Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas (FACE)
Departamento de Administração (ADM)
Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA)
Especialização em Gestão Pública Municipal

Darci Kreis Junior

DO PATRIMONIALISMO ANALÓGICO AO PATRIMONIALISMO DIGITAL: redes sociais, promoção pessoal de gestores públicos e os limites do interesse público

Brasília (DF)
2026

Darci Kreis Junior

DO PATRIMONIALISMO ANALÓGICO AO PATRIMONIALISMO DIGITAL: redes sociais, promoção pessoal de gestores públicos e os limites do interesse público

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração e ao PPGA da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do certificado de Especialista em Gestão Pública Municipal.

Orientadora: Profª Francielle Rodrigues do Nascimento Voltarelli de Freitas

CIP - Catalogação na Publicação

Kreis Junior, Darci.
KK92dp Do patrimonialismo analógico ao patrimonialismo digital: redes sociais, promoção pessoal de gestores públicos e os limites do interesse público / Darci Kreis Junior;

Orientador: Francielle Rodrigues do Nascimento Voltarelli de Freitas. Brasília, 2026.
60 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização - Especialização em Gestão Pública Municipal) Universidade de Brasília, 2026.

1. Patrimonialismo Digital. 2. Comunicação Institucional. 3. Princípio da Impessoalidade. 4. Mídias Sociais. 5. Matriz Analítica. I. Rodrigues do Nascimento Voltarelli de Freitas, Francielle, orient. II. Título.

DARCI KREIS JUNIOR

DO PATRIMONIALISMO ANALÓGICO AO PATRIMONIALISMO DIGITAL: redes sociais, promoção pessoal de gestores públicos e os limites do interesse público

BANCA EXAMINADORA

_____

Profª Francielle Rodrigues do Nascimento Voltarelli de Freitas

PPGA/FACE/UnB

Presidente – Orientadora

_____

Prof Dr Edilson Bezerra da Silva

PPGA/FACE/UnB

Membro Externo

Brasília (DF)

2026

Dedico este trabalho ao meu filho, Antônio, com o desejo de que sirva de inspiração para a sua própria jornada e como prova de que o conhecimento é o maior legado que podemos construir. Também, aos meus pais, pelo exemplo de vida e pelo apoio incondicional que tornaram possível este caminho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, pelo suporte oferecido a mim para que eu pudesse avançar nesta caminhada, e ao meu querido filho, Antônio, sempre fonte de amor e inspiração. Agradeço também aos meus amigos e colegas de universidade. À Coordenação do Curso e aos Professores, por toda a dedicação dispensada a nós, discentes. E, finalmente, a minha Orientadora, Professora Francielle Rodrigues do Nascimento Voltarelli de Freitas, cujo auxílio na condução desta etapa final foi fundamental para a finalização deste trabalho.

“A política permeia nossa existência, insinuando-se nos espaços mais íntimos.” (Angela Davis)

RESUMO

O presente estudo analisa o uso das mídias sociais por gestores públicos e sua correlação com a promoção pessoal, partindo dos conceitos clássicos do patrimonialismo para verificar se tais condutas configuram uma manifestação contemporânea, o patrimonialismo digital, na administração pública brasileira. O objetivo geral reside em mapear e analisar como a literatura recente aborda o uso de redes sociais por gestores, especialmente do Poder Executivo brasileiro, como uma atualização do patrimonialismo, configurando um “patrimonialismo digital”, identificando as dimensões conceituais ainda pouco definidas em relação ao patrimonialismo analógico tradicional. Metodologicamente, a pesquisa fundamenta-se em um denso referencial teórico acerca do patrimonialismo tradicional e, em seguida, investiga casos judiciais e administrativos emblemáticos que envolvem o desvio de finalidade digital por agentes públicos. A partir desse cenário empírico, delineiam-se os mecanismos instrumentais, principiológicos e históricos que caracterizam o fenômeno. Isto para verificar as características do patrimonialismo digital e correlacioná-las com o patrimonialismo clássico para permitir sua esquematização. A principal contribuição do trabalho reside na identificação de categorias analíticas e elementos caracterizadores do patrimonialismo digital, contribuindo para aproximar a literatura clássica sobre patrimonialismo dos fenômenos contemporâneos da comunicação pública em ambientes digitais.

Palavras-chave: Patrimonialismo Digital. Comunicação Institucional. Princípio da Impessoalidade. Mídias Sociais. Matriz Analítica.

ABSTRACT

This study analyzes the use of social media by public managers and its correlation with personal promotion, starting from the classic concepts of patrimonialism to verify if such conduct constitutes a contemporary manifestation, digital patrimonialism, in Brazilian public administration. The general objective is to map and analyze how recent literature addresses the use of social networks by managers, especially in the Brazilian Executive Branch, as an update of patrimonialism, configuring a "digital patrimonialism", identifying the conceptual dimensions that are still poorly defined in relation to traditional analog patrimonialism. Methodologically, the research is based on a dense theoretical framework about traditional patrimonialism and then investigates emblematic judicial and administrative cases involving the misuse of digital resources by public agents. From this empirical scenario, the instrumental, principled, and historical mechanisms that characterize the phenomenon are outlined. This is to verify the characteristics of digital patrimonialism and correlate them with classic patrimonialism to allow its schematization. The main contribution of this work lies in identifying analytical categories and characterizing elements of digital patrimonialism, helping to bring the classic literature on patrimonialism closer to contemporary phenomena of public communication in digital environments.

Keywords: Digital Patrimonialism. Institutional Communication. Principle of Impersonality. Social Media. Analytic Matrix.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quadro 1 - Síntese dos resultados encontrados 45
Quadro 2 – Matriz Analítica do Patrimonialismo Digital 47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **12**
2 REFERENCIAL TEÓRICO **15**
2.1 Patrimonialismo e suas bases conceituais 15
2.2 Ramificações do patrimonialismo: neopatrimonialismo, clientelismo, cooptação e personalismo 17
2.3 Patrimonialismo e administração pública brasileira 20
2.4 Impessoalidade, publicidade e promoção pessoal 22
2.5 Redes Sociais e Comunicação Pública 24
2.6 Em direção ao “patrimonialismo digital” 25
3. MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA **29**
3.1 Caracterização da Pesquisa **29**
3.2 Abordagem e Tipo de Pesquisa 30
3.3 Fontes 30
3.4 Critérios de Seleção de Documentos 31
3.5 Análise Documental 32
3.6 Uso de Inteligência Artificial 33
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS **33**
4.1 Uso de perfil pessoal para divulgação institucional **33**
4.2 Autopromoção e fortalecimento da imagem pessoal 38
4.3 Entrelaçamento entre perfil pessoal e institucional 41
4.4 Do patrimonialismo digital 44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS **52**
REFERÊNCIAS **54**
APÊNDICE A - DECLARAÇÃO DE AUTORIA E USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL **60**

1 INTRODUÇÃO

O tema do patrimonialismo traz conceitos clássicos discutidos no âmbito do Brasil há algumas décadas por autores como Raymundo Faoro e Sérgio Buarque de Holanda, cada qual com suas especificidades. De modo geral, podemos dizer que este modelo tem origem no período colonial brasileiro, na qual a monarquia portuguesa administrava a colônia como uma extensão do poder a ela concedido pela Coroa de Portugal (SOUZA, 2012). Esse fenômeno, de forma absolutamente sucinta, é marcado pela confusão entre público e privado, quando um indivíduo ou um grupo de indivíduos se utilizam do Estado em proveito próprio (ABRITA; SILVA, 2018). Em um conceito político, segundo Rodrigues (2025), é um sistema onde recursos e instituições públicas são usados como propriedade do governante ou da elite dominante.

Apesar de décadas experimentadas de evolução, inclusive das Constituições nacionais, as práticas patrimonialistas clássicas permanecem acontecendo, sejam de formas explícitas, sejam mesmo de formas sutis (RODRIGUES, 2025). Esse patrimonialismo tem sido identificado, para além dos estudos realizados, através da utilização de recursos públicos para fins particulares, pela cooptação política em detrimento da verdadeira representação política, pelo poder personalizado e pelo uso da justiça pelo viés paternalista (GANDINI, 2008). Abrita e Silva (2018) reforçam esse argumento ao dizer que, considerando os dados da estrutura tributária brasileira, sistema penal e custos com a elite política nacional, observam-se indícios de manutenção do patrimonialismo, mesmo após o processo de modernização experimentado.

A tecnologia, neste avanço temporal, nos forneceu ferramentas de comunicação como as redes sociais. Estas redes passaram a compor os mecanismos de propaganda e comunicação governamental, especialmente a partir dos anos de 2010, com sua popularização e com a liberação de seu uso para propaganda eleitoral no Brasil (BRASIL, 2012). Conforme Carvalho (2021), as redes sociais, a exemplo do Facebook, Instagram e Twitter (atual X),

tornaram-se canais de comunicação entre o Poder Público e os cidadãos, os quais permitem analisar métricas como postagens e seus compartilhamentos e comentários, sendo possível avaliar o comportamento dos usuários perante as mais variadas ações divulgadas por esses meios.

Gestores públicos, especialmente Prefeitos, utilizam estas ferramentas para divulgação de ações públicas em seus perfis pessoais, muitas vezes utilizando a imagem da administração pública em benefício político próprio, criando uma tensão com princípios constitucionais basilares, como o princípio da impessoalidade (LIMA, 2023; RODRIGUES, 2025). Não é por acaso que Tribunais de Justiça e Tribunais de Contas têm enfrentado situações, nas três esferas, onde redes sociais são utilizadas para autopromoção (MOURA, 2025). Naturalmente, pela quantidade de municípios existentes em nossa federação, os casos se multiplicam nestas realidades, demonstrando reiteradas violações ao dever de impessoalidade pelo uso de canais institucionais por desvio de finalidade e consequente improbidade administrativa pela prática recorrente de autopromoção (MOURA, 2025).

Esta conduta, que traz à tona a velha confusão entre privado e público, carece de enquadramento conceitual, no que concerne aos meios digitais, na teoria do patrimonialismo. Há uma ampla gama na literatura científica a respeito do patrimonialismo clássico, em uma abordagem histórica, mas, por outro lado, existe uma lacuna relacionada ao que podemos chamar de patrimonialismo digital, especialmente em contexto jurídico e administrativo (RODRIGUES, 2025), o qual se trata da categorização destas manifestações no âmbito tecnológico, a exemplo do uso de redes oficiais institucionais, da monetização de conteúdo por agentes públicos, e do próprio uso de redes pessoais para os mesmos fins (CERVI; PEREIRA; PENTEADO, 2025). O vácuo da categorização destes fenômenos dificulta comparações, avanço das teorias e proposições de mecanismos de regulamentação do uso destas ferramentas, os quais vão surgindo apenas conforme as descobertas dos abusos (SIMÃO; BALDESSAR, 2025).

