

CLIENTELISMO POLÍTICO

Patrícia de Oliveira Lima

Universidade Federal Rural do Semi Arido UFRSA – Mossoró RN E-mil pattlima@bol.com.br

Renata Nayhara Lima

Universidade Federal Rural do Semi Arido UFRSA – Mossoró RN E-mil renatanayhara@yahoo.com.br

Labib Santos Duarte

Universidade Federal Rural do Semi Arido UFRSA – Mossoró RN E-mil labib_duarte@yahoo.com.br

Andréa Zilá Barroso de Souza

Universidade Federal Rural do Semi Arido UFRSA – Mossoró RN E-mil andreazila@hotmail.com

Ludmila Bêliche Alves Costa

Universidade Federal Rural do Semi Arido UFRSA – Mossoró RN E-mil ludmilabelliche@yahoo.com.br

RESUMO: Entende-se pelo termo clientelismo político, a utilização de órgãos públicos com a finalidade de prestação de favores, em detrimento da grande maioria da população, tendo como objetivo amarrar politicamente, à custa de votos ou dinheiro, o beneficiado. É prática comum na política Brasileira desde o século XIX, apresentando-se como uma porta da corrupção política, das irregularidades e do uso da "máquina administrativa" com finalidades perversas e os prejudicados são a maioria dos cidadãos e cidadãs que cumprem com seus deveres. No contexto atual, é importante reconsiderar esse conceito, sugerindo-se sistemas de intermediação de interesse entre a sociedade e gestores públicos que possam ser provenientes de processos que conjuguem cooptação e representação provenientes de ambas as partes, objetivando que modernos arranjos político-institucionais, assim como novas formas de participação política, convivem com formas igualmente novas de clientelismo político, desvinculando-o, assim, da caracterização comum enquanto forma tradicional de dominação política.

Palavras-chave: clientelismo público, corrupção, dominação político

POLITICAL PATRONAGE

ABSTRACT: It is understood by the term political patronage, use of public agencies with the aim of providing favors to the detriment of the vast majority of the population, aiming to tie politically, at the expense of votes or money, benefited. It is common practice in Brazilian politics since the nineteenth century, presenting itself as a gateway to political corruption, irregularities and the use of "administrative machinery" with evil purposes and the losers are the majority of citizens who fulfill their duties. In the current context, it is important to reconsider this concept, suggesting systems of interest intermediation between society and government administrators that may result from processes that combine co-optation and representation from both parties, aiming to modern political and institutional arrangements as well as new forms of political participation, also coexist with new forms of political patronage, detaching it, thus the characterization as common traditional form of political domination.

Key-words: corruption, political domination, public patronage

INTRODUÇÃO

Clientelismo é a utilização dos órgãos da administração pública com a finalidade de prestar serviços para alguns privilegiados em detrimento da grande maioria da população e tem a finalidade de amarrar politicamente o beneficiado. Os intermediários de favores, prestados à custa dos cofres públicos, são os chamados clientelistas, despachantes de luxo ou traficantes de influências. Cujo objetivo é o voto do beneficiado ou dinheiro (corrupção). A prática clientelista constitui a trama de ligação da política do Brasil desde o século XIX,

sustentando praticamente todos os atos políticos (GRAHAM, 1996).

Com a distribuição de privilégios, os homens de propriedade dominavam o Estado brasileiro no século XIX. Evitar que os conflitos sociais se expressassem em desordem, destruindo as vantagens da propriedade, foi o que orientou a construção do sistema político no Brasil, bem como no resto do mundo. Como escreveu Adam Smith em A riqueza das nações (1776): "O governo civil, na medida em que é instituído para a segurança da propriedade, é na realidade instituído para a defesa dos ricos contra os pobres, daqueles que possuem alguma propriedade contra os que não têm nenhuma". Noventa

anos depois da Revolução Francesa, um orador no Parlamento brasileiro, debatendo a reforma eleitoral de 1881, culpava-a por introduzir “o princípio da igualdade: o maior perigo que se pode encontrar na sociedade”.

