

Relações clientelistas e Cultura organizacional: uma bibliometria acerca da produção acadêmica brasileira

JAMES ROCHA RODRIGUES DE MELO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

ANDRÉIA LOPES CIRINO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

LAÍZA NÍLIA DA SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

1. INTRODUÇÃO

O clientelismo se constitui como um fenômeno presente em terras brasileiras desde sua colonização (Carvalho, 1997). A presença tão precoce de tal prática no contexto nacional elucida seu caráter estrutural, se configurando como um elemento balizador da relação entre o público e o privado perpetuado no decorrer das décadas e dos séculos de formação da nação brasileira. A persistência do clientelismo bem como a dificuldade de mitigá-lo encontra explicação nas próprias características desta prática, uma vez que estas mimetizam práticas democráticas ao mesmo tempo que possuem uma notável capacidade de evolução no que diz respeito à sua forma de manifestação, adaptando-se a tempos e contextos sociais distintos (Paulo Filho, Lombardo, & Coelho, 2004).

Marcada por uma relação desigual, personalizada, informal, difusa e sem mediadores entre partes públicas e privadas, a prática clientelista tem sido, historicamente, fonte de diversos problemas no que tange à condução de uma governança democrática no contexto nacional, na medida em que forja uma relação de dependência entre as massas e as elites, engessa manifestações e organizações populares e reduz eleições locais à simples distribuição de favores e bens (Gay, 1998). Entretanto, o clientelismo está longe de ser um fenômeno exclusivamente brasileiro, apresentando-se de formas distintas em lugares diferentes em razão dos variados contextos sociais e culturais (Pantín & Rama, 2018; Díaz & Raimán, 2017; Fort, 2017).

Uma nação e os indivíduos que nela habitam expressam sua cultura através dos conjuntos de valores e pressupostos básicos que são praticados por meio de elementos simbólicos que ressignificam, ordenam e constroem a identidade organizacional (Hall, 1978; Fleury & Fischer, 1989). Destarte, a literatura ao conceber a relação clientelista como prática intrínseca à organização e ao poder, enraizada na hierarquia organizacional (Bahia, 2003; Paulo Filho & Lombardo; Coelho, 2004), aponta para o caráter cultural de tal prática, e como traços culturais específicos podem favorecer ou não a prática e perpetuação do clientelismo.

No caso brasileiro, estudos que se dedicam a traçar características determinantes do tipo nacional brasileiro levantam algumas características como culto da personalidade, dificuldade para cooperativismo, forte presença de traços de sua colonização, afetividade, irracionalidade, cultivo da docilidade, individualismo e intenção de tirar proveito diante do Estado (Junior, 1965; De Holanda, 1989; Azevedo, 1958; Moog, 1981). A combinação destas características parece formar um terreno fértil para a propagação da prática clientelista, ao mesmo tempo em que a presença de forte burocratismo e autoritarismo no âmbito público (Carbone, 2000) dificultam a mudança e modernização do país. Desta forma, apesar de não se tratar de uma exclusividade brasileira, entende-se que a prática clientelista encontra aqui condições demasiadamente propícias de sobrevivência.

O clientelismo desta forma se configura como uma prática enraizada na relação Estado e sociedade, fomentado por características culturais propícias e protegido por sua capacidade de adaptação e mimetismo. Diante dessas complexas características, percebe-se a importância do estudo minucioso deste fenômeno no contexto nacional, uma vez que este se configura há décadas como um influente elemento na provisão de bens e serviços por parte do poder público.

Assim, a questão de pesquisa que norteou este trabalho foi a seguinte: Quais as principais características e evolução da produção de artigos científicos que abordam o clientelismo de forma central ou relacionado à outros temas? Em vista disso, o objetivo deste artigo foi analisar as principais características e o padrão de crescimento da produção acadêmica brasileira que aborda o clientelismo de maneira central ou atrelado à outras discussões no decorrer das décadas dos séculos XX e XXI. Para a consecução de tal objetivo, foi realizado um estudo bibliométrico a partir dos trabalhos encontrados na plataforma *Web of Science*. Além disso, através do *Methodi Ordinatio* (Pagani, Kovaleski, & Resende, 2017), que é uma ferramenta para se analisar a relevância de uma publicação científica, foi estabelecido um ranking dos artigos encontrados – em ordem decrescente de relevância. Posteriormente, uma análise dos cinco

artigos mais bem classificados foi conduzida a fim de se elucidar os métodos, discussões e principais contribuições trazidas pelos mesmos para o tema ora abordado. Dessa forma, foi possível retratar quais são as principais discussões e visões que permeiam a produção relativa ao clientelismo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cultura

A discussão no que tange à cultura passa pela capacidade adaptativa que possuem os indivíduos frente à realidade do grupo em que insere, construindo o significado social e normativo, fomentando a construção ou desmanche de grupos (Pires & Macedo, 2006).

Entende-se aqui que a realidade brasileira guarda grandes heterogeneidades no que diz respeito às suas regiões. Por conseguinte, faz-se necessária a ressalva de que ao se discorrer sobre cultura brasileira é preciso apontar que o termo “cultura brasileira” engloba aspectos generalizáveis (Pires & Macêdo, 2006) como no caso deste trabalho.

Alguns estudos que objetivam delinear os aspectos da cultura brasileira,, revelando pontos de vista distintos em relação ao mesmo objeto. Assim, nessa gama de trabalhos está Junior (1965) que toca em pontos relacionados à estrutura econômica, política e racial brasileira. Neste sentido ainda pode-se destacar trabalhos como DeHolanda (1989), Azevedo (1958) e Moog (1981) que oferecem uma visão pautada por elementos que influenciaram a formação histórica e cultura do Brasil.

Nos trabalhos supracitados é possível encontrar características determinantes do tipo nacional brasileiro levantados pelos autores, sendo estes: culto da personalidade; dificuldade para cooperativismo; forte presença de traços de sua colonização; ausência do culto ao trabalho; afetividade; irracionalidade; misticismo; cultivo da docilidade; individualismo; intenção de tirar proveito diante do Estado.

Ainda neste sentido, dentro de um contexto de forte globalização, Carbone (2000) levanta alguns traços da cultura brasileira que são fatores que dificultam a mudança e modernização do país, como: burocratismo; autoritarismo; paternalismo; intenção de sempre levar vantagem e reformismo. É importante ressaltar que ao tratar da origem desses traços, Carbone (2000) destaca com ênfase o processo de colonização do Brasil, pautado em uma dinâmica composta por dominadores e dominados, geradora de uma sociedade dividida e estratificada.

Deste modo, da mesma forma que indivíduos inseridos em seus contextos específicos, que se engajam em processos interacionais com outros indivíduos através da linguagem, comportamentos e símbolos se veem inseridos ou fora de uma cultura, as organizações similarmente se inserem em um contexto de trocas de influências em relação ao ambiente, uma vez que organizações são formadas por indivíduos, e sem indivíduos não há cultura.

A dinâmica supracitada se esclarece ao se resgatar as ideias de Smircich (1983), que compreende as organizações como um organismo com capacidades adaptativas, que existe por meio de um processo de troca com os ambientes. Destarte, este ambiente no qual se insere a organização determina como esta será administrada, uma vez que todas as organizações são influenciadas pelo contexto no qual se encontram presentes (Morgan, 1996).