Pelo o que foi exposto, e considerando que o uso enviesado das redes sociais pode acarretar a descredibilidade das instituições (RODRIGUES, 2025)

frente aos cidadãos, torna-se relevante a investigação tomando como base o seguinte problema de pesquisa: “Como o uso de redes sociais por gestores públicos pode ser compreendido como uma manifestação contemporânea do patrimonialismo na administração pública brasileira?”. Para isso, o objetivo geral da pesquisa consiste em: mapear e analisar como a literatura recente aborda o uso de redes sociais por gestores, especialmente do Poder Executivo brasileiro, como uma atualização do patrimonialismo – configurando um “patrimonialismo digital” –, identificando as dimensões conceituais ainda pouco definidas em relação ao patrimonialismo analógico tradicional. Para atingir o objetivo geral, consignam-se os seguintes objetivos específicos:

a) Realizar uma revisão sistemática da literatura sobre patrimonialismo e suas manifestações na administração pública brasileira, mapeando conceitos centrais e identificando as suas principais ramificações;

b) Mapear análises recentes (2018-2025) sobre uso de redes sociais por gestores públicos, selecionando artigos sobre o tema e estudos empíricos, categorizando práticas recorrentes (autopromoção, personalização, responsividade em crises, violação da impessoalidade);

c) Comparar práticas patrimoniais tradicionais com as manifestações digitais contemporâneas, cruzando matrizes analíticas da literatura e jurisprudências correlatas, a fim de identificar suas analogias e continuísmos adaptativos;

d) Identificar lacunas conceituais na literatura revisada e propor as categorias e elementos caracterizadores do "patrimonialismo digital", confrontando-os com os princípios constitucionais da administração pública (art. 37 da CF/88).

Dessa forma, a lacuna científica que este trabalho se propõe a preencher diz respeito à ausência de um enquadramento analítico explícito sobre como as práticas patrimonialistas se manifestam contemporaneamente por meio do uso desvirtuado da comunicação institucional digital. Busca-se investigar a mecânica desse fenômeno no ecossistema virtual e, fundamentalmente, mapear o seu nexo de continuidade com as categorias estruturais do patrimonialismo clássico.

A relevância deste estudo, portanto, consiste em contribuir para a compreensão da digitalização de práticas patrimonialistas, expondo categorias que podem ser aplicadas a políticas de comunicação institucional, bem como pela necessidade de integrar a teoria clássica e as evidências contemporâneas da comunicação digital, permitindo preencher espaços teóricos que podem obstaculizar o controle social e regulamentar relacionado à autopromoção em mídias públicas. Assim, as categorias a serem discriminadas têm potencial para auxiliar órgãos de controle e gestores municipais, em suas competências, induzindo diretrizes que possam preservar o interesse público no uso das redes sociais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Patrimonialismo e suas bases conceituais

O termo “burocracia” ganhou contorno estigmatizado no Brasil devido a muitos problemas apresentados em seu uso (GANDINI, 2008), o que o levou a certo afastamento da ideia original weberiana, a qual se resume a atividades centradas em regulamentos e normas, princípios de hierarquia, administração dos cargos e seus documentos (repartição), administração burocrática especializada (treinada), atividade plena durante o tempo de permanência na repartição e desempenho do cargo atrelado a regras gerais que podem ser aprendidas, na concepção original de Weber (1982).

Weber desenvolveu em sua obra três tipos de dominação: tradicional, carismática e legal. Interessa a esta pesquisa o primeiro tipo, pois ele cunhou o conceito de patrimonialismo como um subtipo da dominação tradicional, onde se obedece “à pessoa em virtude de sua dignidade própria, santificada pela tradição: por fidelidade" (2003, p. 131). Portanto, caracteriza-se pela confusão entre as esferas pública e privada, na qual governantes e funcionários se apropriam dos meios de administração como patrimônio pessoal, ou seja, quando utilizam o Estado em benefício particular (ABRITA; DA SILVA, 2018).

A estrutura administrativa é retratada por Weber (2003) nesta dimensão, onde é composta por dependentes diretos do detentor do poder — sejam eles

membros da família ou servidores domésticos —, além de parentes, pessoas preferidas e indivíduos vinculados por laços de lealdade, como vassalos e príncipes tributários.

O patrimonialismo diferencia-se do patriarcalismo pela presença de um quadro administrativo estamental que amplia o poder soberano (SOUZA, 2012). Para conter a confusão entre as esferas pública e privada inerente a esse modelo, o ideal burocrático de Weber (1982) propõe a segregação entre a atividade oficial e a vida particular do funcionário, divorciando os recursos públicos da propriedade privada. Em sua forma absoluta, o patrimonialismo consolida-se, fundamentalmente, pela concessão de favores e privilégios individuais.

Conforme Sousa (2012), a estrutura patrimonialista distancia-se do patriarcalismo ao impor exigências organizacionais que inviabilizam a manutenção de um poder centralizado em grandes proporções. Tal mudança demanda a expansão da estrutura administrativa, que passa a se assemelhar a um corpo funcional: quadro administrativo estamental que evolui para o burocrático, conforme Andrade (2004). É precisamente a constituição dessa burocracia controlada que marca a transição do patriarcalismo para o patrimonialismo, servindo como o pilar fundamental para a consolidação do poder patrimonial.

No Brasil, conforme Abrita e Da Silva (2018), essa categoria foi recepcionada por Raymundo Faoro e Florestan Fernandes para explicar a formação do Estado nacional: para Faoro, o estamento burocrático – uma elite que controla o aparato estatal como extensão de seus interesses – é o agente central do patrimonialismo desde a Colônia; para Fernandes, a "revolução burguesa não clássica", como ocorrida nos Estados Unidos da América e na França, preservou estruturas estamentais e patrimoniais, adaptando-as ao capitalismo periférico.

Faoro (2001) argumenta que o Estado português desenvolveu uma estrutura patrimonialista desde a sua origem, em um modelo um pouco diferente do feudalismo francês, uma forma mais centralizada de poder, onde o senhorio comandava terras e camponeses, e onde seu imenso patrimônio rural se confundia com o domínio da casa real. Essa estrutura de dominação foi transplantada para o Brasil, onde o jogo de poder não resultou de um confronto de

classes, mas foi vencido por um “estamento”, o qual denominou de estado-maior da autoridade pública.

Fernandes (1976) discorre sobre o estamento senhorial, composto por elites agrárias que se adaptaram às mudanças estruturais, convertendo-se em senhores-cidadãos, sob uma lógica de dominação patrimonialista e estamental que culminou no seu aburguesamento, especialmente pelos novos papeis políticos. Ademais, o autor argumenta que o Brasil não vivenciou uma revolução burguesa clássica, mas sim uma autocracia burguesa. Nesse modelo, a modernização econômica coexistiu com a supressão de liberdades políticas das classes subalternas, associando-se a estruturas arcaicas e ao imperialismo para preservar a dominação social das elites.

Com efeito, essa recepção revela uma continuidade histórica: o Estado brasileiro, herdado do modelo lusitano, desenvolveu um capitalismo politicamente orientado, no qual o poder centralizado subordina a economia e a sociedade a uma lógica de favores e privilégios, impedindo a plena racionalização legal weberiana. Sousa (2012) reforça essa persistência, argumentando que o patrimonialismo sustenta uma ética do favor, clientelismo e corrupção, responsável pelo fracasso de reformas e pela aniquilação de demandas populares. É como um "distúrbio crônico corruptivo" da administração pública, com raízes na cultura política estamental que confunde casa e Estado (RODRIGUES, 2025). Assim, o patrimonialismo não é mera relíquia colonial, mas matriz explicativa da gestão pública brasileira contemporânea.

2.2 Ramificações do patrimonialismo: neopatrimonialismo, clientelismo, cooptação e personalismo

Andrade (2004) diferencia o Estado patrimonial puro do neopatrimonial, modelo moderno de fachada burocrática marcado pela apropriação privada de órgãos e recursos públicos. Baseando-se em Schwartzman, o autor aponta que a dominação brasileira provém da burocracia e da classe política, afastando-se do conceito de estamento de Faoro. Ademais, por estar o Brasil assentado em normas legais, mostra-se inadequado falar em patrimonialismo tradicional.

Configura-se, portanto, um neopatrimonialismo, pois “considera-se que toda sociedade moderna que construiu seu Estado à margem da revolução burguesa é patrimonial moderna" (ANDRADE, 2004, p. 171).

Segundo Schwartzman (2007), o neopatrimonialismo caracteriza-se por uma sociedade civil fragilizada e pouco articulada, além da apropriação de funções, órgãos e rendas públicas por setores privados subordinados ao poder central em troca de privilégios. Sob essa estrutura, a modernização e a profissionalização do sistema podem fazer com que o estamento burocrático evolua para um despotismo burocrático, modelo no qual os governantes atuam de forma centralizadora, sobrepondo-se à legalidade. Adicionalmente, prevalece a lógica da negociação contínua entre o Estado e segmentos sociais, em detrimento da representação de classes, determinando de modo arbitrário a inclusão ou exclusão no acesso aos recursos públicos.

Como instrumentos de poder, utiliza-se da cooptação de lideranças (como intelectuais, empresários, líderes religiosos e dirigentes sindicais) e do corporativismo, na tentativa de enquadrar grupos de interesse em instituições supervisionadas e controladas pelo Estado. Também atua de forma neomercantilista, interferindo na economia e distribuindo privilégios econômicos a grupos privados nacionais ou internacionais que se aliam ao estamento burocrático. Assim, ações como cooptação (recrutamento de lideranças via benefícios estatais) e neomercantilismo (Estado como distribuidor seletivo de privilégios econômicos) mantêm a hegemonia de elites políticas sobre uma sociedade civil fragmentada.

Para Ribeiro (2010, p. 8417), há trê elementos essenciais no neopatrimonialismo: “conecta-se à atuação de agentes pertencentes à própria sociedade"; fundamenta-se em novas premissas, a exemplo do progresso socioeconômico; opera sob uma lógica dual, sendo uma racional-legal explícita (baseada, que seria, na vontade do cidadão e na separação entre público e privado) e uma lógica patrimonial oculta, onde o Estado continua sendo explorado por governantes e funcionários.

