

CLIENTELISMO: UM DEBATE CONCEITUAL

Aluna: Sara Ester Dias Zarucki Tabac

Orientador: Paulo d'Avila Filho

Introdução

A pesquisa que estamos desenvolvendo é sobre a Câmara Municipal do Rio de Janeiro. No início do trabalho empírico, no entanto, percebi a minha grande dificuldade em operar com conceitos frequentemente relacionados às práticas políticas realizadas pelos vereadores em suas relações com seus eleitores, caracterizadas, muitas vezes, como clientelistas. Esta percepção gerou uma incursão, acompanhada do orientador, em uma literatura especializada, de modo que a pesquisa voltou-as para uma inflexão mais teórica.

Objetivos

Ao longo do estudo, foi possível perceber que a dificuldade em tratar determinados conceitos é, em parte, proveniente do fato de que são frequentemente confundidos. Nota-se a enorme confusão predominante entre as definições de alguns conceitos clássicos como o de coronelismo, mandonismo, patrimonialismo e clientelismo, inclusive na bibliografia existente sobre esses temas na área de ciências sociais (1). O objetivo do mergulho teórico foi realizar uma análise mais profunda das diferentes perspectivas de abordagem do conceito de clientelismo, considerado pela pesquisa como um sistema de troca política assimétrica, a fim de distingui-lo de formas correlatas, mas não idênticas de troca política.

Metodologia

A metodologia constou de leitura e análise comparada de uma literatura pertinente ao entendimento dos conceitos acima referidos, tendo como eixo as mudanças na abordagem do conceito de clientelismo.

Resumo

O conceito de clientelismo não se confunde, mas engloba os conceitos acima referidos. As abordagens do conceito de clientelismo, no entanto, se diferenciam bastante. Desde uma perspectiva mais tradicional que o relaciona à resquícios de atraso até sua identificação como um fenômeno moderno.

Para Edson Nunes (2), o clientelismo é caracterizado como marca do atraso. No caso do Brasil, está relacionado com traços de relações não capitalistas e aparece interligado a redes personalistas, relações pessoais, presentes em países de capitalismo periférico.

Sob uma outra perspectiva, Eli Diniz (3) analisa os aspectos da Máquina Chaguista, do Rio de Janeiro de 1970 e observa características regulares entre as Máquinas Políticas. Dentre elas, está o clientelismo, apresentado como um sistema de trocas políticas realizado em grande escala nas democracias de massa. A rede clientelista, nestes contextos, possui um diferencial importante, pois não abrange somente certos grupos específicos de interesse, o desafio é mais macro. A autora

procura mostrar assim, que a prática clientelística extrapola, abordando um maior número de pessoas presentes em toda a estrutura da máquina, permitindo que as trocas sejam aprimoradas e perpetuadas por um longo tempo.

Luís Henrique Bahia (4) abrange sob um outro ponto de vista o assunto, realizando uma abordagem mais histórica sobre o tema. Nota que o clientelismo, caracterizado já como um sistema de trocas assimétricas, existia desde a Grécia Antiga. No modelo que encontramos hoje, sob o fenômeno político moderno está presente desde o século XIX e se consolidando com o sufrágio universal. Essa nova leitura, adotada por Bahia, permite observar o fenômeno do clientelismo, não como uma característica predominante em sociedades atrasadas, mas endógenamente pertencente ao mundo moderno.

O último trabalho analisado, foi de Paulo d'Avila (5) que parte de uma perspectiva mais atual ao observar o fenômeno, relacionando-o ao debate presente sobre a democracia. O autor considera o clientelismo sob uma perspectiva semelhante a apresentada por Bahia, ao defender que as práticas clientelísticas estão presentes em todas as sociedades. O ponto peculiar apresentado, no entanto, está relacionado à associação das práticas clientelísticas aos mecanismos elementos de participação política.

Conclusão

Quando demos início ao estudo sobre câmara municipal, notamos que tão importante quanto analisar sua estrutura interna, é analisar a natureza das relações entre a vereança e seus potenciais eleitores, entre elas as relações de troca clientelistas, trocas entre patronus e cliente. Logo, ao focar nesse ponto, notei que a importância vital de se estudar e diferenciar o conceito de clientelismo é essencial para a continuidade da pesquisa, pois esta presente na política municipal.

Referências:

- 1-CARVALHO, José Murilo. (1999), *Mandonismo, coronelismo, clientelismo; uma discussão conceitual* in **Pontos e Bordados: escritos de história e política**, Belo Horizonte ed. UFMG
- 2 – NUNES, Edson. (1999), **A gramática política no Brasil**, Rio de Janeiro ed. Jorge Zahar.
- 3 – DINIZ, Eli (1982), **Voto e máquina política: Patronagem e Clientelismo no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro ed. Paz e Terra.
- 4- BAHIA, Luiz Henrique Nunes. (2003), **O poder do clientelismo: raízes e fundamentos da troca política**. Rio de Janeiro; São Paulo: Renovar.
- 5- D'AVILA, Paulo et alli (2004). **Acesso ao Poder. Clientelismo e Democracia: Descontruindo uma dicotomia**. IN: Democracia a Novas Formas de Participação Política, Revista Civitas, Revista de Ciências Sociais, Porto Alegre, Volume 4,n.2, Julho-Dezembro de 2004.