Em especial às organizações brasileiras, Hofstede (1994) destaca três principais traços: as organizações brasileiras são coletivistas, existe em grande distanciamento do poder e a preferência por se evitar incertezas.

Assim como aponta Pires e Macêdo (2006), o estudo de Hofstede está em consonância com os resultados de outras pesquisas realizados em organizações do Brasil, o que, segundo os autores reforça a importância de se considerar os aspectos culturais da sociedade na qual a organização está inserida, para que assim seja possível compreender de forma clara a cultura organizacional que a permeia.

2.1 O Clientelismo

O clientelismo está presente no Brasil desde a chegada dos colonizadores, por isso, o mesmo é considerado uma herança recebida durante o Brasil colônia que se perpetua até a contemporaneidade (Carvalho, 1997). Todavia, sua existência não é um problema perceptível apenas em terras brasileiras, sendo este presente em todo o mundo (Pantín & Rama, 2018; Diaz & Raimán, 2017). Paulo Filho, Lombardo e Coelho (2004) afirmam que o clientelismo se mantém nos tempos atuais em razão de duas propriedades, a mimética (capacidade de se confundir com o meio democrático) e a metamórfica (capacidade de mudar sua forma no tempo e no espaço, de acordo com o contexto social).

A relação clientelista é intrínseca à organização e ao fenômeno do poder (Bahia, 2003), visto que o mesmo “se enraíza intrinsecamente na hierarquia inerente a toda organização, particularmente nos espaços não regidos pela lei” (Paulo Filho, Lombardo, & Coelho, 2004, p. 217). Deste modo, o clientelismo permanece presente em todos os contextos e momentos históricos, sendo ele um fato social universal e cultural (Fort, 2017).

Sua ocorrência e intensidade não se dão igualmente em todos os lugares, em razão do mesmo se modificar mediante as transformações sociais (Pantín & Rama, 2018; Díaz & Raimán, 2017; Fort, 2017). Portanto, apesar de ser encontrado em toda história brasileira, o clientelismo não é identificado por meio de uma linha reta, pois, existem momentos na história em que ocorrem maiores ou menores quantidades de relações clientelistas. Na história brasileira existem fatores que influenciam tal tipo de relação, por exemplo, o declínio do mandonismo proporcionou a ampliação do clientelismo, em razão do mesmo ser um mandonismo bilateral, onde os dois lados da relação possuem algo que interessa ao outro (Carvalho, 1997).

Para Auyero (2004), a relação clientelista possui quatro características elementares. Desigual: os dois lados da relação (cliente e “patronus”) possuem recursos díspares, mas a relação é benéfica para ambos. Personalizada: os sujeitos presentes na relação estão envolvidos a uma situação de favoritismo direcionada aos interesses privados. Envolve troca: consiste em um acordo informal entre as partes, onde fica claro que cada parte favorece algo a outra parte; Informal e difusa: sua ocorrência se dá mediante a ocorrência atendimentos e mecanismos compostos por altos níveis de comprometimento e obrigação entre as partes.

Carvalho (1997, p. 2) faz uma crítica ao modo de como o conceito de clientelismo é empregado, sendo este utilizado de modo “frouxo”. Contudo, o mesmo destaca que na maior parte das vezes o termo é disposto para descrever uma relação que ocorre entre atores políticos e apoiadores. Neste caso, os primeiros concedem benefícios públicos em troca de apoio dos segundos.

2.1.1 Um traço da cultura organizacional

O clientelismo enquanto traço cultural se dá mediante ao fato de que a cultura é constituída por valores e regras que delimitam um convívio, assim infere-se que também as regras que determinam a presença da relação clientelista sejam entendidas como algo cultural, já que as mesmas direcionam como devem ocorrer ações (Pires & Macedo, 2006). Tal inferência é complexa, já que o estabelecimento de relações clientelistas é entendido por um grupo como algo errado e por outro grupo como uma prática aceitável.

A presente indução é possível visto que autores como Pantín e Rama (2018) e, Díaz e Raimán (2017) afirmam que o estabelecimento dessa relação não é algo atípico. Portanto, o clientelismo além de ser visto como herança, conforme Carvalho (1997), ele pode ser visto como a “raiz cultural” estabelecida através da naturalização deste tipo de relação. Os estudos de De Holanda (1989), Azevedo (1958) e Moog (1981) apontam que culto da personalidade; dificuldade para cooperativismo; forte presença de traços de sua colonização; ausência do culto ao trabalho; afetividade; irracionalidade; individualismo; intenção de tirar proveito diante do

Estado são características da formação do Estado do brasileiro, nota-se que estas características influenciam também a busca por relações preferenciais, onde indivíduos recebem vantagens através da troca de favores.

Outro fato a ser destacado é a manutenção do clientelismo nos dias atuais em razão da sua capacidade adaptativa proporcionada por suas capacidades miméticas e metamórficas (Paulo Filho, Lombardo, & Coelho, 2004) que podem ser vinculadas aos traços da cultura brasileira que dificultam a modernização definidos por Carbone (2000). Ressalta-se que a ausência da modernização favorece a existência de práticas clientelistas, já que uma forte tendência da modernização seja ampliação da democracia. Concomitantemente, aponta-se que a presença do burocratismo, autoritarismo, paternalismo, intenção de sempre levar vantagem e o reformismo, pode favorecer o poder do “patronus”.

Adicionalmente, percebe-se que características presentes na definição de cultura proposta por Fleury e Fischer (1989) e Hall (1978), transbordam para o clientelismo, visto que este também é aprendido, compartilhado, vinculado valores (ou ausência) e a pressupostos básicos, e pode determinar limites entre grupos. Por fim, aponta-se que o fato do clientelismo ser intrínseco à organização, conforme Bahia (2013) indica que isto se dá por este fenômeno configurar se configurar uma prática cultural, enraizada nas relações intraorganizacionais.

3. METODOLOGIA

Registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los é o que caracteriza uma pesquisa descritiva, na medida em que esta busca descobrir, com o mais alto nível de precisão, a frequência de um fenômeno, sua relação com outros fenômenos, sua natureza e características principais (Cervo & Bervian, 2002). Portanto, levando-se em conta esses objetivos de pesquisa, este artigo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva.

Raupp e Beuren (2009) e Roza, Machado e Quintana (2011) apontam que os procedimentos metodológicos em uma pesquisa científica estão relacionados à forma como o estudo é realizado e, portanto, à forma como os dados utilizados são obtidos pelo pesquisador. Este artigo, em relação aos seus procedimentos, se encaixa como uma pesquisa documental uma vez que o banco de dados usado é composto por artigos científicos publicados, que orientam este estudo.

A bibliometria será utilizada com o objetivo de correlacionar os dados analisados, portanto esta pesquisa também é uma pesquisa bibliométrica. A bibliometria é uma técnica de análise de pesquisa que estuda livros e artigos, com o objetivo de quantificar, analisar e avaliar a produção científica acadêmica de temas (Ferreira, 2011) sendo uma técnica que se encaixa adequadamente nos objetivos deste artigo.

Majoritariamente, três leis específicas orientam a literatura de medição da produção científica: Lei de Lotka; Lei de Bradford e Lei zipf..