O clientelismo emerge como uma rede de trocas assimétricas entre patronos e clientes que reproduz desigualdades e bloqueia a participação cidadã autônoma. Schwartzman (1984) associa essa vertente ao "empreguismo", definindo-o como uma prática estrutural que molda a administração pública brasileira ao substituir o mérito, a técnica e a racionalidade pela lealdade pessoal ou conveniência política em troca de votos e apoio. No serviço público, o autor identifica uma dualidade: a ordem legal, pautada nas normas do antigo Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP), e a ordem funcional, adaptada de forma paralela (clientelista) aos interesses partidários dominantes. Por fim, destaca-se o clientelismo no qual coalizões entre órgãos burocráticos e grupos privados direcionam contratos públicos para beneficiar interesses particulares desenvolvidos "à sombra do serviço público".

Ribeiro (2010) sintetiza o clientelismo a partir da "lógica transacional" (política do favor), elemento que, segundo Martins (1999 *apud* GANDINI, 2008), constitui a base do Estado brasileiro e engendra a indistinção entre as esferas pública e privada. O autor acrescenta que tais práticas integraram-se à cultura política de forma a serem percebidas como naturais pela sociedade, sem despertar repulsa ou indignação. Paralelamente, Avelino Filho (1994, p. 227) aponta que o clientelismo moderno substituiu “os antigos laços de lealdade pessoal pela oferta de benefícios materiais”. Nesse cenário, o patrono contemporâneo atua como um intermediário (*broker*) entre sua clientela e os recursos estatais, manipulando a expectativa de vantagens futuras para consolidar sua base de apoio.

A cooptação, conforme Andrade (2004, p. 172), atua para “suprimir as tentativas de participação autônoma da sociedade civil face ao poder centralizado". Schwartzman (2007) complementa que esse mecanismo fundamenta-se em dois requisitos: a disposição de grupos em integrar um arranjo político subordinado e a capacidade dos controladores do sistema de financiar essa adesão, consolidando laços de dependência. Sob essa lógica, a influência política do líder condiciona-se ao seu nível de interlocução com a burocracia

estatal, haja vista que esse trânsito direto assegura o domínio sobre os recursos necessários para perpetuar a fidelidade e o controle de suas bases.

Complementarmente a essas dinâmicas estruturais, as dimensões do personalismo e do patrimonialismo se entrelaçam na cultura política nacional. Souza (2012) clarifica a distinção entre esses fenômenos a partir da obra de Sérgio Buarque de Holanda e seu conceito de "homem cordial", categoria que vincula diretamente a conduta individual à lógica patrimonialista. O "homem cordial" é dominado por emoções que o levam a uma forma de interesse próprio em que não se apercebe dos interesses coletivos. Esse comportamento constitui o elo entre o personalismo (atributo das relações intersubjetivas entre nós) e o patrimonialismo, concebido como a materialização institucional do personalismo. Assim, enquanto o personalismo manifesta-se na conduta individual tanto na esfera privada quanto na pública, o patrimonialismo reflete a atuação desse mesmo agente quando integrado ao aparato estatal.

Desse modo, a conduta baseia-se em simpatia, amizades ou inimizades, formas de interconexões que conferem um caráter instrumental (RIBEIRO, 2010). Esse personalismo manifesta-se, essencialmente, na aversão às regras impessoais que deveriam reger a coletividade (GANDINI, 2008). E, quando nossa rede de contatos interpessoais não é suficiente para mediar bens, serviços, favores e informações almejados, é possível recorrer a mecanismos de diferenciação social para burlar a norma, dinâmica sintetizada na expressão "Você sabe com quem está falando?". Isso evidencia a confusão entre público e privado e remete ao sentimento de aversão ao conflito e ao conceito de adequação social (RIBEIRO, 2010). Em suma, o personalismo consolida-se como a marca comportamental onde as relações afetivas e pessoais prevalecem sobre as normas universais.

2.3 Patrimonialismo e administração pública brasileira

As práticas do patrimonialismo aparecem na administração pública brasileira de variadas formas. Nos moldes do clientelismo, Rodrigues (2025) exemplifica com as práticas de oferecimento de benefícios, recursos públicos ou

cargos (como movimentações na carreira e concessão de diárias) por políticos ou agentes do Estado, como moeda de troca para apoio político, votos ou lealdade pelo agradecimento das benesses concedidas.

Se o concurso público é uma das formas que privilegia o merecimento e a igualdade de condições, abalando a autoridade tradicional, o patrimonialismo resiste a esse contexto racional-legal se reinventando, seja por meio de cargos comissionados, progressão funcional após concurso público (RODRIGUES, 2025), ou utilizando de forma precária e abusiva de servidores cedidos, conforme exemplifica Franco (1983, p. 128, *apud* RODRIGUES, 2025).

Dentre as práticas que viabilizam essa resistência e perpetuam a lógica patrimonialista no interior do aparato estatal, destaca-se o nepotismo. Segundo Rodrigues (2012), essa conduta divide-se em três tipos, alinhados à Súmula Vinculante nº 13 do Supremo Tribunal Federal. O nepotismo direto ou próprio, mais usual, ocorre quando a autoridade competente nomeia parentes seus até o terceiro grau. No nepotismo indireto, a autoridade, com poderes para tal, nomeia parentes de subordinados seus. Já o nepotismo cruzado ou impróprio (dissimulado ou por reciprocidade) é um tipo de troca de favores, garantindo nomeações recíprocas entre os "poderes" do Estado. Exige, portanto, um ajuste para as nomeações ou designações recíprocas. Como consequência, temos um *déficit* meritocrático.

Constata-se que certos agentes públicos, embora por vezes demonstrem letargia no desempenho de suas funções cotidianas, alteram seu comportamento ao vislumbrar oportunidades de vantagens pessoais. Essa busca por promoções, privilégios ou projeção de imagem caracteriza o arrivismo ou carreirismo, quando focado na movimentação funcional progressiva (RODRIGUES, 2025). Conforme o autor, essa dinâmica evidencia a persistência do patrimonialismo na administração, materializada em práticas como a privatização de bens públicos pelo uso de veículos oficiais para fins particulares, bem como o abuso na concessão de diárias e verbas de deslocamento desnecessárias.

Essa apropriação particular do aparato estatal projeta-se, igualmente, em uma dimensão macroeconômica. Abrita e Silva (2018) atualizam o debate

apresentando a tributação regressiva que "penaliza” as pessoas de mais baixa renda; elites políticas com acesso a benésses e regalias financeiras; e um sistema penal seletivo que encarcera jovens negros de baixa renda, confirmando que o estamento burocrático e o patrimonialismo explicam desigualdades persistentes no Brasil contemporâneo.

Sob uma ótica setorial, Gandini (2008) identifica essa mesma lógica na política educacional, onde o clientelismo e coronelismo convertem a alocação de recursos e o provimento de cargos em moedas de troca eleitoral. Essa dinâmica demonstra como o patrimonialismo se manifesta em políticas públicas essenciais: nomeações por afinidade política, desvios de verbas para clientelas e personalismo na gestão, tensionando a impessoalidade e eficiência.

Assim, o patrimonialismo é traço deletério que explica a persistência da corrupção ao longo dos tempos (RIBEIRO, 2010). Ele sustenta e mantém presente a ética do favor, o clientelismo e a corrupção (SOUZA, 2012), sendo um elemento corruptor por excelência (RODRIGUES, 2025). Essas práticas acabam por comprometer a eficiência do Estado, a moralidade administrativa e o desenvolvimento da sociedade, justamente pelo desvio de finalidade que estas ações perpetuam.

2.4 Impessoalidade, publicidade e promoção pessoal

A Constituição Federal do Brasil (1988) expressa, em seu art. 37, §1º, a vedação ao uso da publicidade oficial para promoção de agentes público, impedindo a vinculação de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem essa promoção na publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, afinal, o Estado deve ser tratado como instituição, e não como pessoa.

O princípio da impessoalidade, nesse sentido, exige que a atuação do Estado seja atribuída a um ente, e não a uma figura física, para que não se personalize a comunicação em benefício de um governante em específico. A vinculação excessiva da imagem do gestor a programas públicos compromete a impessoalidade da administração e pode configurar abuso de poder, conforme

decisão do TSE no Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 0600452-48.2020.6.09.0000 (MOURA, 2025).

Existe, no caso, uma verdadeira quebra de isonomia, isto porque o uso do aparato público para promoção pessoal permite, aos que já ocupam cargos de poder, vantagens que não são legítimas, conforme Ribeiro (2019, p. 312, *apud* MOURA, 2025). Essa condição é especialmente prejudicial no processo eleitoral, onde a instrumentalização da publicidade com o fito da autopromoção compromete a igualdade de condições, ainda que seja sobre ações governamentais legítimas, desvirtuando a que se destina a comunicação institucional (RODRIGUES, 2009; SOUZA, 2024).

Embora a publicidade oficial deva possuir caráter educativo, informativo ou de orientação social para viabilizar o controle democrático, Rodrigues (2009) aponta que essa finalidade costuma ser deturpada. A construção da imagem do governante configura um desvio de finalidade mediante a instrumentalização da comunicação pública. Segundo Moura (2025, p. 114), esse processo operacionaliza-se

> por meio da contratação de empresas especializadas em marketing digital, da utilização de servidores públicos para alimentar perfis pessoais e da realização de impulsionamentos pagos em redes sociais, com conteúdo que ultrapassa a função informativa e assume nítido viés promocional.

Esse cenário levanta questionamentos sobre o real valor da informação veiculada aos administrados. Góis (2017) adverte que a comunicação de informações de menor relevância sobre esse fato é algo antagônico ao princípio da publicidade, no mesmo momento em que há uma disseminação de poder ou influência alimentada por zonas de segredo que não são compartilhadas. Para a autora, “a gestão do espaço público pelo discurso midiático, marcadamente publicitário, é técnica enunciativa e performática dos simulacros” (p. 15), cenário que se agrava substancialmente na realidade de municípios pequenos (MOURA, 2025).

2.5 Redes Sociais e Comunicação Pública

Historicamente, a publicidade institucional valia-se de meios de comunicação tradicionais, como jornais, rádio e televisão. Contudo, a partir da segunda década dos anos 2000, plataformas digitais como Facebook, Instagram e X (antigo Twitter) passaram a integrar o aparato instrumental de difusão e exposição estatal (BRASIL, 2012; MOURA, 2025).

Com essa mudança de paradigma, as municipalidades passaram a gerir perfis digitais com o propósito de divulgar ações institucionais e promover o município. Paralelamente, chefes do Poder Executivo local também incorporaram tais ferramentas ao seu cotidiano. De acordo com Baldessar e Simão (2025), políticos utilizam-se destes perfis pessoais para atingir diferentes públicos em pleitos eleitorais, amplificando suas vozes, divulgando ações de seus governos, conectando-se com eleitores e promovendo suas agendas. Todavia, Mantovani e outros (2023 *apud* Baldessar e Simão, 2025) apontam que, em muitos casos, os perfis particulares dos governantes obtêm maior engajamento do que as páginas institucionais, ainda que comparando público-alvo e assuntos semelhantes, sem que haja uma razão categórica para tal fenômeno.

