC, 2012). A investigação aqui proposta visa esclarecer aspectos relativos à negociação entre os dois países, com intuito de facilitar as relações entre empresas brasileiras e chinesas durante as negociações presenciais ou a distância.

Neste trabalho é utilizada a pesquisa exploratória com abordagem de caráter qualitativo. Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica:

O estudo de caso como uma estratégia de pesquisa pode ser utilizado de modo exploratório (visando levantar questões e hipóteses para futuros estudos, através de dados qualitativos), descritivo

1 Artigo desenvolvido como trabalho de conclusão do Curso de Especialização em Negociação e Relações Internacionais da Univates-RS.

2 Graduado em Administração com ênfase em Comércio Exterior pela Univates-RS.

(buscando associações entre variáveis, normalmente com evidência de caráter quantitativo) e mesmo, explanatório (ROESCH, 1996, p. 147).

A abordagem interpôs-se perfeitamente de acordo com as intenções do estudo. Segundo Gonçalves (2004), o propósito fundamental do estudo de caso é analisar intensivamente certo fenômeno social que pode ser, por exemplo, uma empresa que vem desenvolvendo um sistema inédito de controle de qualidade. Dados de diferentes fontes foram coletados tanto da literatura existente quanto de *sites* da internet.

Tendo em vista a proposta de elaborar um conjunto de orientações para negociação internacional com a China a partir de conhecimentos derivados de sua tradição cultural, propõe-se a abordagem, primeiramente, dos elementos culturais do país e, em seguida, da relação de aspectos considerados relevantes para a negociação internacional. Os referenciais teóricos da pesquisa são expostos ao longo do exame dos temas aqui relacionados.

2 CULTURA CHINESA

Estudiosos definem cultura como a forma de viver estabelecida por grupos humanos e repassada a geração em geração no contexto de organizações sociais, educacionais, religiosas, governamentais e empresariais, envolvendo valores conscientes ou inconscientes (KEEGAN, 2005). É possível reconhecer que:

Culture is too complex to define in simple terms. It seems that each anthropologist has a definition. Certain agreed-on fundamentals, however, appear in this definition by Hoebel: 'culture is the integrated sum total of learned behavioral traits that are shared by members of a society' (TERPSTRA; SARATHY, 1997, p. 112).³

Segundo Rosenbloom (1999) as diferenças entre fatores socioculturais são fatos importantes nas negociações internacionais. Valores culturais, normas de conduta, atitudes e percepções variam enormemente ao redor do globo:

Cultura ou Civilização, tomada em seu sentido etnográfico amplo, é todo aquele complexo que inclui conhecimento, crença, arte, moral, lei, costume e todas demais capacidades e hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade. A condição de cultura, entre as diversas sociedades da espécie humana, na medida que é passível de ser investigada nos princípios gerais, é um tema apropriado para o estudo do pensamento e da ação humana (THOMPSON, 1995, p. 171).

Define-se, portanto, cultura tanto como o aglomerado físico, tangível e observável daquilo que se pode perceber em obras civis e literárias, edificações, atos artísticos, linguagem e música quanto todas as formas de expressão de um povo, assim como os aspectos subjetivos dos costumes, dos valores sociais e de forma de pensamento, tabus e conceitos intangíveis que determinam o comportamento de um dado grupo de indivíduos.

Não há como definir a cultura chinesa sem mencionar suas bases psicológicas e sociais. Nestas, o Confucionismo, o Taoísmo e o Budismo contribuíram em grande escala para formar o que é hoje o fundamento dos valores sînicos. Estes diferem largamente dos ocidentais, pois suas bases ético-sociais não foram montadas por meio de mitos e lendas religiosas impostas ou pelo medo

3 Tradução: "Cultura é um termo muito complexo para definir em termos simples. Parece que cada antropologista tem uma definição. Concorda-se entretanto com certos fundamentos nesta definição de Hoebel: "cultura é a soma integral de comportamentos absorvidos e tratados que são compartilhados por membros de uma sociedade" (tradução do autor).

ou promessas de recompensas pós-morte. Pelo contrário, a cultura chinesa não produziu temática religiosa monoteísta similar à judaico-cristã, e sim evocou um mito de criação cósmica universal, panteísta, cujos valores têm aplicabilidade em todos os temas.