A Lei de Lotka ou a lei do quadrado inverso datada de 1926, foi construída a partir de um estudo sobre produtividade de pesquisadores, a partir da contagem de autores existentes entre 1906 e 1916 no periódico Chemical Abstracts. Alfred Lotka revelou que o número de pesquisadores que fazem n contribuições num determinado campo do conhecimento científico é, aproximadamente, $1/n^2$ daqueles que fazem uma contribuição, ou seja, poucos autores publicam muito, enquanto a maioria dos autores publica pouco, geralmente entorno de 60% dos autores que contribuem para um determinado campo, têm apenas um artigo publicado neste mesmo campo (Araújo, 2006; Melo Ribeiro, 2017; De Oliveira Lima & Leocádio, 2018).

Quanto à dispersão da produção científica de um campo entre as revistas especializadas, há a Lei de Bradford ou a lei de dispersão. Bradford explica que o primeiro passo é dividir o número total de publicações sobre um determinado tema em grupos com a mesma quantidade de artigos, tendo previamente ordenado periódicos em ordem crescente de produção de artigos sobre um determinado tema. Dividindo por três a quantidade total de artigos, o grupo com artigos mais publicados, até $1/3$ das publicações é o principal grupo ou o núcleo do tema. Nos

primeiros grupos há um número menor de periódicos (os mais produtivos, nomeados o grupo principal ou núcleo) e nos seguintes grupos, sucessivamente maiores quantidades de periódicos publicando quantidade igual de artigos (os grupos de extensão) de grupos anteriores (Melo Ribeiro, 2017; Araújo 2006).

A Lei zipf ou o princípio do menor esforço discute a análise da ocorrência de palavras em um texto. Este princípio estabelece que, embora um pequeno grupo de palavras tenha maiores taxas de ocorrência, grandes grupos de palavras têm uma ocorrência menor, portanto, o tema principal de um documento é assim definido pelas palavras mais prevalentes (Melo Ribeiro, 2017; De Oliveira Lima & Leocádio, 2018).

O uso da análise bibliométrica também se justifica por sua propriedade de cobrir longos períodos de tempo, possibilitando identificar, socializar e lançar luz sobre informações inerentes ao tema analisado (Nerur, Rasheed, & Natarajan, 2008).

A fim de alcançar as metas previamente estabelecidas, foi realizada uma coleta de dados utilizando o termo de busca “clientelis*” na plataforma *Web of Science*¹, utilizando-se o filtro “Brasil” sem delimitação temporal. O caractere "*" foi utilizado para capturar ambas variantes "clientelista" e "clientelismo" nos títulos, resumos e palavras-chave. Um total de 97 registros foram encontrados. Após a leitura dos resumos dos trabalhos, excluiu-se da amostra arquivos duplicados e trabalhos que não abordavam o clientelismo no contexto brasileiro. Desta forma, a amostra final foi composta por 79 artigos. Resumidos na Figura 1 estão os próximos passos desta pesquisa, divididos em duas fases:



Figura 1 - Passos da pesquisa

Fonte: Elaborado pelos autores

Criado por Pagani, Kovaleski e Resende (2017), o *Methodi Ordinatio* expresso na primeira etapa da fase 2 é uma ferramenta para analisar a relevância de uma publicação científica, criando um ranking utilizando o *InOrdinatio*², um índice que leva em consideração três variáveis: número de citações³, fator de impacto e ano de publicação. Desenvolvido diante do crescente número de publicações científicas nos últimos anos, à medida que se torna mais extenso e demorado quando se trata da seleção de material bibliográfico, o *Methodi Ordinatio* apresenta-se como um provedor de critérios adequado na seleção de obras que são de fato relevantes (Pagani, Kovaleski & Resende 2017)

4. RESULTADOS

Esta seção dedica-se à análise bibliométrica dos 79 artigos publicados em 54 periódicos e indexados na *Web of Science*, datando de 1984 até 2019.

A Figura 2 engloba os 54 periódicos responsáveis pela publicação dos artigos ora analisados, enfatizando aqueles que publicaram pelo menos 2 artigos que abordam o clientelismo enquanto tema, de maneira central ou atrelado à outras discussões no contexto brasileiro, datando de 1984 até 2020. A análise do gráfico presente na Figura 2 permite inferir

que os periódicos *Ciência & Saúde Coletiva*, e *Sociologias* são os principais periódicos se tratando o número de publicações, com 8 e 5 respectivamente.

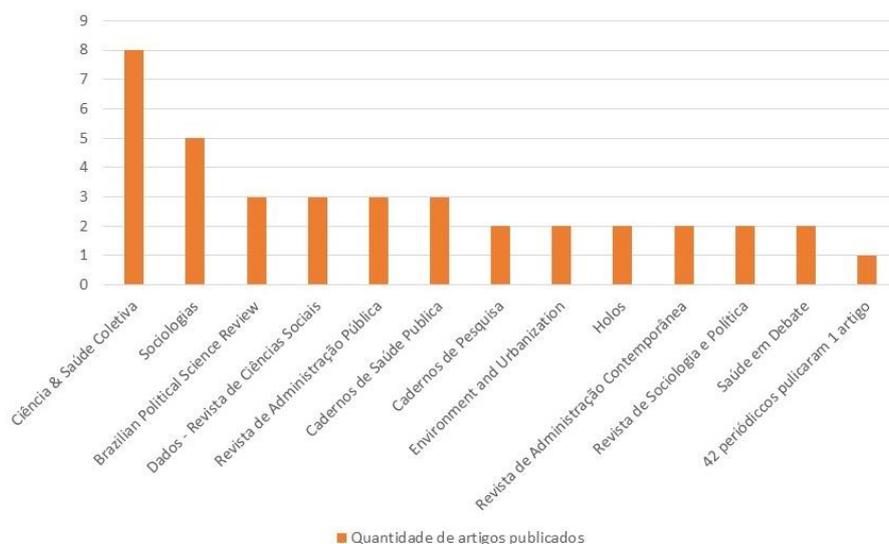


Figura 2 – Quantidade de artigos publicados por periódicos

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

A presença de um periódico dedicado a estudos sociais dentre os que mais publicaram sobre o tema ora abordado está em consonância com a própria natureza e definição do clientelismo. Este se configura como um fenômeno presente no âmbito da vida social e humana dos indivíduos (Salazar Rebolledo, 2018). Entretanto, vale a pena chamar à atenção para o fato de um periódico da área da saúde ser o mais profícuo em relação ao tema.

Uma explicação plausível reside na permanente e generalizada tensão existente entre o universalismo de procedimentos no âmbito do Sistema Único de Saúde, garantido pela Constituição Federal de 1988, e a atuação de políticas locais na intermediação entre usuários e serviços públicos de saúde, baseada em valores pessoais e não universalistas (Sposati & Lobo, 1992; De Paula Faleiros, 2009; Vieira, 2015).

