

POLITICAL CULTURE AND ELECTORAL BEHAVIOR

UNDERGRADUATE LEVEL | WORKLOAD: 60h | UFPR

PROFESSOR

Dr. Francisco Paulo Jamil Marques

e-mail: marquesjamil@ufpr.br

UFPR, Edf. Pedro I, Room 520

COURSE DESCRIPTION

Theories of political behavior. Political culture theories. Political Communication. Collective action theory.

LEARNING OBJECTIVES

By the end of the semester, students will be able to:

1. Acknowledge the main concepts and studies concerning political culture, behavior, and attitudes.
2. Comprehend and examine politicians' and voters' behaviors.
3. Reflect on political communication and its influence on democratic practices.

CLASSROOM METHODOLOGY PROCEDURES

Each week, students will be expected to:

1. Attend the lectures.
2. Read mandatory texts.
3. Participate in the discussion in all class sections.
4. Complete and submit all assignments by due dates.

COURSE SCHEDULE

Unit 1 – Political Culture.

Unit 2 – Political Behavior.

Unit 3 – Political Communication.

GRADING

Evaluation of students enrolled in this course follows the criteria stated below:

- Midterm Exam: 40% of the final grade.
- Final Exam: 40% of the final grade.
- Take-Home Exercise 1: 10% of the final grade.
- Take-Home Exercise 2: 10% of the final grade.



@ponteufpr



@ponteufpr



@marquesjamil

BACKGROUND READING MATERIALS

Political culture

ALMOND, G., VERBA, S. The Civic Culture. Princeton University Press, 1963.

BAQUERO, M. Padrões de Constituição da Cultura Política na América Latina no Século XXI.

BAQUERO, M. Cultura(s) Política(s) e Democracia no Século XXI na América Latina. Editora UFRGS, 2011.

FAGUNDES, B.. Matrizes do pensamento culturalista: Tocqueville e Almond-Verba. Lua Nova. 2008, n.74, pp. 131-150.

HARRISON, L e HUNTINGTON, S. A Cultura Importa. São Paulo: Record, 2002.

KUSCHNIR, K.; CARNEIRO, L. P. As dimensões subjetivas da Política: cultura política e antropologia política. In: Revista de Estudos Históricos. Vol. 13. nº 24. Rio de Janeiro, 1999. p. 227-250.

MOISES, José Álvaro. Cultura política, instituições e democracia: lições da experiência brasileira. Rev. bras. Ci. Soc. 2008, vol.23, n.66, pp. 11-43.

PRZEWORSKI, Adam; CHEIBUB, José Antônio; LIMONGI, Fernando. Democracia e cultura: uma visão não culturalista. Lua Nova. 2003, n.58, pp. 9-35.

PUTNAM, R. Comunidade e Democracia. Rio de Janeiro: FGV, 2005. Cap. 6, Capital Social.

RIBEIRO, E. Valores Pós-Materialistas e Cultura Política no Brasil. Maringá: Editora UEM, 2011.

Political behavior

ALMEIDA, Alberto Carlos. A Cabeça do Brasileiro. Rio de Janeiro. Editora Record, 2007.

ALMEIDA, Alberto Carlos. A Cabeça do Eleitor. Rio de Janeiro. Editora Record, 2008.

AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antônio Octávio. Sistema Político Brasileiro: uma introdução. Rio de Janeiro, Konrad-Adenauer-Stiftung; São Paulo, Editora da UNESP, 2007.

BORBA, J. Cultura Política, Ideologia e Comportamento Eleitoral: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro. In: Revista Opinião Pública. Vol. XI. Campinas: 2005. p. 147-168.

CARREIRÃO, Y. A Decisão do Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

FIGUEIREDO, M. A decisão do voto. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

LAMOUNIER, B. e CARDOSO, F. H. Os Partidos e as Eleições no Brasil. São Paulo: CEBRAP, 1978.



@ponteufpr



@ponteufpr



@marquesjamil

LAVAREDA, A. e TELLES, H. Como o eleitor escolhe o seu prefeito. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

NICOLAU, J. e PEIXOTO, V. As bases municipais da votação de Lula em 2006. Caderno do Fórum Nacional, 2007.

OLSON, Mancur. A lógica da ação coletiva. São Paulo: Edusp, 1999.

SINGER, André. Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro. São Paulo: Edusp, 1999.

SOARES, Gláucio Ary Dillon; TERRON, Sonia Luiza. Dois Lulas: a geografia eleitoral da reeleição. Opin. Publica, Campinas, v. 14, n. 2, Nov. 2008.

Political Communication

FIGUEIREDO, Marcus et al. Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias: Uma proposta Metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. FIGUEIREDO, R. Marketing Político e Persuasão Eleitoral. Konrad Adenauer Stiftung, 2000.

GOMES, Wilson. Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa. São Paulo: Paulus, 2004.

FONTES, G. S.; MARQUES, F. P. J. Defending democracy or amplifying populism? Journalistic coverage, Twitter, and users' engagement in Bolsonaro's Brazil. Journalism, v. 24, p. 1634-1656, 2023.

HABERMAS, Jürgen. Mudança Estrutural da Esfera Pública. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Brasileiro, 1984.

MAIA, Rousiley; GOMES, Wilson; MARQUES, Jamil. (Orgs.). Internet e Participação Política no Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

MARQUES, F. P. J. Populism and Critical Incidents in Journalism: Has Bolsonaro Disrupted the Mainstream Press in Brazil?. International Journal of Press-Politics.

MARQUES, F. P. J.; MIOLA, E. Key concepts, dilemmas, and trends in Political Communication: A literature review considering the Brazilian landscape. Annals of the International Communication Association, v. 45, p. 1-19, 2021.

MARQUES, F. P. J.; MIOLA, E.; KNISS, A. B.; COMEL, N. Between adversarialism and cooperation: Rhetorical strategies of interviewers and interviewees in presidential elections. Journalism Practice, v. 17, p. 1, 2023.

RUBIM, Albino (org.). Comunicação e Política – Conceitos e Abordagens. Edufba: Salvador, 2004.

SARTORI, Giovanni. Homo Videns: Televisão e pós-pensamento. Bauru, EDUSC, 2001.

THOMPSON, John B. A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis, Vozes, 2002.

+ Other materials assigned by the professor.



@ponteufpr



@ponteufpr



@marquesjamil