Os próprios municípios pressionam os vereadores e outras autoridades a serem clientelistas. Aquilo que o município deveria ter direito enquanto cidadão, passa a ser uma dádiva das autoridades, quando na realidade as autoridades deveriam estar brigando para que todos tivessem direitos e deveres iguais e se transformassem em cidadãos e cidadãs ativos, sujeitos de direitos e deveres.

Um dos fatores que contribuíram para que as relações de clientelismo sejam mantidas é a impunidade por parte das autoridades que impede que aqueles que praticam essas violações sejam levados a julgamento e condenados.

O clientelismo é a porta da corrupção política, das irregularidades e do uso da "máquina administrativa" com finalidades perversas e os prejudicados são a maioria dos cidadãos e cidadãs que cumprem com seus deveres.

Em 2002, o Estado brasileiro teve acesso às conclusões preliminares de um relatório que foi apresentado a Comissão de Direitos Humanos em março de 2003. O documento, porém, foi modificado para incorporar os comentários do então governo brasileiro. Mesmo assim, a essência do relatório permaneceu intocada, segundo Jean Ziegler, relator da ONU sobre a situação do Brasil: milhões passam fome em um País onde há recursos suficientes para alimentar todos os seus cidadãos. Além disso, a impunidade permite que ocorram violações diárias ao direito à alimentação, onde alimentos e água potável são usados como moeda de troca por votos e favores políticos.

Segundo técnicos do BID e do BIRD, que trabalharam no Brasil durante uma semana em abril de 2003, ao lado de técnicos da FAO (o organismo das Nações Unidas voltado para a área de alimentação), não se pode ignorar o risco de Fome Zero ser utilizado como arma do clientelismo político, deve-se evitar a corrupção nas iniciativas de combate à fome. Além do cadastro único, eles sugerem que o risco da corrupção também seja prevenido com a transparência de todas as ações. Propõem meios de avaliação contínua dos resultados do Fome Zero. Com programas internos e a contratação de auditorias externas, o governo deveria, segundo os técnicos, apresentar relatórios anuais mostrando que impacto a distribuição de recursos está tendo no meio da população atendida por meio de um cadastro bem organizado e atualizado, segundo especialistas.

No livro, *A síndrome da antena parabólica – Ética no jornalismo brasileiro* (1998), do Departamento de Jornalismo da Escola de Comunicações e Arte da Universidade de São Paulo, demonstra como a elite da imprensa faz e controla a agenda dos grandes temas públicos a partir dos interesses da minoria que se fecha num círculo opaco para financiar, imprimir, fornecer, escrever e consumir as notícias.

Os meios de comunicação de massa substituíram as praças públicas na definição do espaço coletivo da política

no mundo contemporâneo, mesmo em países como o Brasil, nos quais ainda ocupam as ruas importantes movimentos sociais e de protesto. Devido ao grau ainda elevado de analfabetismo e ao baixo poder aquisitivo da maioria da população, a percepção popular da política e da sociedade provém principalmente dos meios eletrônicos de comunicação, o rádio e a TV, e, em menor escala, da leitura de jornais e revistas, os poucos objetos de leitura popular regular. Este ensaio prospectivo tenta examinar a especificidade do espaço público configurado pelos meios de comunicação de massa no Brasil, como caso exemplar de uma sociedade elitista e de economia dependente. Examina-se o papel de cada um desses meios na formação desse espaço, na criação do consenso e na definição da agenda nacional de discussões, comparando-se com o que ocorre nas democracias liberais dos países centrais.

A insistência em considerar as práticas clientelistas normais para os padrões brasileiros, acreditando que nunca nos libertaremos, é obviamente a base da política corrupta, é necessário rever conceitos e atitudes, a aceitação nos torna dementes, impossibilitando assim visionar um futuro de mudanças, é imperativo a participação de todos que querem a igualdade de oportunidades, devemos superar barreiras e enfrentar desafios, faz-se necessário uma revolução em todos os setores da sociedade.