Além disto, a Figura 2 permite contemplar também os seguintes periódicos em relação aos seus respectivos níveis de produção: *Brazilian Political Science Review* (3 publicações), *Dados – Revista de Ciências Sociais* (3 publicações), *Revista de Administração Pública* (3 publicações), *Cadernos de Saúde Pública* (3 publicações), *Cadernos de Pesquisa* (2 publicações), *Environment and Urbanization* (2 publicações), *Holos* (2 publicações), *Revista de Administração Contemporânea* (2 publicações), *Revista de Sociologia e Política* (2 publicações), *Saúde em Debate* (2 publicações)). Dentre estes periódicos, 2 são da área de ciências políticas; 1 da área de ciências sociais; 3 da área de administração e 2 da área da saúde, revelando a multidisciplinariedade do tema. De acordo com a classificação de periódicos quadrienal 2013-2016 da CAPES, dentre os periódicos citados, dois possuem conceito A1; cinco possuem conceito A2; um possui conceito B1 e um possui conceito B2, revelando que a abordagem do tema tem ocorrido dentro dos extratos mais altos, onde os periódicos possuem maior fator de impacto, e maior poder de disseminação de suas publicações.

De maneira geral, 12 periódicos publicaram dentre 2 e 8 artigos, enquanto 42 publicaram apenas 1 cada um. Em consonância com a Lei de Bradford (1934), no que tange a produtividade de revistas científicas, têm-se que o núcleo principal de revistas identificado por este estudo é formado por *Ciência & Saúde Coletiva*, *Sociologias*, *Brazilian Political Science Review*, *Dados*, *Revista de Administração Pública* e *Cadernos de Saúde Pública*. Neste sentido, estes periódicos compõem o grupo de revistas mais produtivas em relação ao tema abordado. A Figura 3 expressa graficamente a produção deste núcleo em relação aos demais 48 periódicos.

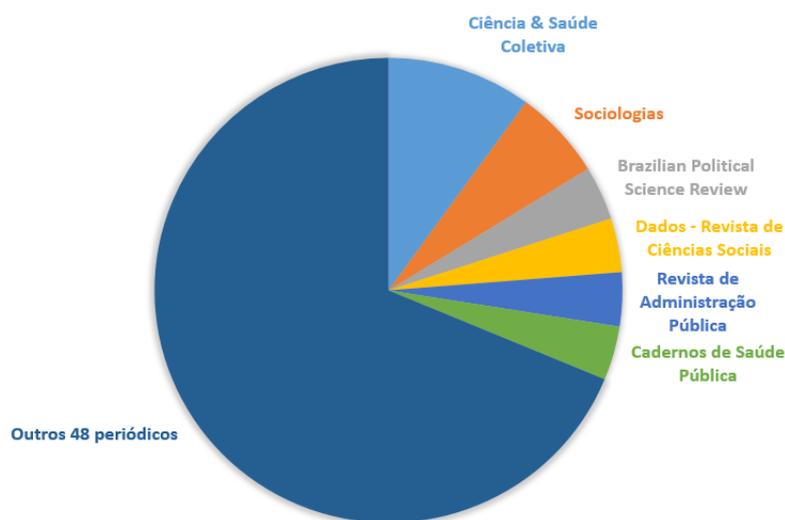


Figura 3- Núcleo principal de periódicos

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa

A análise da Figura 4 indica que os estudos que abordam o clientelismo de forma principal ou associado à outras discussões têm crescido nas últimas décadas, especialmente a partir de 2007, com redução em 2011 e 2014, mas desde então as publicações assumiram trajetória crescente, atingindo ápice em 2018. Desta forma, se realça o crescimento de 700% das publicações anuais desde a primeira em 1984 até 2019.

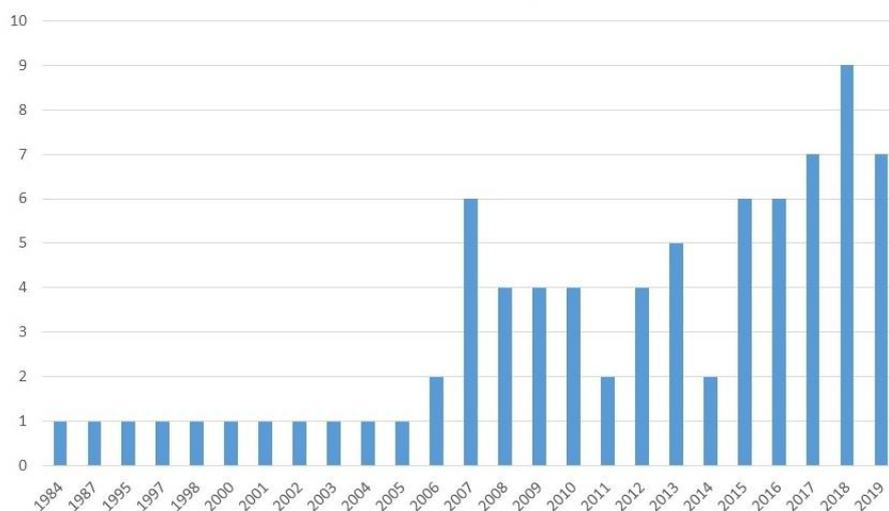


Figura 4 – Trabalhos publicados por ano

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa

Depreende-se desta maneira, que ao longo das décadas passadas o tema abordado vem paulatinamente angariando atenção na comunidade acadêmica. Entretanto, os números de publicações ainda são baixos quando comparados à outros temas relacionados, como a corrupção. Uma pesquisa na Web of Science utilizando-se o mesmos indexadores e sem restrições temporais, pelo termo corrupção, retornou 166 artigos. Este fato pode ter como uma de suas explicações a dificuldade de se lançar luz sobre as práticas clientelistas, pois como aponta Paulo Filho, Jorge Lobado e Coelho (2004), a ausência de uma definição precisa de entidades legítimas de representação da sociedade civil incorpora elementos discricionários ao processo participativo, gerando um ambiente propício para relações assimétricas entre “patronus” e clientes. Isto impede que outras partes adquiram conhecimento, e informações

suficientes para reconhecer as relações anteriormente citadas, como relações clientelistas (Pantín & Rama, 2018). Ainda no sentido de entender a diferença entre os números de trabalhos encontrados no que tange clientelismo e corrupção, Díaz e Raimán (2017) ressaltam que durante muito tempo os estudos que abordavam o clientelismo consideravam a corrupção como um mecanismo de troca clientelista, apontando que os termos “clientelismo” e “corrupção” comumente eram utilizados indistintamente. Pantín e Rama (2017) apontam ainda que em democracias, o protagonismo da corrupção enquanto tema se dá principalmente por um ser um fenômeno mais presente nas elites políticas e econômicas, se comparada ao clientelismo.

Em relação aos acadêmicos responsáveis pela produção dos artigos aqui analisados, destaca-se: Celina Souza e Marta Mendes Rocha, com 3 artigos publicados acerca do tema abordado. Com 2 artigos publicados cada um, cabe destacar Pedro Riberto Jacobi, Carmen Fontes Teixeira, Afonso de Albuquerque, Jairnilson Silva Paim e Janaina Rigo Santin. É interessante ressaltar que dos 7 autores destacados, 4 são de instituições de ensino da região Sudeste do Brasil (UNIRIO, UFJF, USP, UFF); 2 autores são de uma mesma instituição na região Nordeste (UFBA) e um autor pertence à instituição da região Sul (UPF).