Diante disso, constata-se a indistinção entre as esferas pública e privada, haja vista que, diferentemente da mídia tradicional, cujos limites institucionais delimitam com clareza quem representa e quem é representado, as plataformas de mídia social tornam essa linha de demarcação tênue, afinal, os próprios usuários são responsáveis por se tornarem visíveis e reconhecíveis *online* (CAMPANELLA, 2023). A partir dessa dinâmica, Jahng e Littau (2016) e Martino e Marques (2022), conforme citado por Simão e Baldessar (2025), apontam que os agentes públicos passam a misturar a exposição de sua vida pessoal com a publicidade e a prestação de contas de seus mandatos. Essa estratégia visa aproximar o governante de seus seguidores mediante a identificação de valores e costumes comuns.

Constata-se uma certa dicotomia nessa exposição digital, pois, se as mídias sociais permitem diminuir a distância entre cidadãos e políticos (gestores), com potencial de melhorar o nível de confiança dos administrados, de outra monta,

tendem à autopromoção e desestimulam a participação cidadã (SIMÃO; BALDESSAR, 2025).

Durante a crise sanitária da Covid-19, essa ambivalência acentuou-se diante do interesse crescente da população por diretrizes governamentais oficiais. Nesse cenário, Haman, Školník e Čopík (2022), em pesquisa onde compararam dois líderes do executivo e um do legislativo, identificaram que o público priorizou acompanhar os políticos do executivo porque eles eram os responsáveis diretos pela segurança e pelas medidas de combate ao vírus. Os autores concluíram que a crise do coronavírus provou ser uma oportunidade para fortalecer o alcance comunicacional dos políticos, os quais potencialmente instrumentalizaram a visibilidade obtida em benefício de disputas eleitorais subsequentes.

Simão e Baldessar (2025) identificaram um cenário de personalização extrema nas mídias sociais, caracterizado pela baixa participação cidadã real em oposição à elevada autopromoção e construção de imagem em períodos de crise. Durante a pandemia de Covid-19, observou-se que prefeitos usaram plataformas digitais para mediar demandas, mas priorizaram a performance pessoal, gerando riscos de conflito entre agenda pública e eleitoral.

Essa revisão da literatura confirma a baixa profissionalização da comunicação, especialmente em municípios menores, e o uso de canais oficiais para a visibilidade dos gestores, dada a ausência de normas claras que separem as dimensões institucional e privada. Assim, embora a presença digital seja positiva para a responsividade dos órgãos públicos, ela se mistura à exposição da vida particular, a agendas partidárias e à autopromoção. Além disso, essa personalização expõe vulnerabilidades no ambiente virtual, como monitoramento inadequado, ataques e apropriação indevida da memória institucional.

2.6 Em direção ao “patrimonialismo digital”

Preliminarmente, cumpre resgatar o conceito de patrimonialismo clássico, caracterizado pela confusão entre o público e o privado, e o atual neopatrimonialismo, no qual agentes públicos se utilizam da estrutura estatal para avançar no atendimento a interesses pessoais. Isso se manifesta em práticas

como o uso de carros oficiais para atividades privadas até o favorecimento de familiares em processos seletivos por meio do nepotismo (SOBREIRA, 2025).

Esse patrimonialismo tradicional encontrou terreno fértil para sua sobrevivência na era tecnológica, cenário no qual, conforme Oliveira e Accioli (2025), a velha prática apenas transpôs-se para novas plataformas. Sob essa premissa, propõe-se o conceito de patrimonialismo digital como uma etapa onde o "estamento burocrático" adapta-se às redes sociais, transformando o cargo público e a atuação de "funcionários influenciadores" em um ativo de visibilidade privada (SOBREIRA, 2025). A literatura articulada revela, portanto, um continuísmo adaptativo: o patrimonialismo clássico evolui para o neopatrimonialismo e, hodiernamente, para o patrimonialismo digital, adaptando-se à modernidade sem romper com a apropriação privada do público.

As tecnologias da informação têm transformado canais de comunicação institucional governamental. Nesta linha, Simão e Baldessar (2025) afirmam que as mídias sociais, com o advento do potencial interativo, causaram mudanças na forma de exposição das figuras públicas. Diferentemente da televisão, estas redes baseiam-se "na exposição de si, na visibilidade de ações, momentos e situações que desafiam a barreira entre o público e o privado", conforme Martino e Marques (2022 apud SIMÃO; BALDESSAR, 2025). Os autores destacam ainda o fator algorítmico, que direciona conteúdos com base no monitoramento de navegação dos usuários. Configura-se, assim, uma adaptação de tendências e formatos de conteúdo para maximizar o engajamento, em consonância com as práticas de influenciadores digitais. Ao misturar detalhes da vida pessoal à publicidade oficial do mandato, rompem-se as barreiras entre o particular e o público, favorecendo a reemergência de práticas patrimonialistas sob novas roupagens.

Exemplificando, Sobreira (2025) identifica figuras de juízes e promotores como influenciadores, os quais utilizam gravações de audiências conduzidas por eles para gerar engajamento virtual. O autor elenca ao menos três problemas nessa conduta: a ausência de autorização para uso de atos processuais com fins particulares; a incerteza quanto ao consentimento dos envolvidos na divulgação das imagens; e a assimetria de poder, que compromete a liberdade do

jurisdicionado em recusar a gravação proposta pelo magistrado. Configura-se, portanto, um cenário de apropriações tanto simbólicas quanto monetárias do espaço público.

Consolida-se, portanto, a figura do "gestor *influencer*", fenômeno no qual, “o perfil pessoal do gestor público se transformou em palco de propaganda institucional, muitas vezes turbinada por recursos públicos”, conforme Oliveira e Accioli (2025, *on-line*). Moura (2025) ratifica essa dinâmica ao constatar a prática crescente de uso de contas particulares para a divulgação de ações de governo, conferindo ênfase à imagem do agente estatal em detrimento dos canais oficiais.

Hoje, mídias físicas tradicionais como placas e *outdoors* são substituídas por postagens onde curtidas e seguidores convertem-se em capital político-eleitoral custeado pela população (OLIVEIRA; ACCIOLI, 2025). Esse panorama é potencializado pela dinâmica dos algoritmos e pelo impulsionamento de conteúdos, contando inclusive com o suporte de empresas especializadas em marketing digital financiadas com recursos públicos, favorecidos por uma fiscalização estatal ainda limitada (MOURA, 2025). Configura-se, nesse cenário, a transformação de perfis pessoais em canais exclusivos de comunicação governamental, preterindo as páginas institucionais para centralizar o capital político na pessoa física do agente, arranjo que faz colidir diretamente o princípio da impessoalidade com o personalismo digital.

A literatura aponta três principais elementos analíticos do patrimonialismo digital. O primeiro consiste no uso de recursos públicos para profissionalização de perfis privados. Essa prática operacionaliza-se mediante a utilização de equipes de comunicação, fotógrafos, impulsionamentos e verbas de marketing custeadas pelo erário para gerir contas pessoais de gestores, transformando-as em “vitrines políticas” (MOURA, 2025), dinâmica que abarca, inclusive, o desvio indireto de servidores públicos para finalidades particulares. O segundo aspecto reside no desvio de finalidade na aplicação da verba pública, cenário no qual a publicidade oficial afasta-se de seu caráter constitucional informativo para converter-se em arena de autopromoção e trampolim político (OLIVEIRA; ACCIOLI, 2025; MOURA, 2025). Por último, identifica-se a apropriação da memória institucional, já

consubstanciada pela deleção de conteúdos de gestões anteriores em perfis oficiais (RIBEIRO, 2023).

A violação ao art. 37 da Carta Maior, conforme aponta Moura (2025), configura uma modalidade de autopromoção que compromete a isonomia eleitoral, conferindo vantagens que não são legítimas aos que já detém a máquina pública. Esse comportamento resulta em abuso do poder político capaz de ser enquadrado como improbidade administrativa (OLIVEIRA; ACCIOLI, 2025).

Diante deste cenário, constata-se a ausência de um conceito consolidado que incorpore variáveis tecnológicas, como a dinâmica dos algoritmos e o “capitalismo de vigilância”, à articulação entre a teoria política clássica e os fenômenos contemporâneos da comunicação digital. Pela falta de critérios objetivos, nasce uma "zona cinzenta”, (MOURA, 2025) entre a comunicação institucional legítima e o marketing pessoal que dela se apropria, ambiente no qual as transformações tecnológicas sobrepõem-se às dificuldades de fiscalização e à baixa capacidade normativa do Estado. Em suma, a lacuna central consiste na ausência de um enquadramento explícito dessas práticas sob o conceito de "patrimonialismo digital", entendido como a atualização das categorias weberianas e faorianas para o ecossistema virtual. Assim, ele se materializa na administração pública contemporânea por meio de três mecanismos centrais interconectados:

1. Personalismo Algorítmico, que ocorre quando os canais oficiais e as métricas de visibilidade são capturados para promover o culto à personalidade do governante, transformando o gestor público em um *influencer* digital às custas da máquina estatal;

2. Clientelismo Virtual, o qual se manifesta na formação de redes de apoio digital baseadas em trocas de favores simbólicos, distribuição de privilégios informacionais e na dependência do cidadão em interagir com perfis personalizados para obter respostas que deveriam ser estritamente institucionais; e

3. Cooptação Simbólica, a qual se caracteriza pela utilização de recursos humanos, financeiros (como impulsionamentos pagos com recursos do erário) e

estéticos do Estado para espelhar e validar a imagem privada do agente político, esvaziando o caráter informativo da comunicação pública.

3. MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA

3.1 Caracterização da Pesquisa

Esta pesquisa caracteriza-se, quanto à natureza, como aplicada, por buscar compreender um problema concreto da administração pública e da comunicação institucional, com potencial de contribuir para a interpretação de práticas contemporâneas de autopromoção e uso indevido de redes sociais por gestores públicos, conforme Marconi e Lakatos (2022). Quanto à abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois foca na realidade de forma complexa e contextualizada, privilegiando a interpretação de sentidos, categorias e relações presentes em documentos normativos, literatura científica e decisões judiciais (MARCONI; LAKATOS, 2022).

Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória e descritiva: exploratória porque busca maior familiaridade com o conceito de patrimonialismo digital, ainda pouco consolidado na literatura, e descritiva porque pretende caracterizar manifestações, recorrências e formas de expressão desse fenômeno, conforme conceituam Sampieri, Collado e Lucio (2013). Quanto aos procedimentos, serão utilizados levantamento bibliográfico e levantamento documental, com análise de materiais públicos e de produção científica relacionada ao tema.

A pesquisa é baseada em dados secundários, sem coleta primária junto a entrevistados ou observação direta. O foco recai sobre artigos científicos, textos legais, documentos institucionais e decisões judiciais que tratem de patrimonialismo, impessoalidade, promoção pessoal, comunicação pública e uso de redes sociais por gestores públicos municipais. O objetivo é identificar categorias e elementos de análise que permitam compreender como práticas de comunicação digital podem se aproximar de lógicas patrimonialistas.

3.2 Abordagem e Tipo de Pesquisa

A abordagem qualitativa é predominante, pois a pesquisa não pretende medir a incidência numérica do fenômeno, mas examinar como ele aparece, é descrito e pode ser interpretado nos materiais selecionados. A análise qualitativa é adequada porque o interesse está em compreender a relação entre comunicação digital, gestão pública e patrimonialismo, observando sentidos, padrões e tensões entre interesse público e promoção pessoal.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. É exploratória porque o uso da expressão “patrimonialismo digital” ainda não está consolidado como categoria analítica na literatura, o que exige uma aproximação inicial com o tema e com os conceitos correlatos. É descritiva porque a pesquisa buscará caracterizar categorias como promoção pessoal, personalização da comunicação, confusão entre perfil pessoal e institucional, uso político das redes sociais e possíveis vínculos com práticas patrimonialistas.

3.3 Fontes

O *corpus* da pesquisa é composto por três conjuntos de fontes:

a) Literatura científica, especialmente artigos e estudos que tratem de patrimonialismo, neopatrimonialismo, clientelismo, personalismo, publicidade administrativa e uso de redes sociais por gestores públicos.

b) Documentos normativos e institucionais.

c) Decisões judiciais e/ou administrativas, especialmente aquelas que envolvam promoção pessoal de agentes públicos por meio de redes sociais, uso indevido de canais institucionais e discussão sobre desvio de finalidade ou violação à impessoalidade.

O estudo não se propõe a reconstruir todo o universo de casos existentes, mas a trabalhar com um conjunto selecionado e pertinente ao problema de pesquisa.

3.4 Critérios de Seleção de Documentos

A busca bibliográfica foi executada no Google Scholar e no Portal de Periódicos CAPES, enquanto o mapeamento jurisprudencial concentrou-se nos repositórios do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJRS), expandindo-se ao motor de busca Google para rastrear *leading cases* nos Tribunais Superiores (STJ e STF) e Tribunais de Contas, e no portal do Tribunal Regional Eleitoral (TRE-RS). As estratégias de busca e seleção foram operacionalizadas por meio do uso isolado e combinado dos descritores exatos: "patrimonialismo", "estamento burocrático", "características patrimonialistas", "personalismo", "autopromoção", "redes sociais", "mídias sociais", "agentes públicos", "agentes políticos", "gestores públicos", "prefeito", "personalização da comunicação pública", "exposição pessoal", "promoção pessoal", "princípio da impessoalidade", "publicidade administrativa", "abuso de poder político", "desvio de finalidade", "improbidade administrativa" e "perfil institucional".

A seleção definitiva dos documentos recuperados seguiu critérios de pertinência temática e delimitação temporal, priorizando a produção científica recente por sua aderência ao fenômeno da comunicação digital. Para o acervo jurisprudencial, fixou-se um recorte temporal preferencial a partir de 2018, justificável por ser o intervalo diretamente relacionado à intensificação do uso de plataformas digitais por gestores públicos, embora julgados paradigmáticos anteriores ou supervenientes tenham sido incluídos por sua força vinculante ou relevância dogmática.

Foram definidos como critérios de inclusão e elegibilidade os acórdãos e sentenças que mencionassem explicitamente o uso de redes sociais por agentes públicos, práticas de autopromoção, confusão entre comunicação institucional e pessoal, distinção entre perfil privado e institucional ou discussões sobre a violação de princípios da administração pública, com ênfase no âmbito da gestão municipal.

Registra-se que, apesar do amplo escopo da pesquisa, não foram localizados precedentes judiciais ou administrativos que enfrentassem especificamente as condutas de monetização direta de bastidores, bloqueio de

críticos e moderação seletiva (censura digital), apagamento da memória institucional ou o uso de bancos de dados oficiais para disparos privados, configurando estas como lacunas na casuística atual.

3.5 Análise Documental

A análise documental é qualitativa e organizada em categorias de leitura, construídas a partir da literatura e dos objetivos da pesquisa. Entre as categorias principais, destacam-se:

a) promoção pessoal;

b) personalização da comunicação pública;

c) uso de redes sociais por gestores públicos;

d) confusão entre perfil pessoal e institucional;

e) apropriação simbólica da comunicação pública;

f) relação entre essas práticas e o patrimonialismo.

Os documentos são lidos de forma interpretativa, buscando identificar trechos, argumentos e padrões que permitam enquadrar determinadas práticas como manifestações contemporâneas de lógica patrimonialista. A análise não se limita à simples identificação de palavras, mas busca compreender o contexto em que elas aparecem, o sentido atribuído pelos autores ou pelos julgadores e a relação dessas passagens com os princípios da administração pública.

A interpretação é feita por comparação entre os materiais, de modo a confrontar o que a literatura teórica afirma sobre patrimonialismo com o que os estudos recentes e as decisões judiciais mostram sobre o uso de redes sociais na gestão pública. O resultado esperado foi a construção de um conjunto de elementos analíticos que ajude a interpretar o fenômeno do patrimonialismo digital, sem afirmar que todos os casos de uso de redes sociais por gestores configuram, necessariamente, essa prática.

3.6 Uso de Inteligência Artificial

Foram utilizadas ferramentas de Inteligência Artificial (IA) para apoio na organização de ideias, organização dos dados e estruturação inicial do texto. As análises, interpretações e conclusões são de responsabilidade exclusiva do autor.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Uso de perfil pessoal para divulgação institucional

Conforme a metodologia desenvolvida no terceiro capítulo, foram selecionados documentos judiciais que refletem o uso indevido de redes sociais na gestão pública nas formas analíticas nesta etapa delineadas, priorizando decisões recentes, do ano de 2018 em diante. Da mesma forma, notícias relacionadas ao desvio de finalidade no uso das mídias digitais também serão relacionadas para caracterizar determinadas segmentações das categorias desenvolvidas. Antes de tudo, é importante frisar que as categorias de uso indevido, para fins de caracterização de patrimonialismo digital, dificilmente aparecem de forma isolada. Assim, os exemplos empíricos repetir-se-ão em mais de uma categoria. Nesse sentido, o referencial teórico abordou a realidade da utilização de perfis pessoais, por gestores, para a divulgação de obras, programas ou serviços da administração.

Uma das situações fáticas levantadas é o caso do então prefeito de São Paulo, João Dória. Na ocasião, a Administração estava promovendo o programa “Asfalto Novo”, sendo, em resumo, uma iniciativa para recuperação de vias públicas através do recapeamento. O então prefeito, segundo consta na decisão do Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do Recurso Especial nº 2.175.480/SP (BRASIL, 2025), relatado pelo Ministro Teodoro Silva Santos, Segunda Turma, reproduziu, em suas contas particulares, vídeos e peças publicitárias idênticas às veiculadas nos canais oficiais do Município de São Paulo, prática que resultou em uma nítida vinculação da imagem pessoal do governante ao programa de obras públicas "Asfalto Novo", infringindo o caráter estritamente educativo, informativo ou de orientação social que a publicidade oficial deve ter, de acordo com os ditames do art. 37, § 1º, da Constituição Federal.

No caso do ex-prefeito de São Paulo, houve uma indexação do conteúdo institucional à conta particular do governante, momento em que se propiciou a indistinção entre o público e o privado, matriz weberiana clássica, visto que não distingue o que é atividade oficial do que é vida particular do agente, rompendo o ideal burocrático de Weber. O seu perfil pessoal se transformou em uma vitrine política, nas palavras de Moura (2025), altamente sofisticada e massiva, aderindo-se ao conceito de personalismo algorítmico, onde o dinheiro público financiou essa produção estética vindo a ocasionar um desvio de finalidade. Além disso, a obra de recapeamento asfáltico passou a personificar as virtudes do governante ao invés de pertencer à municipalidade.

Recentemente, no desenvolver desta pesquisa, sobressaiu decisão do Tribunal Regional Eleitoral, proferida pelo juízo da 143ª Zona Eleitoral de Cachoeirinha (BRASIL, 2026), na Ação de Investigação Judicial Eleitoral nº 0600046-94.2026.6.21.0143, que cassou o mandato da atual prefeita interina da cidade de Cachoeirinha/RS justamente pelo abuso de poder político, como o uso indevido de redes sociais. O caso tratou da veiculação de dois vídeos, um relacionado à limpeza urbana e outro à obra de um arroio onde se identificaram encenações cuidadosamente construídas, nas palavras da magistrada, dedicadas a gravações para redes sociais. No vídeo da obra do arroio, a prefeita aparecia sentada na cabine de uma retroescavadeira em operação, vinculando a obra à sua gestão pessoal, inclusive com a indicação do bordão "Aqui é trabalho!".

Chama a atenção no caso da prefeita interina de Cachoeirinha a reflexão da magistrada, ao final da sentença, sobre a mudança de comportamento da sociedade com o uso das redes sociais, as quais elevaram os atores públicos ao papel de influenciadores, sob pena de não sobreviverem na mente das pessoas. Ressaltou, entretanto, que não se deve “misturar atribuições e responsabilidades do cargo com o poder que decorre do acesso físico do agente político a esses bens públicos". Trata-se de demonstração empírica da figura do gestor influenciador cunhada por Oliveira e Accioli (2025) e Sobreira (2025). Góis (2017) denomina isso de mutação jurídica, pois, no discurso midiático, há uma apropriação da infraestrutura pública. A prefeita assumiu o papel do *influencer*,

onde o valor do seu ato reside na capacidade de gerar tração algorítmica e engajamento. A instrumentalização dessa artificialidade é capaz de assegurar vantagens que atingem o princípio constitucional da isonomia.