O CLIENTELISMO EM SUAS DIVERSAS FORMAS

Embora seja encontrado em sociedades dos mais diversos tipos – tanto no que se refere ao regime político, como no que diz respeito ao nível de desenvolvimento econômico (EISENSTADT & LEMARCHAND, 1981; MARTINS FILHO, 1984) – o clientelismo surge e prospera em estruturas sócio-econômicas tradicionais, marcadas pela economia de base familiar ou patriarcal, sendo caracterizado por relações de dependência mútua dos envolvidos, alicerçadas na troca de favores. A caracterização da clientela romana, à qual o fenômeno deve o seu nome, ilustra bem essa definição:

“Em Roma entendia-se como clientela uma relação entre sujeitos de status diverso que se urdia à margem, mas na órbita da comunidade familiar; relação de dependência tanto econômica quanto política, sancionada pelo próprio foro religioso, entre um indivíduo de posição mais elevada (patrono) que protege seus clientes, os defende em juízo, testemunha a seu favor, lhes destina as próprias terras para o cultivo e seus grados para criar, e um ou mais clientes, indivíduos que gozam do status libertatis, geralmente escravos libertos, não só mostrando submissão e deferência, como também obedecendo e auxiliando de variadas maneiras o patronus, defendendo-o com armas, testemunhando a seu favor ante os tribunais e prestando-lhe, além disso, ajuda financeira, quando as circunstâncias o exigem” (MASTROPAOLO, 1992: 1777).

No Brasil o clientelismo constituía um dos traços marcantes do coronelismo, sistema que floresceu durante a República Velha e persistiu no Nordeste até, pelo menos a década de 50. Efetivamente, relações clientelistas, sobretudo na política em nível local, constituem a tônica da sociedade desde tempos coloniais, como bem demonstrou o clássico estudo de (QUEIROZ, 1976), sobre o mandonismo local. Mas o mandonismo do período colonial era mais acentuadamente privatista do que em épocas posteriores, pois sendo a presença do Estado muito tênue, o poder dos senhores rurais era quase irrestrito (QUEIROZ, 1985; PINHEIRO, 1991). A criação da Guarda Nacional, em 1831, teria constituído uma institucionalização desse poder privado, na medida em que o chefe político passou a ser um chefe militar não só de fato, como de direito.

O tema do clientelismo é recorrente na literatura brasileira. Uma determinada percepção de que seríamos um país atrasado com relação às conquistas de liberdade e igualdade, alicerces de uma ordem exitosa nos modernos países industriais, sugere esta chave de interpretação das mazelas nacionais. Ocorre, a partir desta perspectiva, uma estreita associação entre formas clientelistas de dominação e o fenômeno do atraso. Esta identificação acaba por desagregar o conceito ao subsumí-lo a um conjunto de denominações correlatas, porém não idênticas de domínio tradicional. Este enquadramento dificulta uma análise das possíveis articulações entre modelos democráticos e as relações assimétrico-clientelistas contemporâneas ao criar uma falsa polarização: clientelismo/atraso x democracia/moderno.

Analisar a literatura brasileira, que possui trabalhos clássicos sobre mandonismo, patrimonialismo e clientelismo, e, através desta, redimensionar o conceito de clientelismo é uma tarefa imprescindível para uma avaliação das relações políticas estabelecidas em sistemas democráticos, que podem receber, dessa forma, um novo tratamento. Nesta perspectiva, recupera-se a construção do conceito de clientelismo através de alguns trabalhos clássicos e outros mais recentes que compõem importante parcela da reflexão política brasileira sobre o tema.

Além do sistema corporativo e da democracia representativa partidária, a sociedade brasileira se organiza em diversos tipos de associações que também reivindicam um espaço de interlocução com os poderes públicos e é em certo sentido, incentivado por estes. O objetivo é sugerir que sistemas de intermediação de interesses entre a sociedade organizada e gestores públicos podem ser provenientes de processos que conjugam, a um só tempo, cooptação, se vistos sob a ótica dos governos (ex parte principis) e representação, se observados pelo ângulo dos movimentos sociais (ex parte populis).

A perspectiva é reconsiderar o conceito de clientelismo, sugerindo que modernos arranjos político-institucionais, assim como novas formas de participação política, convivem com formas igualmente novas de clientelismo político, desvinculando-o, assim, da

caracterização comum enquanto forma tradicional de dominação política.