Dos 141 autores encontrados nesta pesquisa, 7 (4,96%) publicaram mais de um artigo; em consonância com a Lei de Lotka, verificou-se que a maior parte dos autores publicou apenas 1 artigo, mais especificamente 134 deles (95,04%). Desta forma, joga-se luz sobre a produtividade dos autores, revelando que poucos autores publicam muito e muitos autores publicam pouco, assim é possível reconhecer os pesquisadores mais profícuos, e que contribuem em maior peso para o aperfeiçoamento do tema ou campo (Vanti, 2002). Estudos como Moretti e Campanario (2009), Cardoso et al. (2005) e Urbizagastegui (2008) denotam a importância de se associar a Lei de Lotka com a produtividade de pesquisadores.

Ainda em relação aos autores identificados neste estudo, apesar de se destacar os mais profícuos em relação aos demais, percebe-se que o número de autores que publicaram mais de 1 artigo é muito pequeno, o que leva a crer o clientelismo ainda não está inserido em uma agenda de pesquisa consolidada, sendo dispensada atenção difusa ao assunto. Soma-se à inferência anterior o fato de que nenhuma rede expressiva de coautoria entre pesquisadores ou instituições foi encontrada. Trabalhos como o de Glanzel e Schubert (2004), Han *et al.* (2009) e Newman (2004) ressaltam a importância de redes científica de colaboração e coautoria para o amadurecimento e disseminação de informações a respeito de uma determinada área ou tema. Neste sentido, a ausência de uma rede de colaboração para a produção de trabalhos no que tange o clientelismo pode explicar em parte o baixo número de trabalhos encontrados assim como a falta de clareza teórica já ressaltada anteriormente.

A Figura 5 apresenta a nuvem de palavras-chave (Francisco, 2011) encontradas nos 79 artigos analisados neste estudo.



Figura 5 – Palavras-chave

Fonte: Dados da pesquisa

A análise da nuvem de palavras na Figura 5 revela as palavras clientelismo, estado, Brasil e política como as mais frequentes. Estas palavras vão ao encontro do tema desta pesquisa, uma vez que essa se propôs a analisar artigos que discorrem sobre a prática clientelista no contexto brasileiro, de maneira exclusiva ou associada à outros contextos. A análise revela também que o tema clientelismo foi associado à conceitos como participação e cidadania, conceitos que ocupam um lugar de oposição à práticas clientelistas, como apresentado por Salazar Rebolledo (2018), Pantín e Rama (2018) e Bahia (2013). Políticas públicas também aparecem com certo destaque, tendo em vista que os serviços prestados à população, previstos por políticas públicas, são a principal moeda de troca no que tange à prática clientelista. Estes achados remetem à Lei de Zipf que através do cálculo de frequência do aparecimento de palavras em textos, estabelece uma lista de temas que são possivelmente mais abordados (Vanti, 2002) referindo-se ao assunto que é abordado no texto.

Visando entender melhor o contexto destas palavras-chave, utilizou-se o *software VOSviewer* para agrupar estas palavras em clusters. Aparecem, na Figura 6, palavras-chave que foram utilizadas no mínimo em dois artigos diferentes.

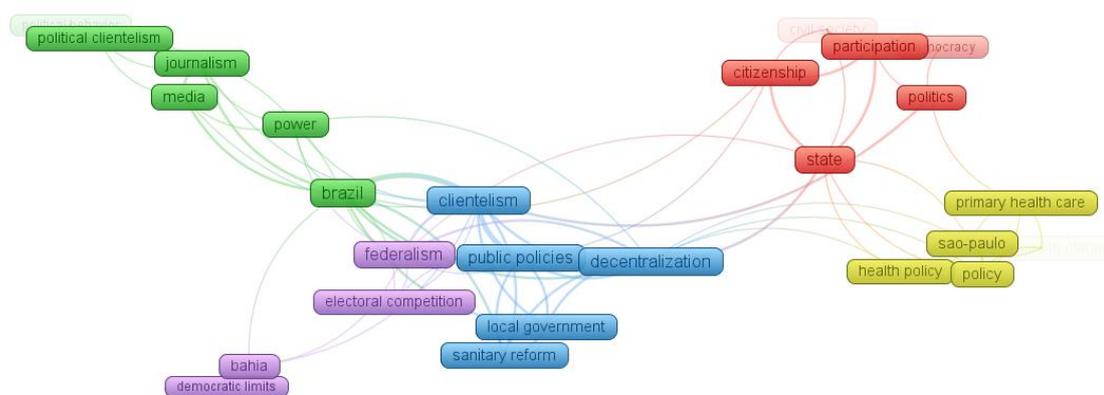


Figura 6 – Clusters de palavras-chave

Fonte: Dados da pesquisa

Na Figura 6 é possível identificar cinco principais clusters. O cluster verde é composto pelas palavras: clientelismo político, jornalismo, mídia, poder e Brasil. O cluster lilás é composto pelas palavras: Bahia, limites democráticos, competição eleitoral e federalismo. Compõem o cluster azul as palavras: clientelismo, políticas públicas, descentralização, governo local, reforma sanitária. O cluster vermelho é composto pelas palavras: participação, cidadania, política, estado, sociedade civil e democracia. Compõem o cluster amarelo as palavras: política de saúde, política, São-Paulo, atenção básica de saúde, planejamento de saúde.

As palavras associadas ao cluster de cor verde corroboram com o estudo realizado por Salazar Rebolledo (2018), onde o mesmo expressa que o poder existente no clientelismo político faz emergir vínculos diretos e individuais entre o “patronus” e o cliente, por meio da lealdade estabelecida. Segundo o autor, tal tipo de relação pode ser estabelecido por políticos e donos de meios de comunicação, culminando na complacência da mídia com os atos praticados pelo “patronus”. Além disso, Brachet-Márquez (1992) destaca que exercer o controle das mídias sociais é de extrema importância para a perpetuação das relações clientelistas, visto que, segundo Fort (2017), o maior inimigo do clientelismo são as denúncias realizadas pelos meios de comunicação e de modo especial, os jornais.

O cluster lilás é composto por termos chaves do estudo realizado por Luiz Henrique Nunes Bahia, intitulado de “O poder do clientelismo: raízes e fundamentos da troca política” publicado em 2003. O presente livro é uma obra importante acerca do clientelismo ocorrido no mundo

competitivo das democracias partidárias. Bahia (2003) debruça seus esforços a fim de dar luz sobre o clientelismo praticado entre partidos e governos, que utilizam os recursos públicos para manter e aumentar a sua clientela, fazendo emergir uma competição eleitoral com o intuito de manter o partido no poder. Adicionalmente, o autor aponta que a relação clientelista não se limita a um único nível federativo, deste modo, sua presença é percebida no âmbito municipal, estadual e federal. Concomitantemente, é expresso que a relação clientelista se transforma a fim de perpetuar dentro dos limites democráticos.

As palavras que compõem o cluster azul corroboram com os autores Díaz e Raimán (2017), Fort (2017), Paulo Filho, Lombardo e Coelho (2004) e Farias e Piauí (2000), de acordo com tais autores a descentralização do poder estatal causada pelo federalismo, influencia diretamente no poder do governo local. Estes por sua vez utilizam da desigualdade social brasileira para que haja a perpetuação do clientelismo, isto porque, o governo local se apropria dos recursos públicos para construir sua rede de clientes e se perpetuar no poder executivo e/ou legislativo. Neste caso, o “patronus” utiliza da sua discricionariedade para determinar que as políticas públicas beneficiem fins particulares de seus clientes.