Os chineses consideram a religião sob efeito prático, como um código moral, social e político, seja como meio de adivinhar o futuro, seja para conseguir riqueza e felicidade, e jamais se preocuparam com problemas de metafísica (GIORDANI, 1996). Conforme Kissinger (2011, p. 31):

Os valores predominantes na sociedade chinesa derivam das prescrições de um antigo filósofo conhecido pela posteridade como Kong Fuzi (ou 'Confúcio', na versão latinizada). Confúcio viveu no fim do assim chamado período da Primavera e Outono (770-479 a.C.), numa época de sublevação política que desembocou nos brutais confrontos do período dos Estados Combatentes.

A teoria e os ensinamentos confucionistas formam a base cultural da sociedade chinesa desde o século V a.C., compondo a diretriz do comportamento moral da vida privada e governamental desde então. Defendia a importância da honestidade e da lealdade e instituía os rituais corretos para colocar o homem em sintonia com a natureza e seus semelhantes.

Assim como Maquiavel no ocidente, Confúcio era viajante, pensador e um pregador que se deslocava de principado em principado distribuindo conhecimento. Seu verdadeiro nome era K'iu, nascido no ducado de Lu (no atual Chantong), onde exerceu diversos cargos administrativos (GIORDANI, 1996). Mais preocupado com a ordem e a harmonia do que com guerras e táticas, ansiava por tornar-se conselheiro de algum monarca que lhe oferecesse essa posição. Seus ensinamentos, porém, nunca ofereceram um caminho de curto prazo para o poder e a riqueza. Morreu sem atingir seu objetivo, embora seus ensinamentos fossem difundidos entre seus discípulos.

Entre os princípios confucianos, destacam-se a importância da honestidade e da lealdade. Confúcio declarava que os homens dignos não deveriam servir a soberanos indignos e que a vida poderia ser sacrificada em defesa dos ideais (SPENCE, 1995). Afirmava que os homens tornavam-se mais sábios à medida em que envelheciam e delimitou as etapas deste processo de autoconhecimento. Tais dogmas estruturam ainda hoje os padrões de hierarquia e respeito pelos anciões na China, e em outros países asiáticos nos quais esses ensinamentos se difundiram (GIORDANI, 1996).

Lao-Tse é considerado o fundador do Taoísmo. Há poucos dados sobre sua vida e alguns estudiosos até duvidam de sua existência. A noção de Tao, palavra que significa caminho ou rota, indica o caminho predestinado do homem, sua moral e conduta. O conhecimento do Tao torna o sábio indiferente diante da vida e da morte. O progresso da civilização motivado pela ambição e pela ação dos governos, segundo o Taoísmo, aumenta as crises sociais. O grande remédio, então, é a inércia e o não agir, pretendendo voltar ao estado primitivo da sociedade, deixar a natureza operar e não a eliminar. Os governos devem evitar a instrução do povo, mantendo-o na ignorância, a fim de assegurar a paz e a felicidade do país (GIORDANI, 1996).

O Budismo chinês, após introduzido pelas fronteiras indianas sob o reinado de Ming-Ti (58-76 D.C.), da dinastia dos Han posteriores, tornou-se bem diferente do Budismo tradicional, absorvendo conceitos do Confucionismo e do Taoísmo. Chama-se, então, de Foísmo, proveniente de Fo-Buda, adaptando em lugar do Nirvana a calma e a tranquilidade do espírito e, em lugar da abolição total do desejo, a doutrina do não agir, proveniente do Taoísmo (GIORDANI, 1996).