Antecipando uma ação julgada no Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, movida contra este Estado e seus Secretários, conforme a sentença proferida pelo juízo da 5ª Vara da Fazenda Pública de Porto Alegre (RIO GRANDE DO SUL, 2024), na Ação Popular nº 5031018-86.2023.8.21.0001, confirmada em grau de recurso pela Quarta Câmara Cível, relator o desembargador Voltaire de Lima Moraes, identificou-se que a comunicação de atos de governo foi deslocada para o ambiente privado dos gestores através da ferramenta de coautoria do Instagram. As contas oficiais do ente público foram submetidas ao protagonismo das contas particulares, com a notícia nascendo ou dependendo deste perfil com o propósito de acumular interações e seguidores nestes perfis, resultado da prática de centralização e captura de canais institucionais.

No município de Feliz/RS ocorreu procedimento similar, Conforme o entendimento firmado pela 4ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (FELIZ, 2025), na Apelação Cível nº 5000894-39.2024.8.21.0146, julgado na Quarta Câmara Cível, Relatora a Juíza de Direito Eliane Garcia Nogueira, onde o município utilizava o perfil institucional para inflar a conta particular do Prefeito Municipal por meio da modalidade "convidar colaborador". O então prefeito realizava postagens relacionadas à comunicação de notícias sobre o mau tempo e as consequências dos temporais de 2023, considerando o Tribunal de Justiça, em grau recursal, que fundir a comunicação institucional de utilidade pública com a conta privada do agente político constitui uma "indevida vinculação" que fere a moralidade e a impessoalidade administrativa.

O uso da funcionalidade "convidado-colaborador” desvela uma das facetas do patrimonialismo digital, que se trata da marcação (*tagging*) cruzada artificial, onde o capital de atenção, o alcance e os dados dos seguidores são sistematicamente expropriados e transferidos para o acervo privado das contas pessoais dos gestores. Trata-se de um arranjo sofisticado porque opera sob uma forma dúbia: de um lado se tem uma publicação racional-legal (como a informação

à população sobre enchentes) e, de outro, a extração da atenção para a conta do agente estatal. Há, portanto, uma verdadeira coação do cidadão para consumir o perfil pessoal da autoridade a fim de obter informações essenciais, como nas crises climáticas. É o “estamento digital” agindo para consolidar o clientelismo virtual e a cooptação simbólica pela economia da atenção.

Algo semelhante ocorreu nas postagens da prefeita interina de Cachoeirinha, onde a gestora aproveitou-se do cenário pós-catástrofe (enchentes de 2024) para gerar um capital político através de um "marketing de soluções” nas redes, especialmente diante de uma população vulnerável e fragilizada. Vale transcrever excerto da decisão da magistrada, para a qual a espetacularização dessas ações no ambiente privado de comunicação da candidata "transcende a propaganda política e tangencia a exploração da tragédia humana para a obtenção de dividendos eleitorais". Assim, reforça-se a expressão de que o aproveitamento midiático de momentos de crise é consubstanciado nos mecanismos em que o gestor utiliza as redes sociais durante ou até mesmo após momentos críticos (como calamidades ou saúde pública), a partir de seu perfil, para capturar audiência e relevância digital.

Como mais uma vertente da categoria analítica do uso de perfil pessoal para divulgação institucional, Pires (2024) aborda um fenômeno que envolve a monetização direta de bastidores, como a de canais de parlamentares no YouTube utilizando recursos públicos da cota parlamentar (verba de gabinete) e a estrutura do Congresso para gerar receita privada. No caso, parlamentares transformaram a divulgação da atividade legislativa em um negócio privado altamente rentável em um esquema cruzado onde o deputado utiliza verba da cota parlamentar para contratar empresas privadas de marketing/comunicação ou utilizar assessores de gabinete pagos pela Câmara para gravar, fazer a montagem e editar profissionalmente os vídeos, sendo este conteúdo publicado em canais próprios no YouTube que possuem a monetização ativada. Conforme o público assiste e gera visualizações, a plataforma repassa valores em dinheiro (via *AdSense*) gerados pelos anúncios.

O conflito ético e legal está no destino do dinheiro arrecadado, pois, enquanto os custos de produção são suportados pelos cofres públicos, o lucro gerado é embolsado diretamente pelos próprios parlamentares, sem qualquer tipo de ressarcimento ou devolução ao erário. Pires (2024) relata que parlamentares gastaram valores da cota (como R$ 4 mil mensais) com firmas de edição e, em contrapartida, lucraram dezenas de milhares de reais diretamente da plataforma do YouTube (com relatos de faturamento que variavam de R$ 15 mil a mais de R$ 48 mil na época). Embora não se tenha encontrado uma jurisprudência consolidada sobre o tema, ele já é palco de debates institucionais e iniciativas legislativas (BRASIL, 2022), pois isto se configura, no mínimo, como um desvio de finalidade e conflito de interesses.

Esse fenômeno representa uma verdadeira mercantilização digital e capitalização do cargo. Do procedimento relatado, conclui-se novamente em um exemplo de confusão entre público e privado, considerando os agentes investidos em funções públicas pela possibilidade de assimilação pessoal dos frutos da atividade parlamentar. A infraestrutura e o corpo funcional do Estado foram capturados e transformados em insumos para produção midiática privada. Observa-se um desvio de finalidade onde o dever de transparência e de prestação de contas é transformado em mercadoria e entretenimento lucrativo a partir do algoritmo da plataforma. Ou seja, o capitalismo de vigilância atua em favor da apropriação financeira a partir do aparato estatal.

A teor dos casos expostos e analisados, há demonstração fática de que a utilização de perfis pessoais para divulgação de ações governamentais ultrapassa a mera modernização dos canais de comunicação pública. Observa-se, na verdade, um processo de personalização da atuação estatal, no qual a visibilidade institucional passa a ser apropriada pela figura do gestor, enfraquecendo a distinção entre interesse público e interesse privado. Essa dinâmica aproxima-se dos elementos clássicos do patrimonialismo descritos por Weber, Faoro e Schwartzman, ainda que adaptados ao ambiente digital, caracterizando uma das manifestações do denominado patrimonialismo digital.

4.2 Autopromoção e fortalecimento da imagem pessoal

No caso relatado do ex-prefeito João Dória (BRASIL, 2025), relacionado ao programa “Asfalto Novo”, foi realizada campanha publicitária com “ares de singularidade e de ineditismo” a um serviço de zeladoria trivial, que é o de recapeamento asfáltico, sendo esta execução um dos pilares do recebimento da ação de improbidade. Na decisão, essa divulgação foi caracterizada como sofisticada, massiva e duradoura, desbordando de uma simples necessidade de informar a população.

Na mesma linha, identificou-se que mais de 20% do total dos valores investidos na obra em si corresponderam a valores gastos com publicidade, chegando, em uma competência específica (dezembro de 2017) a superar o valor aplicado na execução do programa de asfaltamento.

O STJ destacou que o ex-prefeito se utilizou da estrutura e da publicidade oficial paga pelo erário para alimentar seus próprios perfis pessoais na internet, ou seja, o foco da gestão estava na "vitrine" (divulgação) e não apenas na execução do serviço, uma característica marcante da atuação voltada ao engajamento e à imagem pública.

É nesse sentido que a divulgação do programa nas redes sociais do prefeito, utilizando imagem incluída em uma das peças publicitárias utilizadas na campanha, e a conexão veemente entre a obra e a pessoa do governante, induzida e viabilizada pelo dinheiro público, nos remete a um indicador de uso de empresas de marketing custeadas pelo erário, onde agências contratadas pelo município trabalharam diretamente na lapidação estética da imagem privada do político.

Este caso ilustra a confusão entre público e privado sob a roupagem tecnológica. A desproporção financeira entre o gasto publicitário e a execução da obra em si, somado à divulgação em mídias sociais particulares, evidencia o uso do marketing para fins pessoais em detrimento da finalidade pública. Relembrando Moura (2025), a estrutura do Estado foi capturada para converter a publicidade oficial em uma "vitrine” da promoção privada. Houve uma adaptação do estamento

burocrático à modernidade, conforme Sobreira (2025), a partir da utilização das agências com recursos públicos.

No processo judicial eleitoral da prefeita de Cachoeirinha/RS (BRASIL, 2026), ficou caracterizada a conduta de utilização de mão de obra vinculada à administração pública para a produção de conteúdo nas redes sociais da gestora. Além da participação ensaiada de servidores, ou até de terceirizados, foi utilizado o serviço de um assessor "particular" direcionado a essa tarefa. Portanto, temos um dado da utilização de servidores públicos como mão de obra, ou seja, servidores efetivos ou comissionados atuando no expediente, seja filmando, editando ou criando roteiros para as redes do gestor.

Neste mesmo processo, há demonstração de uso de maquinário como palco, a exemplo do vídeo em que uma retroescavadeira é alocada para a obra no arroio e onde a gestora se posicionou na cabine do equipamento, que estava a serviço do Poder Público, para utilizá-lo como "palco para a gravação de um vídeo promocional". A decisão chega a mencionar o "uso ativo de máquinas públicas", inclusive com uma apropriação simbólica da infraestrutura a partir de uma narrativa visual com a exploração do maquinário em operação, em uma verdadeira conversão da infraestrutura da cidade em cenário de autopromoção.

Adiciona-se, no caso, a menção à "edição profissional dos vídeos", somente possível com a utilização de câmeras, drones e softwares da administração para gerar conteúdo com fim de engajamento para o agente político, perfazendo-se o uso de equipamentos e infraestrutura pública. A conduta da gestora de Cachoeirinha/RS corporifica de forma empírica a transição do patrimonialismo clássico para a esfera virtual, com a utilização de servidores públicos, terceirizados e maquinário oficial. Novamente, temos a fundamentação da figura do "gestor *influencer*", exacerbado pela gravação de *slogans* políticos por servidores, reemergindo a ética do favor, os laços de lealdade e a subordinação pessoal, típicas do coronelismo tradicional.

Existe, também, a categoria da realização de impulsionamentos pagos com dinheiro público. Não se trata, neste caso, apenas das ações de geração de conteúdo, mas das ferramentas pagas para aumentar o seu alcance. A categoria

prevê o uso de recursos públicos para esta ação. Não foi encontrado exemplo prático apenas dela, possivelmente porque acaba sendo incorporada no indicador de uso de empresas de marketing custeadas pelo erário como uma das ações e como parte do pacote de serviços.