De acordo com Putnam (1993), tradições clientelistas têm inexoravelmente suprimido o esforço de organização da sociedade civil. Em sistemas clientelistas, as facções no poder usam recursos do Estado como favores pessoais a uma vasta clientela que, em troca, mobiliza os votos para seus benfeitores. No Brasil, a tradição clientelista resultou no desenvolvimento de máquinas políticas que ligam chefes locais a políticos estaduais ou nacionais através da troca de favores. Nas cidades, as associações de bairro desempenham papel crucial nessa ligação. Cabos eleitorais controlam talvez a maioria das associações de bairro e as utilizam na mobilização de votos para seus candidatos e na intermediação de promessas e favores aos residentes.

As associações clientelistas são caracterizadas por seu caráter fechado e não-participativo. Diferentes das organizações coletivas de protesto, que se valem do número de participantes para pressionar políticos, as associações clientelistas obtêm benefícios através de uma relação exclusiva entre os líderes comunitários e seus chefes políticos. Em sistemas clientelistas, a construção de laços sociais entre clientes é fortemente desencorajada e substituída por relações sociais "baseadas em laços individuais com superiores ao invés de em características comuns ou laços horizontais entre seguidores" (SCOTT, 1972, em GRAZIANO, 1976). No contexto clientelista, formas participativas de organização civil são raras por duas razões: de um lado, existem poucos incentivos à organização coletiva, uma vez que o meio privilegiado de obtenção de benefícios não é o protesto e a pressão, mas a relação pessoal de troca articulada por líderes comunitários isolados. Por outro lado, há tão pouco incentivo à organização coletiva que as pessoas tem pouca experiência prévia de ação cooperativa. Num contexto em que "dois clientes de um mesmo chefe político sem laços diretos entre si não têm a oportunidade de desenvolver normas gerais de reciprocidade e nem podem recorrer a um passado de colaboração mútua" (PUTNAM, 1993), as pessoas têm pouca informação sobre o comportamento dos outros e desconfiam que a cooperação possa ser frutífera. Para Putnam, a conjugação da falta de incentivos com a falta de experiência de cooperação, cria um círculo vicioso de não-organização muito difícil de se quebrar. Onde a cooperação não é comum as pessoas se ressentem da falta de bases para confiança mútua (pelo menos fora do círculo da família). O resultado é um alto nível de discórdia e isolamento individual que tornam a organização difícil (Ibid: 177).

Num contexto histórico, como nota Faoro (1977), o fenômeno coronelista precede a República, mas nesta adquire "coloração estadualista", libertando-se "das peias e das dependências econômicas do patrimonialismo central do Império". O Estado passa a se fazer presente mediante pactos políticos com os chefes locais, geralmente detentores da patente de coronel (PINHEIRO, 1991). Segundo Faoro (1977), o sistema tem como

componente básico à hegemonia da União e dos estados, em detrimento do poder local, o que expressa na impossibilidade prática de um coronel exercer oposição a ambos os governos.

Uma das principais características do coronelismo é a estrutura de clientela, ou seja, uma rede de relações pessoais e diretas – também chamadas de “cadeias de patronagem” (Davis, 1977, apud Bezerra, 1995) – entre pessoas que ocupam posições assimétricas em termos políticos e econômicos. Tais relações são baseadas na troca de bens e serviços de natureza distinta: o patrão pode fornecer terra, moradia, crédito, emprego, cuidados médicos, proteção, etc.: os clientes, em contrapartida, fornecem mão-de-obra, serviços ou votos. Estes últimos, na verdade, não eram necessariamente as principais contrapartidas esperadas pelo coronel, já que sua clientela incluía um largo segmento de não-eleitores (analfabetos): como mostra Faoro (1977), mesmo em 1930 os eleitores constituíam apenas 5,7% da população brasileira. Além disto, a vitória das eleições era, com frequência, obtida por meio de fraude. Nesse contexto, a violência está presente não só como recurso complementar para garantir a adesão dos subordinados, mas como instrumento para obter a supremacia na competição política entre facções lideradas por diferentes chefes locais.

“A vitória eleitoras, que legitimava os candidatos, guardava uma dependência maior do controle da coerção do que dos votos propriamente diretos. Pois, eleições poderiam ser falsificadas e os resultados geralmente puderam ser impostos, desde que houvesse suporte na força, baseada na capacidade de mobilizar homens em arma (DANTAS, 1986)”.