Quando entrou no seu período moderno (séculos XV e XVI), ao mesmo tempo em que se solidificavam as relações internacionais e a Europa se dissolvia em uma miríade de estados com poderes similares, a China contava com um milênio de burocracia imperial já formada. Constituíam-se no poder hegemônico indiscutível do oriente. Mesmo com tal soberania, nunca se envolveu em contatos prolongados com outros países ou quisera impôr sua influência sobre outros estados. Entretanto, eram estes bem-vindos a visitar e usufruir da superioridade cultural e tecnológica -

exceção aos povos bárbaros seminômades do oeste, como mongóis, manchus, uigures, tibetanos e, mais recentemente, o expansionista Império Russo (KISSINGER, 2011).

Seria pura negligência assumir que as ações desse país, localizado do outro lado deste planeta, não nos afetariam de alguma maneira. Sente-se hoje sua influência por todos os lados, de certa maneira incomodando alguns, trazendo lucro para outros, mas ninguém pode asseverar que não está de alguma maneira relacionado ou afetado pelo poder do gigante vermelho que revoluciona o comércio mundial:

Nos últimos anos a China foi chamada de 'fábrica do mundo', pois passou a concentrar uma parcela significativa de tudo o que é fabricado no planeta. A variedade e os números da produção são impressionantes. Mais da metade dos produtos de informática, DVDs e televisores LCD, sapatos, meias e confecções, oitenta por cento dos insumos de vitamina C e de lâmpadas fluorescentes, um terço do aço e do cimento (SHIN, 2008, p. 25).

Segundo Paul Krugman, renomado autor e colunista do *New York Times*, a China mantém artificialmente sua moeda desvalorizada como mecanismo de impulso à exportação. Com uma reserva cambial de mais de dois trilhões de dólares, intervém no próprio mercado comprando e vendendo dólares para manter sua moeda com valor baixo, para o terror dos estados importadores deficitários com os quais o país negocia, por exemplo, os Estados Unidos, que protocolaram reclamações na Organização Mundial do Comércio (OMC) (KRUGMAN, 2010).

Nas reuniões da OMC da Rodada de Doha, entre os países emergentes, a China tem se mantido distante e desinteressada, uma atitude mais discreta do jogador que está ganhando e obviamente interferindo em todas as negociações. Não há como não considerar o mercado chinês na economia de ordem mundial.

A crescente disputa atual entre a China e os Estados Unidos é fomentada pelas políticas internas desses países. A emergência da China como potência hegemônica na sua região, abrangendo todo o Pacífico, choca-se com os interesses norte-americanos, que esperavam disseminar sua cultura e meio de vida consumista aos países asiáticos, aumentar seus mercados e exercer liderança, porém a China contrabalançou o poder na região (HUNTINGTON, 1997).

Nas últimas três décadas, desde o começo de sua abertura econômica, a China é o país que mais cresce no mundo, mantendo uma taxa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em torno de 9,7% (SHIN, 2008). Em 2010, ultrapassou a Alemanha como terceira economia do mundo e, conforme as projeções do banco *Goldman Sachs*, deverá ultrapassar o Japão em 2015 e os EUA em 2039.

A reforma da economia chinesa começou em 1978 (SHIN, 2008). Com a morte de Mao Zedong, o fracasso do comunismo ao não gerar desenvolvimento e o êxito do Japão capitalista levaram a nova liderança chinesa a se afastar do modelo soviético e a abraçar um modelo de estado que chamam de nova versão do *Ti-Young*, ou seja, capitalismo aberto com autoritarismo, combinado com valorização da cultura tradicional chinesa (HUNTINGTON, 1997).