Por último, temos o uso de robôs (*bots*) e fazendas de cliques**,** que nada mais são do que o uso de automação e perfis falsos para inflar artificialmente o engajamento e simular apoio popular. Também não foi encontrado um caso em específico deste tipo de "manipulação" de engajamento. No entanto, Massaro, Lago e Brito Cruz (2018) detalham os mecanismos desta prática, expondo de forma quantitativa a forte presença de contas automatizadas ("bots"), *fakes* e perfis inativos inflando artificialmente as bases de seguidores de figuras políticas de alta relevância no ecossistema eleitoral brasileiro, forjando falsa popularidade e alterando o engajamento algorítmico. Seu encaixe com o patrimonialismo digital também pode se consubstanciar a partir da utilização de recursos públicos para tal prática, embora também ocorra quando o agente usa recursos financeiros privados expressivos para distorcer um espaço que deveria ser democrático e isonômico.

Embora o impulsionamento pago e o uso de autômatos (*bots*) configurem lacunas de comprovação isolada nos casos analisados, a inserção teórica dessas ferramentas é vital para compreender o ecossistema do patrimonialismo digital. O impulsionamento financiado pelo erário conduz a uma distorção, pois a atenção do cidadão é capturada de forma direcionada, síntese do capitalismo de vigilância. De igual forma, a dinâmica de fazendas de cliques conduz a uma sensação de forte consenso em relação à publicação. À luz do neopatrimonialismo de Ribeiro (2010), há um viés exploratório ocultado por uma suposta "interação social" neutra, cujo objetivo nada mais é do que manter no poder elites políticas.

A análise evidencia que a autopromoção não decorre apenas da exposição individual do agente público, mas da utilização de recursos, estruturas e instrumentos estatais e de mecanismos artificiais das ferramentas digitais para potencializar sua imagem perante a sociedade. Nesse contexto, a comunicação institucional deixa de cumprir exclusivamente sua finalidade pública e passa a

desempenhar papel estratégico na construção de capital político individual, fenômeno compatível com as categorias do patrimonialismo digital identificadas nesta pesquisa.

4.3 Entrelaçamento entre perfil pessoal e institucional

Tribunais de Contas também estão atentos a situações de confusão entre perfis pessoais e institucionais. No município de Anchieta, no Espírito Santo, ocorreu um caso de entrelaçamento entre os canais oficiais e páginas privadas. Conforme destacado pelo Tribunal de Contas do Estado do Espírito Santo (ANCHIETA, 2023), no Processo TC 08009/2021-5, além de o sítio eletrônico oficial da Prefeitura encontrar-se vinculado à rede social do Prefeito, houve uma espécie de mimetização gráfica, consubstanciada pela utilização da logomarca oficial da Prefeitura Municipal de maneira atrelada ao nome do então Prefeito Municipal, o que levou à conclusão de potencial confusão e tentativa de personificação da administração pública na figura pessoal do agente político.

Essa confusão foi potencializada pela promoção indevida dentro do domínio governamental (site da Prefeitura), constatando-se que lá havia uma menção ao então Prefeito, com sua imagem vinculada a de seu pai com os dizeres: “o saudoso ex-prefeito daquele município, senhor Edival José Petri”, tendo o Tribunal considerado como promoção indevida e risco ao princípio da impessoalidade. Esse fato caracteriza a identidade visual espelhada ou confusão estética, ou seja, o uso deliberado, nas redes privadas, do mesmo padrão visual (cores, logotipos, fontes) desenvolvido, no caso, para a prefeitura, com o potencial de causar confusão no cidadão, acreditando estar interagindo com o órgão oficial.

A confusão entre público e privado mais uma vez transparece no caso do município do Espírito Santo. Esse entrelaçamento aprofunda-se com o uso da imagem do pai do prefeito, estampando o desejo da perpetuação do poder daquela família: atinge o plano técnico (site oficial) e o plano geracional e simbólico, com a menção ao ex-prefeito e pai do gestor. O controle do poder estatal é tratado como herança familiar, a exemplo do período colonial em que vigia o império, onde o poder era transferido de pai para filho sob o estamento

burocrático. Na confusão de símbolos, o uso das imagens oficiais na página particular objetiva a credibilização e aumento da autoridade do agente a partir delas. Há, portanto, uma enorme resistência das elites políticas em se submeterem à impessoalidade.

No Governo do Estado do Rio Grande do Sul (2023), caracterizando outra vertente patrimonialista, voltamos ao caso onde a assessoria de comunicação capturava a relevância do Estado para inflar os perfis dos secretários de governo. O procedimento para tal era a associação dos perfis das Secretarias com os perfis das pessoas físicas que as ocupavam em suas publicações oficiais na plataforma do Instagram. Essa prática era realizada através do mecanismo de “convidar colaborador”, próprio da plataforma, onde é possível, ao criar uma postagem, convidar outros colaboradores (buscando o perfil). Neste perfil, ao aceitar o convite, a postagem é replicada em sua linha do tempo e no *feed* (página inicial do perfil).

No caso do município de Feliz/RS (2025) ocorreu procedimento similar, onde o município utilizava o perfil institucional para inflar a conta particular do Prefeito, além de outros agentes da Administração, na plataforma Instagram, por meio da modalidade “convidar colaborador". Em ambas as situações houve condenação, tanto por desvio de finalidade quanto pela possibilidade de vantagem eleitoral.

Observa-se a aplicação de mecanismos de coautoria simultânea, as quais tendem a causar confusão quanto à origem da postagem, pois a mesma publicação oficial pode ser encontrada tanto no perfil oficial da instituição quanto no da pessoa física, resultando em uma indevida vinculação. Tem-se, portanto, a prática da marcação (*tagging*) cruzada artificial, onde o perfil oficial do ente público marca sistematicamente a conta privada do agente público para forçar com que os algoritmos transfiram seguidores do ente para a pessoa física, desvirtuando a impessoalidade administrativa.

Diante novamente da ferramenta de marcação cruzada, práticas analisadas nos casos do Governo do Estado do RS e no município de Feliz/RS, verifica-se a manipulação técnica de metadados, que injeta diretamente nos perfis privados a

atenção e audiência dos usuários. Como dito anteriormente, essa dinâmica moderna opera sob a lógica dos algoritmos e da economia da atenção, onde o desvio de finalidade está no resultado inflacionário da presença digital privada do governante, gerando uma distorção e transformando o canal em alavanca política.

Barros (2024) nos revela outra situação importante, que se faz presente em ações de moderação seletiva. Em seu texto, documenta a exclusão de cidadãos e ocultação de comentários críticos feitos no perfil pessoal do então prefeito de Nova Friburgo, por cidadãos, perfil este utilizado como canal para postagem de atividades como agente político. Poletti (2023), por sua vez, relata um caso paradigmático mexicano, onde a Suprema Corte de Justiça da Nação do México julgou um caso onde um jornalista mexicano foi bloqueado no Twitter pelo Procurador-Geral de Justiça do estado de Veracruz. Nesta situação, a Corte determinou o desbloqueio do cidadão por considerar que, a partir do momento em que o servidor público utiliza sua conta na rede social para compartilhar informações de relevância pública e prestar contas de suas atividades oficiais, ocorre uma "mutação jurídica" do perfil, ou seja, a conta deixa de gozar de proteção estritamente privada.

O que se vê, portanto, é a criação de um espaço público virtual a partir da decisão, do agente político, de utilizar sua conta privada para divulgar informações relativas a sua função pública, assumindo consequencias como a obrigação de transparência da atividade pública. A partir disso, podemos inserir como categoria o bloqueio de críticos e a moderação seletiva (censura digital), a qual se resume na conduta de barrar cidadãos ou apagar comentários críticos no perfil privado do gestor que, na prática, funciona como uma espécie de canal de anúncios oficiais.

A confusão entre o público e o privado opera-se aqui de maneira invertida: o gestor privatiza o debate público sobre os atos de sua gestão ao exercer um direito de exclusão típico de uma propriedade particular. Poletti (2023) denomina de mutação jurídica essa inversão do espaço. Mas, no seu domínio digital, o agente rechaça a transparência, a contraposição de ideias e o controle social, conduta que reflete o cerne da dominação tradicional weberiana e do estamento de Faoro, onde a autoridade não tolera ser questionada pelo cidadão,

pretendendo criar a sua “bolha política”, consubstanciada no arbítrio técnico de ferramentas de moderação privadas para silenciar o que se opõe, instrumentalizando o ambiente de rede para forjar um consenso artificial e autocrático em torno de sua imagem.

Em suma, os elementos práticos trazidos neste bloco evidenciam a crônica dificuldade de segregação entre as esferas pessoal e institucional no ecossistema virtual. O entrelaçamento intrincado promovido entre perfis (híbridos) e canais oficiais potencializa uma simbiose técnica e estética que atualiza a clássica indistinção entre o público e o privado nos moldes clássicos do patrimonialismo. Hodiernamente, esse fenômeno osmótico é operado por meio de ferramentas de colaboração algorítmica, mimetização visual e moderação seletiva de narrativas, conforme os exemplos práticos. Esta ação, a partir dos instrumentos modernos de comunicação digital, constitui justamente uma das expressões contemporâneas da confusão entre instituição e personalismo e que perfazem o patrimonialismo digital.

4.4 Do patrimonialismo digital

A análise dos casos selecionados permitiu identificar padrões recorrentes que transcendem situações isoladas e revelam características comuns associadas ao fenômeno denominado patrimonialismo digital. Embora os contextos mapeados apresentem particularidades, observou-se a reiteração sistemática de práticas relacionadas à personalização da comunicação pública, à utilização de perfis pessoais para divulgação de ações governamentais, à apropriação simbólica da estrutura estatal para fortalecimento da imagem individual de gestores e à crescente dificuldade de delimitação entre as esferas pública e privada no ambiente digital.

A seguir, segue um quadro-síntese dos resultados encontrados:

Quadro 1 - Síntese dos resultados encontrados

Elemento identificado	Evidências encontradas
Utilização de perfis pessoais para divulgação institucional	Casos João Doria (Programa Asfalto Novo), Governo do Estado do Rio Grande do Sul e Município de Feliz/RS
Personalização da comunicação pública	Associação de obras, programas, serviços e ações governamentais à imagem do gestor (*slogans* como "Aqui é trabalho!")
Apropriação simbólica e material da estrutura estatal	Utilização de maquinário (retroescavadeira), servidores públicos atuando em horário de expediente (filmagem/edição) e infraestrutura institucional para fins de engajamento privado.
Confusão entre esfera pública e privada (hibridismo ou simbiose)	Sobreposição entre perfis institucionais e pessoais por meio de recursos de coautoria ("convidar colaborador") e mimetização estética (identidade visual espelhada)
Capitalização política da exposição institucional	Captura de métricas, ganho de visibilidade, atração sistemática de seguidores, engajamento e fortalecimento da imagem política individual (especialmente em momentos de pós-catástrofe/crises)
Potencial capitalização econômica da atividade pública	Monetização de conteúdos vinculados à atuação pública ou produzidos com suporte da estrutura estatal
Censura digital e restrição do espaço público	Moderação seletiva de narrativas por meio do bloqueio de cidadãos e ocultação de comentários críticos em perfis que funcionam como canais de anúncios oficiais.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Os elementos apresentados no quadro acima não devem ser compreendidos como categorias isoladas ou excludentes. Nos casos analisados, observa-se que uma mesma situação pode envolver simultaneamente uso de perfil pessoal, personalização da comunicação pública, apropriação simbólica da estrutura estatal e capitalização política da visibilidade institucional. Essa sobreposição reforça a complexidade do fenômeno e demonstra que o patrimonialismo digital não se manifesta apenas pela utilização direta de recursos públicos, mas também pela apropriação simbólica, comunicacional e política da atuação estatal no ambiente das plataformas digitais.