Vale notar que a violência coexistia não só com a barganha – ou seja, com relações baseadas no cálculo e no interesse – como com a adesão fundada na lealdade e na gratidão. Este aspecto do coronelismo comum a outras formas de clientelismo, remete a sua função integradora numa sociedade altamente estratificada, na qual a intervenção do poder público e a vigência de direitos políticos formais estão longe de garantir os direitos de cidadania. Como lembra Da Matta (1987), nesse contexto a “igualdade perante a lei” assume a paradoxal conotação de abandono e de opressão, pois invoca-se tal igualdade para negar algum direito, no cotidiano da vida burocrática. Contar com o favor de um patrono é indispensável, pois, para a obtenção do que deveria ser um direito. Faoro (1975) ilustra bem este ponto: “lidar com a polícia, com a justiça, como os cobradores de impostos, obter uma estrada, pleitear uma ponte são tarefas que exigem a presença de quem possa recomendar o pobre cidadão mal alfabetizado e sem maneiras”.

Como é típico de qualquer estrutura clientelista, no coronelismo não há clara distinção entre o público e o privado. Não que inexista o público, já que, diferentemente da época colonial, a presença do Estado se faz notar de forma cada vez mais acentuada, a partir da Proclamação da República. Trata-se, antes, da “interpretação dos dois setores, numa indistinção peculiar

ao sistema” (FAORO, 1975). Não é só o patrimônio público que é utilizado para fins pessoais, como no caso da concessão de empregos públicos aos “afilhados” do coronel; também o poder e o patrimônio privados são acionados em funções públicas: além do assistencialismo do coronel, cumpre notar o seu papel na organização das eleições, cujas despesas, via de regra, ele custeia.

Faoro (1975:637) afirma que o controle da máquina governamental em nível de município não oferecia grandes oportunidades de enriquecimento, mas tal afirmação pode ser questionada a partir de dados apresentados por Della Cava (1976): segundo estudo de Orlando Carvalho (Política do Município do RJ, 1946), a percentagem de receita governamental coletada pelos municípios aumentou mais de sete vezes, no período de 1868 a 1910, o que acarretou aumento tanto de remunerações legítimas, como de possibilidades de corrupção para os chefes políticos locais, “assegurando-se-lhes, dessa forma, poder ainda maior do que na época do Império”. No caso do Ceará, a fragilidade da economia, assolada por secas e dominada por latifúndios improdutivos, tornou o patrimônio público bastante atraente como fonte de riqueza. Daí o desempenho da oligarquia cearense em garantir o controle do governo estadual (PORTO, 1993).

Na década de 50, porém as mudanças são mais perceptíveis. A urbanização e o incremento dos meios de comunicação, com a abertura de estradas e a difusão do rádio de pilha, começam a minar as bases sociais do coronelismo. Este passa a dar lugar a um sistema político também fundado no clientelismo, mas de caráter mais complexo, seja pela maior dificuldade de se controlar os estratos subordinados por meio de mecanismos de submissão pessoal, seja pela presença mais efetiva do estado. Data dessa época a criação do Banco do Nordeste do Brasil que, como será visto, teria importante papel na formação de novas elites para a região.

No nordeste, a política de industrialização e os incentivos a projetos agropecuários, comandados pela SUDENE (criada em 1959), acarretariam mudanças socioeconômicas que viriam a solapar, ainda mais, as bases do coronelismo, já comprometidas com o incremento da urbanização e das comunicações, antes mencionado. A progressiva substituição de parceiros moradores por trabalhadores temporários enfraqueceria os laços de dependência entre os patrões e seus clientes, o que intensificaria a mercantilização do voto, consolidando a substituição do coronelismo por um sistema clientelista de bases muito mais fluidas, já referido. Essa mercantilização seja na forma de recompensa em dinheiro, seja por meio de “favores”, só se torna possível quando o eleitor não se sente mais compelido a votar nos candidatos indicados por um chefe político. Neste caso, a troca, embora se verifique em condições de desigualdade – já que é o chefe político ou o cabo eleitoral que controla os recursos – difere da relação de dependência pessoal a um chefe político que é também patrão. A diferença fica bem

caracterizada na seguinte citação de Marx (apud SAES, 1994).