Segundo os historiadores, a conquista do mundo pela China foi simplesmente postergada do ano de 1421, data muito anterior à descoberta da América por Cristóvão Colombo. Está provado que nessa data os navegadores chineses já dispunham de uma tecnologia eficiente de navegação, de instrumentos como a bússola e cartas náuticas detalhadas, e de navios incrivelmente maiores e superiores aos da esquadra inglesa, portuguesa ou espanhola (MENZIES, 2008): "a frota chinesa possuía o que teria parecido uma vantagem tecnológica intransponível: em tamanho, sofisticação e número de embarcações, faria parecer de brinquedo a armada espanhola ainda por nascer dali a 150 anos" (KISSINGER, 2011).

O grande almirante Zheng He já haveria contornado o cabo da Boa Esperança e atravessado o estreito de Magalhães muito antes dos portugueses, e visitado a América na costa do Pacífico. Mapas daquela data mostram com detalhes a hidrografia sul-americana. Conta a história chinesa que no dia nove de maio de 1421 um raio caiu na cidade proibida, provocando fogo e destruindo o palácio imperial. O imperador Zhu Di tomou isso como um presságio e mudou os rumos das navegações chinesas, desmontando a impressionante frota e isolando o país para o resto do mundo, iniciando sua decadência (MENZIES, 2008).

Analistas comparam a presente ascensão da China à da Alemanha imperial no final do século XIX. O Ocidente, por não entender como o modelo de cultura confucionista da China influencia as relações internacionais, baseado na hierarquia de poder que difere muito do sistema keynesiano liberal, sofre muito nas negociações e está em desvantagem por não conseguir se impor ante a resolução e a inteligência orientais (HUNTINGTON, 1997).

O discurso do dirigente chinês Hu Juntao no 17º Congresso do Partido Comunista, realizado em outubro de 2007, conseguiu seu objetivo de aprovar a doutrina de crescimento batizada de “Perspectiva Científica do Desenvolvimento”, que, apesar do título obscuro, tem por diretriz trazer o desenvolvimento de uma forma sustentável, eliminando as desigualdades entre pobres e ricos, cidades e campo, e entre as regiões do país. O objetivo é colocar o cidadão chinês em primeiro lugar em meio ao crescimento econômico explosivo. Entretanto, as camadas sociais mais abastadas e o empresariado têm como prioridade o lucro e o fazer mais negócios. Esta diferença de mentalidade deve gerar fatos conflitantes no futuro próximo (SHIN, 2008).

Podemos comparar o desenvolvimento chinês com a revolução industrial inglesa, como se o país houvesse agora descoberto os processos produtivos em série, a tecnologia, somados à inexistência quase total de direitos trabalhistas e o excesso de mão de obra barata, os conceitos taylorianos e fordistas de produção, e houvesse acumulado por todo esse tempo uma energia potencial que, acionada, gerou uma explosão de crescimento, virando a economia mundial às avessas, como aconteceu durante a Revolução Industrial.

Somando a isso, a outra série de fatores como o perfil cultural do povo, acostumado à hierarquia confucionista e não consciente dos seus direitos universais pelo bloqueio de informações externas, exercido pelos seus dirigentes, fonte abundante de trabalhadores num regime de semiescravidão, acesso facilitado a matérias-primas, estrutura de logística sabiamente fomentada pelo estado, que está sabendo gerir os recursos em mais qualidade de fatores facilitadores de produção como estradas, portos, energia e habilidade de atrair capital estrangeiro para investir no Estado. São vetores convergentes para um fim comum, que é empurrar o Estado para o primeiro mundo de qualquer maneira, custe o que custar.

Há pontos negativos dessa expansão, como o custo para o meio ambiente. A China recusa-se a assinar os vários tratados de preservação ambiental e de redução de emissões gasosas. E os possíveis conflitos pela política econômica de desvalorização do Yuan frente às outras moedas serão deixados para mais tarde, quando os objetivos forem alcançados.