O cluster vermelho deixa em evidência que o clientelismo contemporâneo, conforme Santos (2005) e Farias e Piauí (2000), emergiu da passagem do poder dos coronéis para os políticos. Estes utilizam da imagem da democracia para promover a relação clientelista por meio de ações políticas. Segundo os autores, a concessão de favores entre “patronus” e clientes têm mudado ao longo das últimas décadas devido ao aumento da participação da sociedade civil no Estado. Deste modo, destaca-se que a cidadania bem como a participação da sociedade civil pode minimizar o número de ações clientelistas (Salazar Rebolledo, 2018; Pantín & Rama, 2018; Bahia, 2013).

Os termos que compõem o cluster amarelo destacam um problema público que é relatado por Auyero (2004), para este dentre os inúmeros problemas públicos que afetam a vida da população, a saúde recebe destaque. Deste modo, o autor afirma que muitos políticos utilizam deste enclave social para fazer clientes. Neste caso, o “patronus” utiliza de sua discricionariedade para manipular as políticas e o planejamento de saúde, conseqüentemente, ele usa as políticas de saúde e as ações da atenção básica de saúde para se promover e criar vínculos com os cidadãos.

4.1 Os cinco artigos mais relevantes

Por intermédio do *Method Ordinatio* foi construído um ranking utilizando o *InOrdinatio*, onde tornou-se possível identificar os artigos de maior relevância sobre o tema, segundo os critérios utilizados pelo método A seguir apresenta-se os cinco artigos mais relevantes sobre o conteúdo em análise.

Rethinking Clientelism: Demands, Discourses and Practices in Contemporary Brazil (Gay, 1998). Na construção deste estudo teórico, Robert Gay utilizou da análise documental. Como forma de sustentar sua linha argumentativa, o autor lançou mão de estudos precursores ao seu, também focados no clientelismo, ora corroborando achados presentes nestas obras, ora apresentando contrapontos e limitações das obras. O autor ao delinear os períodos políticos nacionais, aponta o clientelismo como fenômeno persistente no cenário político no decorrer das décadas do século XX, apontando que o principal entendimento quanto a sua forma de perpetuação se encontra na abismal desigualdade social Brasileira. Neste sentido, Gay (1988) assume uma posição crítica quanto as amplamente relatadas conseqüências do clientelismo, revelando que estas vão além de desfragmentar a mobilização dos setores mais vulneráveis da sociedade, prejudicar a participação política efetiva, limitar o universalismo e enfraquecer a pressões do setor privado sobre o Estado. Para o autor, o entendimento da relação clientelista não poder ser estático, devido à complexidade e fluidez do fenômeno. Neste sentido, ele expõe a moderna relação clientelista como uma das armas mais importantes e efetivas de participação política por parte da parcela mais vulnerável da sociedade. Gay (1988) conclui que o

clientelismo enquanto fenômeno é raramente objeto de escrutínio, sendo representado de forma demasiadamente simplificada, negligenciando o papel deste fenômeno na promoção dos cidadãos mais vulneráveis enquanto agentes de mudanças políticas e sociais.

Do Clientelismo à Cooperação: governos locais, políticas participativas e organização da sociedade civil em Porto Alegre (Abers, 1998). O estudo foi elaborado a partir de uma pesquisa de campo realizada em Porto Alegre entre 1993 e 1997. A autora utilizou como métodos de coleta de dados entrevistas e pesquisa participante, para tanto, Abers (1998) contou com mais de 700 participantes da pesquisa. Trata-se de um texto descritivo e exploratório. Este estudo teve como foco examinar um evento particularmente notável de criação de organização cívica por meio da ação estatal, possuindo como objeto de análise os Orçamentos Participativos implementados na cidade de Porto Alegre em 1989. Abers (1998) expõe que a gênese desta política visou transferir as decisões sobre investimentos municipais em infraestrutura para as assembleias de bairros, proporcionando o empoderamento da sociedade civil e ação coletiva, bem como o rompimento de relações clientelistas. A autora demonstra no estudo como ocorreu a evolução das ações realizadas pelas assembleias de bairros nas políticas participativas. Tal alteração fez com que as ações clientelistas minimizassem e houvesse o aumento da cooperação. Deste modo, a criação do Orçamento Participativo culminou no aumento da participação cívica nas assembleias e na criação de associações. Abers (1998) conclui que a sociedade civil se mobiliza quando ocorre à abertura de “janelas de oportunidade” que provam que os resultados de suas ações serão benéficos, ademais, a autora afirma que o processo de organização da sociedade civil descrito no estudo possuiu em sua grande maioria atores das classes sociais desprovidas de poder.

Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: Uma Discussão Conceitual (Carvalho, 1997). O artigo é uma revisão para auxiliar o avanço nas pesquisas empíricas. O trabalho retrata conceitos como mandonismo, coronelismo, clientelismo, patrimonialismo, feudalismo, mas o foco permanece nos três primeiros conceitos. Inicialmente é colocado por Carvalho (1997) a dificuldade no uso dos conceitos básicos, mas é sobre esta lacuna que o mesmo constrói o estudo, na intenção de colaborar com o avanço das pesquisas empíricas. O autor retrata primeiro o conceito de coronelismo, que segundo ele é um sistema político baseado nas barganhas entre o governo e os coronéis. O mandonismo, segundo conceito apresentado, não é um sistema, mas uma característica da política tradicional, onde o mandão exerce sobre a população domínio, em virtude do controle sob algo estratégico e necessário. Por fim, é tratado o conceito de clientelismo, que de acordo com o autor sempre foi utilizado de maneira frouxa. É a relação de atores políticos que envolve a troca de benefícios políticos, como por exemplo, cargos públicos em troca de apoio político. Carvalho (1997) argumenta que o coronelismo envolve trocas de natureza clientelista, mas que não podem ser equivalentes, pois, este último, é um fenômeno muito mais amplo, e acrescenta que, é o mandonismo numa perspectiva bilateral. O autor considera que o clientelismo aumentou com a queda do coronelismo e com a diminuição do mandonismo. O autor expõe que os conceitos estão relacionados, mas que não representam a mesma coisa, uma vez que cada um apresenta curvas diferentes de evolução. Para Carvalho o menos polêmico é o mandonismo e, por isso, aprofunda a discussão em torno do clientelismo e do coronelismo, trazendo as divergências nos conceitos propostos por outros autores. O autor finaliza afirmando que a precisão nos conceitos garante vantagem para a pesquisa e que o importante no debate é identificar a natureza da dominação.