“A oposição que existe entre o poder da propriedade fundiária baseada em relações pessoais de dominação e de dependência e o Poder impessoal do dinheiro se encontra claramente expressa em dois ditados franceses: ‘não há terra sem senhor e o dinheiro não tem senhor’”

Quando colocada nesses termos, a distinção entre o coronelismo e o clientelismo evidencia que este último é compatível com a modernidade, se esta for entendida como um processo de mudança social associado ao predomínio do modo de produção capitalista. É verdade que, em termos ideal-típicos, o capitalismo implica um processo de racionalização das relações políticas e administrativas em direção à autoridade legitimada por uma ordem legalmente instituída e burocraticamente administrada (WEBER, 1971), enquanto que, como foi visto, sistemas clientelistas fundamentam-se, justamente, em trocas entre desiguais. Estas se desenvolvem à margem de princípios gerais e abstratos que deveriam nortear o Estado burocrático burguês, especialmente a igualdade perante a lei. Mas o capitalismo, como sistema econômico, não se caracteriza, precisamente, por uma relação de desigualdade entre compradores e vendedores da força de trabalho? Como lembra Santos (1994), a lógica concentracionária e excludente da modernização capitalista acaba por negar os valores que fundamentaram a modernidade como projeto sócio cultural. Assim, apesar de a ideologia igualitária constituir um dos pilares do capitalismo, o clientelismo não é incompatível com ele, na medida em que a igualdade limita-se ao plano jurídico-formal. Dessa forma, os direitos sociais dos trabalhadores, longe de ser uma decorrência automática da revolução burguesa, são limitados pelos próprios direitos civis dos capitalistas, que lhes garantem liberdade para operar seus negócios – vale dizer de intervenção do Estado (ZALUAR, 1985).

Não é de admirar, portanto que apesar de suas pretensões tecnocráticas, o projeto de modernização conservadora levado a efeito pelos militares no Brasil, a partir de 1964, tenha coexistido com práticas clientelistas. Na verdade, como o governo militar não prescindiu de todo das eleições como mecanismo de legitimação, os donos de “currais eleitorais” viram o seu prestígio reforçado como estratégia para combater a tendência ao voto oposicionista, verificada nos centros urbanos. Ressalte-se que o campo de manobra dos políticos, no que diz respeito à utilização do patrimônio público para fins privados, foi limitado pela racionalidade tecnocrática. Tanto é que no primeiro governo Virgílio Távora seria marcado pela criação de um sistema de planejamento e por projetos de largo alcance de energia elétrica para o Estado, através da usina de Paulo Afonso (cuja energia chegou a Fortaleza em 1965); a conclusão do projeto do Distrito Industrial; a organização da Companhia de Telecomunicações do Ceará; e a inauguração da Fábrica de Asfalto do Mucuripe.

Nessa conjuntura, verifica-se a emergência de novos atores políticos: a tecnoburocracia estatal e os empresários rurais. A ascensão política desses atores “modernos” não só é perfeitamente compatível com o clientelismo, como beneficia-se deste, uma vez persistiu e até agravou-se o quadro de exclusão tanto dos direitos políticos, como dos direitos sociais de cidadania (MARSHALL, 1967). Bursztyn (1984) assim analisa o alcance dessa mudança:

“A intensificação da fase do ‘autoritarismo ativo’ do Estado brasileiro implica uma certa modificação dos mecanismos políticos tradicionais, bem como de seus sujeitos. Mas essa modificação é mais formal do que substantiva. Formal porque os agentes intermediários entre o Estado e o povo não são mais necessariamente os notáveis locais ainda que os quadros do Estado sejam, ao nível local, quase que invariavelmente recrutados entre os intelectuais da região; e não podemos esperar, portanto que eles não estejam comprometidos com o poder. Os mecanismos políticos tradicionais não mudam substancialmente porque continuam fundados no mesmo princípio: o clientelismo. Em todo caso, o novo sujeito da mediação Estado-povo não adquire esse status devido ao seu compromisso com os coronéis. É sua função burocrática e/ou técnica ao nível do Estado, que determina atualmente”.