Em suma, podemos sentir o poder do grande país do oriente por todos os lados: no impacto em nossos produtos e exportações, na importação, no preço da moeda estrangeira, na cultura e na informação, nos conflitos e nas disputas. Diante de tal cenário, importa refletir sobre a negociação internacional, a fim de elaborar orientações para a sua execução.

3 NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL

Uma negociação é o processo de comunicação na qual se tenta obter aprovação, acordo ou atitude de uma outra parte contendora. Em virtude das ações diárias, estamos negociando o dia inteiro, por vezes sem perceber, nas relações sociais, familiares, trabalhistas e amorosas:

Some of those many daily negotiations are trivial and may not deserve care and conscious thought. But many do. People rarely realize they are negotiating. They think they are just talking or maybe not even talking, but reading each other's body language and nonverbal signals and responding (LEWICKI, 2006, p. 1).

Ainda segundo Martinelli, Ventura e Machado (2004), negociação é um campo de conhecimento e empenho que visa à conquista de pessoas de quem se deseja alguma coisa. A negociação internacional não difere da negociação doméstica, a não ser em se levando em consideração as diferenças de linguagem, de cultura e concernentes aos trâmites e regras internacionais.

A negociação internacional, segundo Lall (1966, p. 5):

[...] is the process of consideration of an international dispute or situation by peaceful means, other than judicial or arbitral process, with a view to promoting or reaching among the parties concerned or interested some understanding, amelioration, adjustment, or settlement of the dispute or situation.⁴

Basicamente as negociações internacionais diferem das negociações domésticas nas diferenças culturais (como língua, normas, valores e práticas sociais), nas peculiaridades dos sistemas jurídicos (como fundamentos de direito e das regulamentações) e nas disparidades entre os sistemas político-administrativos (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004).

4 NEGOCIAÇÃO COM CHINESES

As diferenças que caracterizam as negociações com chineses e com outros povos asiáticos é que, enquanto cada mercado produz bons negociadores, na Ásia estes se apresentam em maiores proporções, em função da cultura e do ambiente de negócios. Chineses e outros povos asiáticos possuem, em sua formação como seres humanos, uma predileção pela barganha e pela negociação muito maiores do que outras culturas (NIXON, 2005). Pode-se considerar que:

In Asia, most consumers shop with their children in variable-price markets. In these markets, price – along with everything else – must be negotiated. As a result, children in Asia learn from their earliest days that better negotiators are rewarded with better returns and that some people are better negotiators than others (NIXON, 2005, p. 14).⁵

Os chineses e outros povos asiáticos consideram que a sua situação econômica é um produto da cultura asiática, casada com o capitalismo competitivo ocidental, tornando-o superior ao Ocidente pelos contrastes da cultura basicamente confuciana, hierárquica, responsável por esse êxito. Ordem, disciplina, família, responsabilidade, trabalho duro, coletivismo, abstinência e a primazia dos

4 Tradução: “Negociação internacional é o processo de consideração de uma disputa ou situação internacional por meios pacíficos em alternativa a processos judiciais ou arbitrais, com vias a promover entre as partes envolvidas ou interessadas algum entendimento, melhoramento, ajustamento ou acordo” (Tradução nossa).

5 Tradução: “Na Ásia, a maioria dos consumidores fazem compras com suas crianças em mercados de preços negociáveis. Nestes mercados, o preço, bem como todo o resto, deve ser negociado. Como resultado, as crianças na Ásia aprendem desde seus primeiros dias que bons negociadores são recompensados com bons resultados e que algumas pessoas são melhores negociadoras do que outras” (Tradução nossa).

interesses do grupo sobre os do indivíduo são valores menos importantes no Ocidente do que no Oriente.

Os chineses tendem a pensar na evolução de suas sociedades em termos de séculos e milênios e a priorizar os ganhos a longo prazo, mantendo a tradição e a cultura, valores muito diferentes dos ocidentais. Eles estudam seu oponente, estabelecem seu perfil de negociação e exploram ao máximo suas fraquezas com uma insistência e perseverança tipicamente orientais, levando ao desespero os negociantes ocidentais.

