

OBSERVADOR

Erin Meyer diz que portugueses só aguentam até 2,5 segundos de silêncio em conversas

Meyer exemplifica como as diferenças culturais podem afetar as relações no mundo empresarial.

Contrariamente aos portugueses, os chineses aguentam confortáveis em silêncio num diálogo até 10 segundos.



A académica Erin Meyer, autora do livro *The Culture Map* (O Mapa Cultural), disse esta quarta-feira que, em média, os portugueses aguentam 2,5 segundos de silêncio até ficarem desconfortáveis, ao passo que outras culturas podem chegar aos 10.

“Se compararmos Portugal com a China, em Portugal podemos aguentar ficar confortáveis com os silêncios até dois segundos e meio num diálogo, e a mesma investigação mostrou que na China as pessoas podem ir a oito ou até 10 segundos sem pressentir que está a ocorrer algo de anormal”, disse esta quarta-feira Erin Meyer na QSP Summit, na Exponor, em Matosinhos (distrito do Porto).

Falando na sessão de abertura do evento na Exponor, a autora de *The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business*, de 2014, (O Mapa Cultural: Rompendo as Barreiras Invisíveis dos Negócios Mundiais, numa tradução livre) apresentou vários exemplos de como as diferenças culturais podem afetar as relações no mundo empresarial.

A professora na INSEAD em Paris ilustrou que nalgumas culturas, se “permanecer calada durante alguns segundos, é provável que interprete esse silêncio como algo negativo, indicando **zanga ou aborrecimento**, mas noutras “esse mesmo silêncio pode ser interpretado como algo bastante positivo”, em que alguém pode ser “**bom ouvinte**” ou estar “**a pensar com cuidado**”.

De acordo com um gráfico mostrado fruto de uma sua investigação recente, **o Japão, Tailândia, Coreia do Sul, China, Finlândia ou Indonésia estão na ponta das culturas mais confortáveis com o silêncio** e, na ponta oposta, estão países como Itália, Estados Unidos, França, Espanha, Reino Unido, México, Portugal e Brasil.

Na sua apresentação desta quarta-feira, Erin Meyer abordou ainda temas distintos da cultura empresarial em vários países, focando-se sobretudo em como esta varia em assuntos como **dar ou receber *feedback* negativo** ou na forma **como são vividas as reuniões de trabalho** e interpretadas as suas conclusões.

Segundo dados apresentados pela autora, os países com uma cultura empresarial que tende a dar *feedback* negativo de forma mais direta são os Países Baixos, a Rússia, a Alemanha, a Dinamarca, a Polónia ou França.

Já na ponta oposta, em que o *feedback* negativo é dado de forma mais indireta, estão países como o Japão, Tailândia, Coreia do Sul, Colômbia, México ou Arábia Saudita.

Quanto às reuniões de trabalho, é necessário dar mais contexto sobre as conclusões e operacionalização de tarefas em países como a China, Japão, Coreia do Sul, Tailândia ou Etiópia, e menos contexto em culturas como a dos Estados Unidos, Austrália, Países Baixos, Alemanha, Canadá ou Nova Zelândia.

“Numa cultura de menos contexto, enquanto estamos a comunicar, assumimos que temos um nível reduzido de pontos de referência, de conhecimentos e informação”, o que privilegia a comunicação “explícita, simples e clara”.

Pelo contrário, numa cultura de elevado contexto, “assumimos que temos um conjunto alargado de referências partilhadas”, em que a boa comunicação é entendida como sendo baseada em “nuances ou sendo implícita”, realizando-se também através de camadas de entendimento.

De acordo com a autora, quando as diferentes culturas se encontram, há **diferentes perceções sobre o que é interpretado e esperado das reuniões**, sendo assumido automaticamente por uns de acordo com o decorrer dos acontecimentos e de se “ler a sala”, mas tal não acontecendo noutras culturas, em que por vezes é necessário escrever as conclusões por escrito.

A QSP Summit arrancou oficialmente na terça-feira no Porto e prossegue até quinta-feira na Exponor, em Matosinhos, tendo este ano como lema “The New Strategic Drivers” (Os Novos Motores Estratégicos), propondo “reflexão sobre os motores estratégicos que estão a transformar as organizações – da cultura à tecnologia, passando pela estratégia, pessoas, comunicação, educação, performance e até ética”.