Apesar de limitadas as mudanças ocorridas evidenciam a inadequação dos termos “neocoronelismo” ou “coronelismo urbano”, para caracterizar o quadro político nordestino pós-64. Segundo Saes (1991), trata-se de um mero jogo de palavras, que “...esvazia e formaliza o conceito de coronelismo, ao abstrair a sua base social específica (relações de produção pré-capitalistas no campo)”. A inadequação daqueles termos é patente no que diz respeito à análise das práticas políticas, pois, como destaca Carvalho (1990), o recurso ao neocoronelismo como categoria explicativa obscurecem o papel de novos atores políticos como a igreja Católica e os movimentos sociais, a partir dos anos 70, e permite que “a interpretação coronelista seja apropriada indevidamente na montagem de campanhas eleitorais para vender a imagem de uma modernidade política que finalmente se pretenderia implantar na região (tal como ocorreu nas eleições de 86)”.

É preciso distinguir claramente, portanto, os conceitos de coronelismo e clientelismo, evitando-se simplificações e os reducionismos. Embora o fenômeno clientelista seja um dos traços constitutivos do coronelismo, não o esgota, nem se esgota nele. O coronelismo é um compromisso entre o poder público e uma ordem privada caracterizada, fundamentalmente, pelo exercício do poder pessoal dos “notáveis” locais, permeado por relações afetivas e, ao mesmo tempo, violentas. Já o clientelismo “moderno” constitui um mecanismo de cooptação política baseado na utilização de recursos do patrimônio público para fins privados dos detentores do poder, onde as relações entre o(s) patrono(s) e sua(s) clientela(s) assumem um caráter acentuadamente mercantil (AVELINO FILHO, 1995).

Nos anos 80, viriam a se expressar, em nível político-institucional, mudanças que já vinham acontecendo na estrutura socioeconômica do Ceará desde a década de 50¹. A ascensão ao poder de um grupo de empresários liderado por Tasso Jereissati não significou, pois, o fim do coronelismo, pois este já estava, senão extinto, pelo menos moribundo. A sobrevivência do sistema coronelista deveu-se muito mais à imprecisão conceitual dos analistas e a propaganda eleitoral, do que à presença dos “coronéis” Virgílio Távora, Adauto Bezerra Cesar Cals, que se sucederam no comando do governo estadual até 1986. Sintomaticamente, os três eram coronéis do Exército, com fortes vínculos com setores modernos da economia e com a tecnoburocracia estatal. Sob sua égide, pode-se identificar a persistência de relações clientelistas e a vigência de um patrimonialismo burocrático ou neo patrimonialismo, no dizer de Schwartzman (1982). Trata-se de uma forma de dominação política por um determinado estrato social cujo poder não deriva de sua posição no sistema de propriedade e de prestígio social, mas do seu controle sobre o aparelho de Estado, que é visto como um patrimônio a ser explorado. Tal controle permite a obtenção de recursos (empregos, verbas, etc.) necessários à cooptação daqueles que constituem a base de sustentação do regime, estabelecendo vínculos de dependência entre os que detêm o poder e as lideranças emergentes (Schwartzman, 1982). Este contexto é favorável à compra de votos – seja diretamente, seja mediante benefícios pessoais ou grupais, a qual substitui a antiga lealdade das clientelas atrelados aos coronéis (Barreira, 1992).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De 1840 a 1889, durante o reinado do imperador D. Pedro II, a ascensão e queda de famílias, clãs e partidos dependeram da distribuição habilidosa de cargos públicos, proteção e favorecimento em troca de lealdade política e pessoal. O medo e o favor invocados pelo clientelismo podiam significar a diferença entre a humilhação e o triunfo em longínquas comunidades dispersas nessa terra rude e em expansão que veio a se tornar à nação continental que conhecemos hoje. O clientelismo, como forma de cultura política, continua a talhar ainda hoje as decisões no Congresso, no judiciário e nas atividades cotidianas de todos os níveis da administração pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALENCAR, E.; GOMES, M. A. O. **Metodologia de pesquisa social e diagnóstico participativo**. Lavras: UFLA/FAEPE, 1998. 212p.
- AVELINO FILHO, G. **Clientelismo e política no Brasil**. Novos Estudos CEBRAP, São Paulo: CEBRAP, n. 28. Mar. 1994, p. 225-240.
- BARREIRA, C. **Trilhas e atalhos do poder**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1992.
- BEZERRA, M. O. **Corrupção: um estudo sobre poder político e relações pessoais no Brasil**. Rio de Janeiro: ANPOCS/Relume Dumará, 1995.
- BURSZTYN, M. **O poder dos donos: planejamento e clientelismo no Nordeste**. Petrópolis: Vozes, 1984.
- Da MATTA, R. **A casa e a rua**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- DELLA CAVA, R. **Milagre em Joazeiro**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- EISENSTADT, S.N. & LEMARCHAND, R. (Org.). **Political Clientelism, Patronage, and Development**. Beverly Hills: sage, 1981.
- FAORO, R. **Os donos do poder**. Porto Alegre: Globo, 1975.
- GRAHAM, R. **Clientelismo e política no império – a cultura brasileira: Toma lá da cá**. Editora da Universidade do Rio de Janeiro, maio 1996, 1ª edição.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.35, n.2, p.57-63, mar./abr. 1995.
- KIRK, J.; MILLER, M. **Reliability and validity in qualitative research**. Beverly Hills: Sage, 1986.
- Kucinski, B. **A síndrome da antena parabólica – ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo. 1998.
- MARTINS FILHO, A. **Clientelismo e representação em Minas Gerais durante a primeira república: Uma crítica a Paul Cammarck**. Dados. Rio de Janeiro: IUPERI, vol 27, n. 2, 1984, pp. 175-197.
- MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MASTROPAULO, A. **Clientelismo**. In: BOBBIO, N. et al. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1992.

