

Jeitinho Brasileiro, Controle Social e Competição por Prestes Motta (1999)

O jeitinho brasileiro é o típico processo por meio do qual alguém atinge um dado objetivo a despeito de determinações contrárias, como leis, ordens, regras, etc, assumindo, portanto, uma faceta de controle social e de competição. Prestes Motta (1999) irá analisar neste artigo como o jeitinho brasileiro se processa, tanto a partir de uma perspectiva histórica, quanto psicológica.

Começando, ele afirma que "no Brasil, os interesses pessoais são tidos como mais importantes do que os do conjunto da sociedade, ocasionando falta de coesão na vida social brasileira" (p. 7). Nossas elites fizeram inicialmente o uso do "cunhadismo" (através do casamento tornar toda a tribo de silvícolas parentes, obrigando-os a cooperar com o extrativismo vegetal em nome do vínculo consanguíneo) para exercer o seu domínio. Esse tipo de dominação cordial e aparentemente igualitária (RIBEIRO, 1995 *apud* MOTTA, 1999) terá profunda influência na formação das relações sociais brasileiras. De certa forma, ainda somos uma sociedade de clãs, na qual os laços de parentesco, verdadeiros ou assumidos, e as relações pessoais são mais determinantes que as estruturas hierárquicas formais ou que a cidadania igualitarista como em outras sociedades (EUA, por exemplo).

Em suma, relações paternalistas com envolvimento, ao mesmo tempo, cordiais e afetivos e autoritários e violentos, vão se repetindo em nossa história, ao mesmo tempo em que temos uma aversão aos rituais sociais que explicitam as diferenças entre as pessoas, deixando claras a hierarquia a que estão submetidas e a desigualdade das relações sociais (p. 8). Se anteriormente havia uma justificativa geográfica à circunscrição familiar no meio

rural, essa mentalidade do público pelo privado e do Estado pela família se difunde nas cidades a partir do processo de urbanização (HOLANDA, 1973 *apud* MOTTA, 1999).

Some-se a este fato histórico, o formalismo que caracteriza a sociedade brasileira e que é apontado como a raiz estrutural do jeitinho. Para Riggs (1964 *apud* MOTTA, 1999), o formalismo é a diferença entre a conduta correta e a norma vigente, sem que essa diferença implique numa punição para o infrator da norma. Esse formalismo é decorrente do fato de as sociedades em desenvolvimento se verem forçadas ou compelidas, em seu relacionamento com as sociedades desenvolvidas, a adotarem estruturas formais condizentes com o esperado por essas sociedades desenvolvidas. O jeitinho brasileiro é o genuíno processo de uma pessoa atingir objetivos a despeito de determinações outras como leis, normas, regras, ordens, etc, ele é usado para burlar as determinações que se levadas em conta acabarão por inviabilizar a ação pretendida. "Diferente da corrupção, a concessão do jeitinho não é incentivada por nenhum ganho monetário ou pecuniário. A pessoa que dá o jeitinho não recebe nenhum ganho material ao concedê-lo" (p. 9). Ele se dá quando há uma reinterpretação da ação pretendida de forma a privilegiar a peculiaridade da situação, de forma que o pessoal passa a ser mais importante que o universal (a regra, a lei, etc).

Além disso, o jeitinho seria o contrário do "sabe com quem está falando?", pois mascara as desigualdades e as diferenças, já que o *status* da pessoa que solicita não é levado em consideração (p. 10). Enfim, é uma forma particular de se resolver problemas sem a alteração do *status quo*, pois não se questiona ou se altera a ordem estabelecida e, portanto, tem um claro caráter de controle social. Sendo, seis os controles sociais:

1. controle organizacional (pela máquina burocrática);
2. controle de resultados (pela competição econômica);
3. controle ideológico (pela manifestação de adesão);
4. controle do amor (pela identificação total ou expressão de confiança);

5. controle pela saturação (um texto repetido indefinidamente);
6. controle pela dissuasão (um aparelho de intervenção) (Enriquez, *apud* MOTTA, 1999).

Para Prestes Motta, os controles pela competição econômica e pela identificação total são os mais importantes na compreensão do jeitinho. A competição econômica tem como seu fundamento o sucesso e aí está a sua relação com o jeitinho, conseguir o resultado. O controle pela identificação total se dá por dois tipos de discurso amoroso: o fascínio (que está perto da hipnose) e a sedução (p. 11).

O fascínio trata da fusão amorosa com o ser fascinante, onde o indivíduo perde suas referências habituais, indo além de si próprio e anunciando a boa nova: o sonho de cada um pode ser realidade, já que todos podem ser deuses como o ser fascinante. Ao mesmo tempo, o sedutor está consciente de que a sedução é parte da mentira e o seduzido sabe que o objetivo dessas palavras é tão somente apaziguá-lo, mas quem é sedutor senão aquele que enlouquece o outro; que desperta a sua perdição de corpo e espírito?

É por isso que no que diz respeito ao jeitinho brasileiro, solicitante e concedente competem com o Estado, o ser fascinante, seja ao burlar a norma como pretende o primeiro, seja ao avaliar a subversão da norma como faz o segundo. Ao mesmo tempo, solicitante e concedente competem entre si, um usando o poder da sedução, e o outro, o da autoridade (p.12).

Referências:

MOTTA; Fernando C. P.; Jeitinho brasileiro, controle social e competição; **RAE - Revista de Administração de Empresas; vol. 39;** pp. 6-12; jan./mar 1999.