As dificuldades do Brasil em vender mais produtos para a China passam também pela existência de profundas diferenças culturais de língua, de hábitos e de costumes entre os dois países. Mesmo assim, vem crescendo bastante o aprendizado da língua chinesa mais utilizada, o mandarim. Observa-se uma demanda crescente por cursos de mandarim por parte dos brasileiros, tanto por razões profissionais quanto por interesses culturais (SHIN, 2008).

De acordo com a classificação das dimensões de cultura de Hofstede (*apud* LEWICKI; SAUNDERS; MINTON, 2002), o executivo chinês tem geralmente moderada distância do poder, necessitando da aprovação do topo da cadeia de comando. Está mais propenso ao coletivismo do que ao individualismo, possui feminilidade moderada, preocupando-se com a família e com as relações, e tem grande aversão ao risco.

Nas preliminares às negociações, vale observar a etiqueta, a pontualidade e os costumes chineses antes de sentar-se à mesa. A troca de presentes é uma tradição forte entre os asiáticos: geralmente é convenção do visitante presentear o visitado (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004). Deve-se observar, portanto, o protocolo e os costumes. Para cada ano do calendário lunar chinês associa-se uma cor e um animal, o que pode ser utilizado na hora de escolher um presente. Não se deve, em hipótese alguma, por exemplo, presentear com relógios, considerados de mau agouro pelos chineses. A cor branca também não é do gosto dos asiáticos e simboliza a morte.

Deve-se, de toda maneira, evitar confrontos e manter a polidez no trato e moderação dos gestos (SEBBEN, 2005). A expectativa do primeiro encontro é uma troca de impressões, sem pressa de chegar aos objetivos.

Os chineses estão se aperfeiçoando no idioma inglês, mas são raros os que conseguem expressar-se fluentemente nessa língua. Deve-se estar atento para erros de interpretação e mal-entendidos. Intrépidos negociantes aventuram-se mesmo assim em todos os países e, se necessário, comunicam-se por gestos ou com o auxílio de algum intérprete. Já é sabido que, quando culturas se encontram e não utilizam linguagens comuns, o inglês é o idioma padrão no mundo dos negócios (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004).

Os estrangeiros que vão à China negociar, raramente podem relatar isso como uma experiência agradável. Os chineses costumam prender-se de maneira muito rígida a sua agenda, tentando desviar os outros de seus objetivos, de variadas maneiras. Negociam sempre em grupo, depois comparando ideias entre si (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004).

O chinês mais velho presente a uma reunião, mesmo que silencioso e acabrunhado, deve ser objeto de respeito e a ele as atenções devem ser dirigidas (SEBBEN, 2005). Obedecendo à cultura hierárquica confuciana, geralmente a pessoa mais velha no recinto detém o maior poder. Os chineses são hábeis negociadores, fazem negócios com outros povos há mais de 5000 anos, e sua cultura de negociação foi acumulada ao longo desse período:

The age of negotiators is an important factor in Asia. Since respect for elders is part of the Confucian belief, senior family members feel they have the right to tell their off-spring what to do, and often

do so. This extends into the business world, where it can be expected that older family members will impact on negotiations (NIXON, 2005, p. 8).⁶

As decisões nas negociações com chineses, raramente serão tomadas durante as reuniões, e sim posteriormente discutidas entre eles e relatadas à outra parte somente quando estiverem solidificadas (SEBBEN, 2005). As decisões têm orientação de longo termo, justificando a demora na evolução:

Another difference between Western and Eastern cultures that is often referred to, relates to how people see themselves. In Asia, people tend to define themselves in terms of the group which they are associated. This perception extends to their decision-making style, so that Asia negotiators will tend to check with everyone in the group before taking a decision (NIXON, 2005, p. 5).⁷

O negociador deve evitar os assuntos políticos com os chineses, afinal, o regime chinês é o socialista e, tanto visitando seu país quanto recebendo visitantes chineses, este assunto não trará nenhum benefício à negociação. Muitos negócios na China são realizados em restaurantes. Se os brindes, comuns na China, estenderem-se pela noite adentro, a saída é pedir água, o que é educado. Não se deve perder o controle nem mesmo durante as confraternizações nesse país.