Construção e Consolidação de Instituições Democráticas: papel do orçamento participativo (Souza, 2001). A autora construiu o artigo tendo como base uma pesquisa bibliográfica sobre orçamento participativo, com foco na de Porto Alegre e de Belo Horizonte. Aumentar a participação da sociedade nas deliberações acerca das políticas públicas é uma das maneiras de construir instituições democráticas. Celina Souza (2001) apresenta que a maior participação social se dá, nos governos locais, da criação de conselhos comunitários até o Orçamento Participativo (OP), que conforme apresentado possui diferentes interpretações na literatura, mas que em um esforço a autora o divide em quatro blocos: gestão, educação, política

e mudança social. A autora relata o paradoxo existente no OP por meios de perguntas que confrontam a realidade brasileira com o que o OP requer e oferece, como por exemplo, a manutenção ainda de práticas clientelistas. O estudo concentrou esforços em debater as principais teses e argumentos encontrados na literatura sobre as experiências de OP em Porto Alegre e Belo Horizonte. Souza (2001) apresenta que apesar das teses e resultados em OP necessitarem de pesquisas mais aprofundadas a experiência tem possibilitado que indivíduos que moram em regiões periféricas das cidades possam participar de decisões sobre investimentos que devem priorizar em suas comunidades. A autora finaliza expondo que independente dos méritos ou dos problemas da experiência, é relevante considerar que não existe um modelo de OP, mas sim, várias experiências e considera que o seu maior risco está na busca de copiar o modelo de cidades que deram certo. Ela acredita que a força do OP nas cidades analisadas esteja na capacidade de incluir indivíduos marginalizados no processo decisório, mas não deixa de assinalar que isso pode abalar o frágil equilíbrio entre o executivo e o legislativo local.

Configuração institucional e gestão do Sistema Único de Saúde: problemas e desafios (Paim & Teixeira, 2007). O artigo de Paim e Teixeira (2007) teve o objetivo de identificar e analisar a problemática da “institucionalidade” do Sistema Único de Saúde (SUS) destacando uns nós críticos para serem enfrentados para a volta e intensificação do projeto da Reforma Sanitária Brasileira. Os autores levantam a discussão em torno do sistema de saúde que é universal, integral, descentralizado e democrático. A Reforma Sanitária, de acordo com os autores, obteve conquistas, contudo, enfrentou significativos obstáculos no final do século XX e início do século XXI, na medida que aparecem problemas de financiamento do SUS, na gestão, falta de profissionalização de gestores, a descontinuidade administrativa, o clientelismo político e a interferência no funcionamento dos serviços. Os autores apresentam algumas mudanças em vista de superar o clientelismo, o cooperativismo e o amadorismo, como mudanças na estrutura organizacional do Ministério da Saúde e em Secretarias, profissionalizar a gestão do sistema, estabelecimento de planos de cargos, carreira e salários, assim como problematizar a dimensão ética. Em várias passagens do estudo, mas em especial no fim, os autores ressaltam a importância que o SUS representa para a sociedade e como seus recursos são importantes para a manutenção do atendimento daqueles que necessitam. Reforçam ainda que para o SUS desejado é necessário acabar com o Estado patrimonialista, privatizado, autoritário, burocrático e clientelista (Paim & Teixeira, 2007).

5. CONCLUSÃO

De modo geral, podemos definir que o clientelismo trata-se de uma relação estabelecida por duas partes (cliente e “patronus”) sem a presença de intermediadores. O “patronus” é um indivíduo (geralmente um político) que busca apoio por meio de concessões de favores realizadas em prol do cliente, este por sua vez possui algo que é de interesse do primeiro, realizando assim uma troca, onde ambas as partes são privilegiadas. Contudo, a presente relação é desigual, já que os membros não possuem o mesmo poder de troca e nem todos os cidadãos possuem essa possibilidade de troca. Sua ocorrência está vinculada a conversas onde ambas as partes demonstram seu interesse, estabelecendo um acordo personalizado e informal, ficando acordado o que ambas as partes devem proporcionar a outra. A existência de relações clientelistas está vinculada à cultura organizacional, não apenas brasileira, mas também mundial em razão do clientelismo ser detectado em todo o mundo, conforme destacado pelos estudos de Pantín e Rama (2018) e, Diaz e Raimán (2017).

O clientelismo, ainda que seja um traço da cultura organizacional que permeia tanto o Brasil quando outros países é um empecilho a democracia, afinal, para que haja a sua manutenção são exercidas ações que minimizam os direitos dos cidadãos em prol do beneficiamento de um número restrito. Embora a presente relação clientelista seja identificada no Brasil desde a sua colonização, este tema até o presente momento não é utilizado como objeto de muitos estudos

se comparado com outros temas, como corrupção, por exemplo. A desvalorização do tema dificulta o entendimento do que é o clientelismo de fato e de como as suas relações podem acarretar no aumento de assimetrias e a privatização do público. Assim, com um baixo quantitativo de produção, pouco se é discutido sobre o tema e, conseqüentemente, torna-se mais difíceis avanços teóricos que refinem e esclareçam melhor o fenômeno, bem como identificar e mitigar as relações clientelistas.

O presente estudo possui como limitações ter como objeto de análise os artigos científicos produzidos no contexto brasileiro e ter realizado a análise descritiva somente dos cinco estudos mais relevantes segundo o ranking obtido pelo *InOrdinatio*. À vista disso, têm-se como propostas para estudos futuros: (i) a análise bibliométrica contendo os estudos desempenhados em contexto mundial; (ii) a análise descritiva de um número maior de artigos que abordem sobre o tema. Outra limitação é a utilização de apenas uma base de dados para o presente estudo, a *Web of Science*, deste modo, também para pesquisas futuras indica-se a utilização de outras bases de dados que possam aprimorar novos estudos.

Em termos de contribuições, o estudo contribui em dois aspectos, para a academia e para a prática. Como contribuição acadêmica destaca-se que pesquisadores, docentes e acadêmicos estarão de posse de resultados que possibilitam a estruturação de pesquisas e materiais científicos que tenham como tema o clientelismo e como pano de fundo a cultura. Além disso, é possível identificar tendências de pesquisa, do que foi e pode ser explorado acerca do tema. As contribuições práticas soam de forma que a administração pública reconheça a necessidades de aprofundamento teórico e empírico sobre o tema, que sirvam de base para posicionamentos mais críticos e atualizados.

O clientelismo gera disfunção na democracia indo em direção contrária da mesma. A partir do momento que se estabelece um posicionamento mais crítico à cerca deste fenômeno, considerando-o como um elemento cultural, entende-se melhor suas raízes, formas de perpetuação, adaptação e como tal prática pode ser mitigada, gerando ganho social, uma vez que a relação clientelista é uma prática que não gera ganhos para o todo.

¹ SciELOCitation Index; *Web of Science Core Collection*

² $InOrdinatio = \left(\frac{Fi}{1000}\right) + \left(\alpha * (10 - (AnoPesq - AnoPub))\right) + (Ci)Fi$ é o fator de impacto; α é definido pelo pesquisador e se refere à relevância do ano de publicação do artigo para a pesquisa, variando de 1 (menos relevante) a 10 (mais relevante) Neste artigo optou-se por 1; Ci é o número de citações do artigo.

³ *Google Scholar*

REFERÊNCIAS

- Abers, R. (1998). Do Clientelismo à Cooperação: governos locais, políticas participativas. *Cadernos Ippur*, 47.
- Araújo, C. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em questão*, 12(1), 11-32.
- Auyero, J. (2004). Clientelismo político. *Las caras ocultas. Buenos Aires: Capital Intelectual*.
- Azevedo, F. (1958). *A cultura brasileira: introdução ao estudo da cultura no Brasil. 3. A transmissão da cultura*. Ed. Melhoramentos.
- Bahia, L. H. N. (2003). O poder do clientelismo: raízes e fundamentos da troca política. *Renovar*.

