

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – PPGCSO

DISCIPLINA: TÓPICOS ESPECIAIS EM CIÊNCIA POLÍTICA 1: CLIENTELISMO POLÍTICO EM PERSPECTIVA COMPARADA

PROF. MARTA MENDES DA ROCHA

EMENTA: A disciplina aborda o clientelismo como conceito e prática política, em perspectiva comparada, com ênfase especial aos casos brasileiro e latino-americano. Considerando a grande adaptabilidade do clientelismo aos diferentes contextos políticos, econômicos e socioculturais, a disciplina pretende: (1) discutir sua especificidade frente a outros conceitos e práticas como a patronagem, o personalismo, o coronelismo e o mandonismo; (2) os fatores que explicam a sua permanência em contextos de democracia e desenvolvimento econômico; (3) a forma como o clientelismo se combina às instituições democráticas, com ênfase nos partidos políticos; (4) a manifestação do fenômeno no nível local; e (5) suas consequências no que se refere às relações entre cidadãos, grupos sociais e agentes públicos, às relações entre público e privado, ao acesso a direitos, à transparência nas instituições públicas e aos resultados econômicos em sociais.

A disciplina será ministrada com base em aulas expositivas e seminários. A avaliação consistirá na elaboração de um artigo e na apresentação de seminários orais.

Bibliografia

PIATTONI, S. (Ed.). Clientelism, interests, and democratic representation. New York: Cambridge University Press, 2001. p. 193-212.

KITSCHOLT, Herbert e WILKINSON, Steven (Ed.). (2007). Patrons, clients and policies: patterns of democratic accountability and political competition. Cambridge University Press.

HICKEN, Allen. "Clientelism". Annu. Rev. Polit. Sci. 2011.14:289–310.

HILGERS, Tina. "Clientelism and conceptual stretching: differentiating among concepts and among analytical levels". Theor Soc (2011) 40:567.

HILGERS, Tina. (2009). "Who is Using Whom? Clientelism from the Client's Perspective," Journal of Iberian and Latin American Research, 15(1): 51-76

KITSCHOLT, H. (2000). Linkages between citizens and politicians in democratic polities. *Comparative political studies*, v. 33, n. 6/7, p. 845-879.

CALVO, Ernesto e MURILLO, Maria Victoria. (2004). "Who Delivers? Partisan Clients in the Argentine Electoral Market". *American Journal of Political Science*, Vol. 48, No. 4, October 2004, Pp. 742–757.

CALVO, Ernesto e MURILLO, Maria Victoria. (2007). "How Many Clients does it take to win an election? Estimating the Size and Structure of Political Networks in Argentina and Chile". October 2007 (mimeo).

LEAL, Vitor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1975.

CARVALHO, José Murilo de. *Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: Uma Discussão Conceitual*. Dados [online]. 1997, vol.40, n.2 [citado 2013-08-06] .

BEZERRA, M. O. (1999). *Em nome das "bases": política, favor e dependência pessoal*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.

CARVALHO, Nelson Rojas (2003). *E no Início eram as Bases: Geografia Política do Voto e Comportamento Legislativo no Brasil*. Rio de Janeiro, Ed. Revan.

ÁVILA FILHO, Paulo M., LIMA, Paulo Cesar G. S; JORGE, Vladimir L. (2011). "Produção legislativa e intermediação de interesses: uma análise das Indicações na Câmara Municipal do Rio de Janeiro". 35º Encontro Anual da Anpocs. GT 10 – Estudos Legislativos

KUSCHNIR, Karina. 1993. *Política e mediação cultural: um estudo da Câmara Municipal do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Universidade Federal do Rio de Janeiro.

KUSCHNIR, Karina. 1995. *Em troca do mandato: a relação entre vereadores e seus eleitores*. *Comunicações PPGAS*, Rio de Janeiro, n. 5, p. 61-84, mar.