Os chineses costumam alternar posturas rígidas com flexibilidade e deve-se saber jogar igualmente com essa dicotomia (SEBBEN, 2005). São apreciadores da pontualidade e valorizam o tempo gasto nas negociações. Neste caso, a paciência é grande aliada de quem está negociando com chineses. Eles costumam insistir longamente em descontos e privilégios concedidos, utilizando artimanhas e armadilhas. Tomam notas do que foi comentado na reunião, para depois usá-las a seu favor. É um jogo ideal para quem for astuto e paciente, mantendo a fleuma e a elegância.

Tempo não é a variável mais importante para os chineses, que não têm receio em prolongar as negociações pelo período que julgarem necessário, sempre em busca de mais informações, consideradas verdadeiramente relevantes para as negociações. Nesse conceito, os chineses entram em conflito com os ocidentais e com sua premissa de que tempo é dinheiro:

In Western societies, negotiation may tend to become quite heated (for example, 'either we stop now or we go ahead'), whereas in Asian negotiations the tendency would be to look for a solution that lies between the two extremes, for example, the 'go slow' option (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004, p. 12).⁸

Recentemente, com o advento da tecnologia da internet, gangues chinesas desenvolveram golpes para atrair os mais incautos a serem ludibriados com promessas de negócios de grandes proporções. Ambiciosos por grandes lucros em quantidades espetaculares são facilmente atraídos a perder tempo, viagens e grandes quantidades de dinheiro, com o agravante de essas promessas

6 Tradução: "A idade dos negociadores é fator importante na Ásia. Desde que o respeito pelos mais idosos faz parte do pensamento confuciano, os membros mais velhos das famílias sentem-se no direito de dizer aos seus descendentes o que fazer, e seguidamente o fazem. Isso estende-se ao mundo dos negócios, em que se espera que os membros mais maduros da família terão impacto relevante nas negociações" (Tradução nossa).

7 Tradução: "Outra diferença entre culturas Orientais e Ocidentais que é seguidamente mencionada, refere-se á como as pessoas se enxergam. Na Ásia, as pessoas tendem a se definir em termos do grupo ao qual estão associadas. Esta percepção estende-se ao seu estilo de decisão, de maneira que negociadores asiáticos tendem a consultar com todos no grupo antes de tomar uma decisão" (tradução nossa).

8 Tradução: "Nas civilizações ocidentais, a negociação pode tornar-se bastante aquecida (por exemplo, 'ou paramos agora ou vamos em frente') enquanto nas negociações asiáticas a tendência seria olhar para uma solução que se situa entre os dois extremos, por exemplo, a opção de 'ir devagar' (tradução nossa).

serem facilmente identificáveis: trata-se sempre de intenção de compra de vários contêineres de mercadoria, sem a exigência de amostras ou garantias por parte do vendedor e a exigência de deslocar-se até a China para celebrar o “contrato”. Similar ao golpe da Nigéria, o viajante ansioso perde seu dinheiro e seu tempo, na melhor das hipóteses.

O viajante chinês necessita de visto de entrada no Brasil, o que é da competência dos consulados brasileiros na China. Necessita-se enviar aos visitantes uma carta, com firma reconhecida em cartório, da empresa brasileira que irá receber a comitiva, contendo os nomes das pessoas e da empresa chinesa, para ser apresentada no consulado, permitindo a emissão do visto. Observa-se que chineses querendo emigrar para o Brasil ou simplesmente adentrar o território para negócios escusos pedem a carta e depois nunca aparecem na empresa requisitante.