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2007). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: vozes.
- Brachet-Marquez, V. (1992). Explaining sociopolitical change in Latin America: the case of Mexico. *Latin American Research Review*, 27(3), 91-122.
- Carbone, P. P. (2000). Cultura organizacional do setor público brasileiro: desenvolvendo uma metodologia de gerenciamento da cultura. *Revista de Administração Pública*, 34(2).
- Cardoso, R. L., de Mendonça Neto, O. R., Riccio, E. L., & Sakata, M. C. G. (2005). Pesquisa científica em contabilidade entre 1990 e 2003. *RAE-revista de administração de empresas*, 45(2), 34-45.
- Carvalho, J. M. D. (1997). Mandonismo, coronelismo, clientelismo: uma discussão conceitual. *Dados*, 40(2).
- Cervo, A. L., & Bervian, P. A. (1980). *Metodologia científica*. McGraw Hill.
- de Oliveira Lima, S. H., & Leocádio, Á. L. (2017). MAPEANDO A PRODUÇÃO CIENTÍFICA INTERNACIONAL SOBRE INOVAÇÃO ABERTA| MAPPING THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC PRODUCTION ABOUT OPEN INNOVATION. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação (Brazilian Journal of Management & Innovation)*, 5(2), 181-208.
- de Paula Faleiros, V. (2009). Prioridade versus escassez de recursos em saúde. *Revista Bioética*, 5(1).
- Díaz, E. M., & Raimán, D. P. (2017). Clientelismo y corrupción en contextos de baja estatalidad, una relación mutualista. *Revista de Sociología e Política*, 25(64), 73-98.
- Ferreira, M. P. (2011). A bibliometric study on Ghoshal's managing across borders. *Multinational Business Review*.
- Francisco, E. D. R. (2011). RAE-Eletronica: exploration of archive in the light of bibliometrics, geoanalysis and social network. *Revista de Administração de Empresas*, 51(3), 280-306.
- Fleury, M. T. L., & Fischer, R. M. (1989). *Cultura e poder nas organizações*. Atlas.7
- Fort, J. T. (2017). El fenómeno social del clientelismo en España. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 13(1), 93-111.
- Freidenberg, F. (2017). La otra representación: vínculos clientelares a nivel local en México. *Andamios*, 14(34), 231-258.
- Freitas, A. D. (1997). Traços brasileiros para uma análise organizacional. *Cultura organizacional e cultura brasileira*. São Paulo: Atlas, 38-54.
- Gay, R. (1998). Rethinking clientelism: demands, discourses and practices in contemporary Brazil. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe/European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 7-24.
- Glänzel, W., & Schubert, A. (2004). Analysing scientific networks through co-authorship. In *Handbook of quantitative science and technology research* (pp. 257-276). Springer, Dordrecht.
- Hall, R. H. (1984). *Organizações: estrutura e processos*. Prentice-Hall do Brasil.
- Han, Y., Zhou, B., Pei, J., & Jia, Y. (2009, April). Understanding importance of collaborations in co-authorship networks: A supportiveness analysis approach. In *Proceedings of the 2009*

- SIAM international conference on data mining (pp. 1112-1123). Society for Industrial and Applied Mathematics.
- Hofstede, G. (1994). Cultures and organizations: 7 intercultural cooperation and its importance for survival (software for the mind).
- Holanda, S. D. (1989). Raízes do Brasil. 21ª ed.
- Junior, C. P. Formação do Brasil contemporâneo e colônia. São Paulo: Brasiliense, 1965.
- Melo Ribeiro, H. C. (2017). Bibliometria: quinze anos de análise da produção acadêmica em periódicos brasileiros. *Biblios*, (69), 1-20.
- Moog, V. (1981). Bandeirantes e pioneiros: paralelo entre duas culturas. Livros do Brasil.
- Moretti, S. L. D. A., & Campanario, M. D. A. (2009). A produção intelectual brasileira em responsabilidade social empresarial-RSE sob a ótica da bibliometria. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(SPE), 68-86.
- Morgan, G. Imagens da Organização. São Paulo: Atlas, 1996. Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças na teoria das organizações In: CALDAS, M, 12-33.
- Nerur, S. P., Rasheed, A. A., & Natarajan, V. (2008). The intellectual structure of the strategic management field: An author co-citation analysis. *Strategic Management Journal*, 29(3), 319-336.
- Newman, M. E. (2004). Who is the best connected scientist? A study of scientific coauthorship networks. In *Complex networks* (pp. 337-370). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Pagani, R. N., Kovaleski, J. L., & de Resende, L. M. M. (2017). Avanços na composição da Methodi Ordinatio para revisão sistemática de literatura. *Ciência da Informação*, 46(2).
- Paim, J. S., & Teixeira, C. F. (2007). Configuração institucional e gestão do Sistema Único de Saúde: problemas e desafios. *Ciência & saúde coletiva*, 12, 1819-1829.
- Pantín, J. M., & Rama, J. (2018). Inframunicipalismo e clientelismo. Abordagens ao fenômeno a partir de suas práticas associadas. *Opinião Pública*, 24(3), 596-621.
- Paulo Filho, M., Lombardo, V. J., & Coelho, A. F. (2004). Acesso ao poder. Clientelismo e democracia participativa desconstruindo uma dicotomia. *Civitas-Revista de Ciências Sociais*, 4(2), 211-233.
- Paulo Filho, M., Lombardo, V. J., & Coelho, A. F. (2004). Acesso ao poder. Clientelismo e democracia participativa desconstruindo uma dicotomia. *Civitas-Revista de Ciências Sociais*, 4(2), 211-233.
- Pires, J. C. D. S., & Macêdo, K. B. (2006). Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 40(1), 81-104.
- Raupp, F. M., & Beuren, I. M. (2006). Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 76-97.
- Roza, M. C., Machado, D. G., & Quintana, A. C. (2011). Análise bibliométrica da produção científica sobre contabilidade pública no Encontro de Administração Pública e Governança (ENAPG) e na Revista de Administração Pública (RAP), no período 2004-2009. *ConTexto*, 11(20), 59-72.

- Salazar Rebolledo, M. G. (2018). Fighting against clientelism. Governmental publicity and the survival of a critical press. *Colombia Internacional*, (95), 203-230.
- Schein, E. H. (1984). Coming to a new awareness of organizational culture. *Sloan management review*, 25(2), 3-16.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative science quarterly*, 339-358.
- Souza, C. (2001). Construção e consolidação de instituições democráticas: papel do orçamento participativo. *São Paulo em perspectiva*, 15(4), 84-97.
- Sposati, A., & Lobo, E. (1992). Controle social e políticas de saúde. *Cadernos de Saúde Pública*, 8, 366-378.
- Teixeira, J. (2012). Cultura e mudança organizacional: um estudo de caso no Instituto Federal Catarinense—Câmpus Sombrio. 221 f (Doctoral dissertation, *Dissertação (Mestrado em Administração)—Programa de Pós-graduação em Administração*, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau).
- Urbizagastegui, R. (2016). Bibliometria, Infometria, Cienciometria e outras " métricas" no Brasil. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, 21(47), 51-66.
- Vanti, N. A. P. (2002). Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. *Ciência da informação*, 31(2), 369-379.
- Vieira, A. C. (2015). Clientelismo e serviços de saúde. *Revista de Políticas Públicas*, 6(1), 9-40.