¹ A partir da década de 70, verifica-se a diminuição da população rural, processo que se intensifica na década seguinte: no período de 1980 a 1991 a população passou de 2.480 mil habitantes para 2.204 mil, enquanto a população urbana aumentou de 2.808 mil para 4.158 mil habitantes (Smith, 1993:16)

- MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento, execução, análise. São Paulo: Atlas, 1993. v.1, 350p.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997. v. 1, 335p.
- Oliveira, S. L. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997.
- PINHEIRO, D. R. C. **Progresso, miséria e voto**. Revista humanidades, Fortaleza: UNIFOR, ano 8, n. 6, 1991, p.7-43.
- PORTO, E. **Babaquara, chefetes e cabroeira**. Fortaleza: Fundação Waldemar de Alcântara/Secretaria de cultura e desporto, 1993.
- QUEIROZ, M. I. P. **O mandonismo local na vida política brasileira e outros ensaios**. São Paulo: Editora Alfa-ômega, 1976.
- _____. **O coronelismo numa interpretação sociológica**. In: FAUSTO, B. História geral da civilização brasileira. Livro III. O Brasil Republicano. Tomo III, vol I, São Paulo: Difil, 1985.
- SAEs, D. **Coronelismo e estado burguês: elementos para uma interpretação**. In: Estado e democracia: ensaios teóricos. Campinas: UNICAMP/IFCH, 1994, p. 75-119.
- SANTOS, A. C. **Estrutura organizacional no agribusiness cooperativo**: o caso das cooperativas de leite no estado de Minas Gerais. 1999. 213p. Tese (Doutorado em Administração)-Universidade de São Paulo, São Paulo.
- SANTOS, B. S. **Pela mão de Alice**: o social e o político na pós-modernidade. 3. ed. Porto: afrontamento, 1994.
- SCHWARTZMAN, S. **Bases do autoritarismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Campus, 1982.
- Smith, A. **A riqueza das nações**: Um inquérito na natureza e nas causas da riqueza das nações. Londres, W. Strahan & T. Cadell, 1776, Edição de 2 vol.
- WEBER, M. **Ensaio de sociologia** (organização de Hans Gerth & C. W. Mills). Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- ZALUAR, A. **A máquina e a revolta**: as organizações populares e o significado da pobreza. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1985.

Recebido em 19 09 2010

Aceito em 20 03 2011