Apesar de não se tratar de povo religioso, mas de natureza geralmente ateuista, os chineses são profundamente supersticiosos. Existem vários mitos pertencentes à cultura chinesa, variando de região a região. Também os aspectos do Feng-Chui, a arte taoísta milenar chinesa de harmonizar o equilíbrio com a natureza, são observados pelo povo chinês e podem ser utilizados na fabricação de produtos para esse mercado.

5 CONCLUSÃO

Para os asiáticos orientais, como os chineses, seu sucesso é resultado de uma diferenciação de cultura em relação ao Ocidente, que sobrepõe a coletividade em detrimento ao individualismo típico ocidental. No seu nível mais abrangente, que engloba toda sociedade, a hierarquia se manifesta nos preceitos éticos como disciplina, lealdade e diligência, que servem de força motriz para o desenvolvimento econômico e social (HUNTINGTON, 1997).

Convém ao negociador internacional estar a par das informações relativas à cultura e aos valores dessas etnias como forma de diferenciação e vantagem no competitivo mundo dos negócios. A observância e o cumprimento das regras e costumes sociais em oportunidades de negociações e resolução de conflitos variados geram empatia entre as partes e benefício nas contendas.

Concluindo esta análise, não seria exagerado asseverar que os ramos variados de conhecimentos concernentes a uma determinada etnia fazem-se obrigatórios no portfólio do agente interessado em travar relações de natureza comercial com povos detentores de uma cultura rica e diversa como a chinesa. Aprofundar estudos em sua história, geografia, direito civil e relações internacionais outorgam ao negociador um perfil diferenciado e vantagens à mesa de negociação.

REFERÊNCIAS

GONÇALVES, Carlos Alberto. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

GIORDANI, Mário Curtis. **História da Antiguidade Oriental**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1996.

HUNTINGTON, Samuel. **O choque das civilizações e a recomposição da ordem mundial**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

KEEGAN, Warren Jr. **Marketing Global**. São Paulo: Prentice Hall, 2005

KISSINGER, Henry. **Sobre a China**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

KRUGMAN, Paul. Flexibilização da China é enganação. **New York Times**, 25 de junho de 2010.

LALL, Arthur. **Modern International Negotiation**. Columbia University, USA, 1966

LEWICKI, Roy. **Mastering Business Negotiation, A working guide to making deals & resolving conflict.** São Francisco, USA: Willey, 2006.

LEWICKI, Roy J.; SAUNDERS, David M.; MINTON, John W. **Fundamentos de Negociação.** Porto Alegre: Bookman, 2002.

MARTINELLI, Dante; VENTURA, Carla A. A.; MACHADO, Juliano R. **Negociação Internacional.** São Paulo: Atlas, 2004.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Disponível em: <www.mdic.gov.br//sitio/interna/interna.php?area=5&menu=3385&refr=576>. Acesso em: 24 abr. 2012.

MENZIES, Gavin. **1421: O ano em que a china descobriu o mundo.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

NIXON, Peter. **Mastering Business in Asia.** Singapore: John Wiley & Sons, 2005.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração:** guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão de curso. São Paulo: Atlas, 1996.

ROSEMBLOOM, Bert. **Marketing Channels – A management view.** Orlando, Fl.-USA: The Dryden Press, 1999.

SEBBEN, Andréa. **Os Nortes da Bússola:** Manual para conviver e negociar com culturas estrangeiras. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2005.

SPENCE, Jonathan D. **Em busca da China moderna:** quatro séculos de história. São Paulo: Companhia das Letras, 1995

TERPSTRA, Vern. SARATHY, Ravi. **International Marketing.** Orlando, Fl.- USA, The Dryden Press, 1997.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

SHIN, Wong, K. **A China explicada para brasileiros.** São Paulo: Atlas, 2008.