A correlação dos dados analisados demonstra que as práticas personalistas e clientelistas encontraram no arranjo algorítmico um novo e sofisticado suporte de

perpetuação. A personalização da comunicação pública faz com que ações governamentais passem a ser diretamente associadas à imagem do gestor, deslocando o centro da mensagem da instituição para a figura individual do agente político. A utilização de perfis pessoais para divulgar atos, obras e serviços da administração contribui para a sobreposição entre identidade pública e identidade privada, sobretudo quando a comunicação institucional é reproduzida em canais particulares ou quando perfis híbridos passam a operar como extensão da autoridade pública.

Verifica-se a apropriação simbólica da estrutura estatal, evidenciada pelo uso de logomarcas oficiais, layouts espelhados, ferramentas de coautoria, servidores, equipamentos e canais institucionais para reforçar a visibilidade individual do gestor. Nestas situações, a máquina pública deixa de atuar apenas como meio de informação de interesse coletivo e passa a funcionar como suporte de projeção pessoal, caracterizando o fortalecimento da imagem privada e a consequente capitalização política decorrente da exposição institucional. Esse movimento se intensifica em situações nas quais a atividade governamental é convertida em conteúdo de alto valor simbólico e comunicacional, seja pelo aproveitamento midiático de momentos de crise, seja pela monetização direta de bastidores do mandato em plataformas digitais. A Administração, nesse contexto, é privatizada na forma de conteúdo digital voltado à geração de engajamento, seguidores e prestígio.

O ecossistema das postagens sociais também pode ser artificialmente inflado pelo uso de robôs (*bots*) e fazendas de cliques para forjar falsos consensos, além da realização de impulsionamentos pagos com dinheiro público para expandir o alcance de postagens personalistas. Além disso, manifesta-se uma rede de compartilhamentos recíprocos motivada por laços de lealdade política ou pela expectativa de benefícios futuros, em paralelo à utilização de servidores públicos como mão de obra e do uso de infraestrutura pública, como maquinários, câmeras e ambientes de gravação. Por fim, a cooptação virtual emerge através da dependência do cidadão em obter respostas e informações de seu interesse: ao personificar os canais, o agente público obriga o administrado a

consumir suas publicações particulares, integrando-o ao seu sistema de visibilidade.

Embora o foco desta pesquisa esteja na relação entre patrimonialismo e comunicação pública digital, observa-se que tais práticas também dialogam com fenômenos mais amplos relacionados ao uso estratégico de dados, algoritmos e plataformas digitais, como o "colonialismo digital" descrito por Faustino e Lippold (2023), onde há mineração de dados onde são transformados em padrões para "prever", além do comportamento e consumo das pessoas, a manipulação política em disputas de poder de uma democracia falsificada. Esse aspecto serve para melhor compreensão dos efeitos danosos do uso antiético das mídias digitais. Contudo, ultrapassa o objetivo central deste trabalho e pode ser aprofundado em pesquisas futuras.

Para consolidar as discussões e mapear as diferentes formas pelas quais essas condutas se materializam, apresenta-se a seguir a matriz analítica desenvolvida nesta pesquisa, que categoriza os indicadores, as fundamentações correspondentes e os casos empíricos analisados:

Quadro 2 - Matriz Analítica do Patrimonialismo Digital

Dimensão Analítica	**Categoria Conceitual**	**Expressão no Ambiente Digital (Indicadores)**	**Prática Patrimonial Clássica Correlata**	**Caso Empírico Analisado**
Instrumental *(Foco nos meios e recursos)*	Apropriação de Infraestrutura e Corpo Funcional	Utilização de servidores públicos como mão de obra.	Privatização de bens e serviços estatais; desvio de pessoal e de bens móveis da Coroa para fins privados.	Prefeita de Cachoeirinha/RS (servidores em vídeo e uso de retroescavadeira);
		Uso de equipamentos e infraestrutura pública (máquinas, drones, estúdios).		Canais de parlamentares no YouTube (assessores de gabinete).

	Capitalização Econômica do Cargo	Uso de empresas de marketing custeadas pelo erário.	Mercantilismo burocrático; venda de cargos públicos e apropriação das rendas do Estado por elites.	Programa "Asfalto Novo" (Doria);
		Realização de impulsionamentos pagos com dinheiro público.		Prefeita de Cachoeirinha/RS (edição profissional);
		Uso de robôs (*bots*) e fazendas de cliques.		Artigo de Massaro, Lago e Brito Cruz (2018) (*bots*).
Principiológica *(Foco nos valores e normas)*	Hiperpersonalização e Captura da Atenção	Gestor *influencer*.	Dominação tradicional e carismática; culto à personalidade do governante; promoção pessoal via editais.	Programa "Asfalto Novo";
		Centralização e captura de canais institucionais.		Prefeita de Cachoeirinha/RS ("Aqui é trabalho");
		Monetização direta de bastidores.		Canais de parlamentares no YouTube (AdSense);
		Aproveitamento midiático de momentos de crise.		Município de Feliz/RS (crise das chuvas).
	Simbiose (confusão) e Contenção Digital	Identidade visual espelhada ou confusão estética.	O senhor patrimonial como dono da praça pública; arbítrio do estamento sobre as vozes da comunidade.	TCE-ES: Prefeitura de Anchieta (layouts/fotos parentes);
		Marcação (*Tagging*) cruzada artificial.		Estado do RS e Município de Feliz/RS (ferramenta colaborador);

		Bloqueio de críticos e moderação seletiva (censura digital).		Caso Nova Friburgo/RJ (bloqueio);
				Caso Mexicano (Suprema Corte).
Temporal ou Histórica *(Foco no legado e dados)*	Colonização da Memória e do Dado	Apagamento da memória institucional.	Apropriação privada dos meios de administração; indistinção entre o acervo oficial e o patrimônio particular do governante.	Apenas teórico.
		Uso de bancos de dados oficiais para disparos privados.		Apenas teórico.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

O patrimonialismo digital não pode ser reduzido apenas a discussões sobre postagens em redes sociais, dado os complexos mecanismos possíveis de manipulação da opinião pública. O objetivo de elaborar essa matriz conceitual serve para esquematizar a pesquisa, unindo conceitos do patrimonialismo clássico, as novas vertentes que compõem o patrimonialismo digital e os casos empíricos apurados.

Na Dimensão Instrumental, as categorias expõem os meios e instrumentos para a captura dos recursos públicos, sejam bens ou pessoas, para fins particulares, em estrito paralelismo com o patrimonialismo clássico. O financiamento público de agências de marketing, tráfego pago e automações revela a prática mercantil de expansão do patrimônio privado, ainda que imaterial, em função dos recursos auferidos no uso da própria estrutura burocrática.

A Dimensão Principiológica detém as categorias e expressões que consubstanciam a afronta aos princípios democráticos e à impessoalidade administrativa, encontrando nítida similitude com a dominação tradicional carismática, o culto à personalidade e o arbítrio estamental.

Por fim, a Dimensão Temporal ou Histórica, constitui-se da categoria de colonização da memória e do dado, consubstanciada pela exclusão de dados históricos da administração e utilização indevida de dados oficiais, com desvio de informações para disparos em massa, e que encontra sua origem histórica na relação de indistinção entre o que é público e o que é privado, operando como uma expropriação do legado e das informações do cidadão.

A correlação dos dados sistematizados na matriz analítica, demonstra que os casos empíricos frequentemente perpassam mais de um indicador de expressão em ambiente digital. Essa sobreposição nos indica que, em grande parte, o enquadramento de determinada conduta como patrimonialismo digital pressupõe a manifestação concomitante de múltiplas características. Em conjunto, elas provam que o fenômeno é estrutural e afeta o arcabouço republicano como um todo.

Esse cenário demonstra o quanto é necessário ainda evoluir os mecanismos de controle destes atos que afrontam ditames legais e constitucionais. Desbordando dos casos apresentados, observam-se movimentos globais, atualmente, para controlar publicações em mídias sociais, dado o grau de nocividade de informações falsas e do marketing de influência sem lastro ético. Países como a China e Emirados Árabes adotaram medidas restritivas para publicações no marketing de influência (EXAME, 2022; ILS CONSULTANCY, 2023). Disto subsume-se que o Estado contemporâneo deve atuar na regulação desta atividade, *contrario sensu* do que ocorreu em 2009, quando o Supremo Tribunal Federal (2009) entendeu que a imposição de habilitação técnica formal como condição para o exercício da atividade jornalística não encontra amparo na ordem constitucional vigente, por colidir diretamente com a plena liberdade de manifestação do pensamento. No entanto, o avanço do ecossistema digital impõe balizas ético-jurídicas rígidas quando tais ferramentas envolvem a máquina administrativa.

Tomando como base a realidade do município de Cachoeirinha/RS, realizou-se o levantamento das normas que regem os cargos e funções vinculados à estrutura de comunicação do ente. A Lei Municipal nº 1.159/1991 prevê dois

cargos de provimento efetivo para a carreira de Comunicador Social. Em complemento, a Lei Municipal nº 2.720/2007 estabelece dois cargos em comissão: o de Coordenador de Comunicação Social, com exigência de nível superior completo em Jornalismo, Publicidade e Propaganda ou Relações Públicas, e o de Assessor "A" da Coordenadoria de Comunicação Social. Esta mesma legislação prevê a função de confiança de Chefe do Serviço de Publicidade e Propaganda, de preenchimento exclusivo por servidores efetivos, que também demanda formação superior nas referidas áreas da comunicação.

No município de Feliz/RS, a Lei Municipal nº 3.935/2022, que institui o Plano de Carreira e estabelece o quadro de cargos do município, não prevê cargo de provimento efetivo específico para a área de comunicação, sendo as atividades da área exercidas predominantemente por cargos comissionados ou funções gratificadas para servidores efetivos. Na estrutura de provimento em comissão, identificou-se apenas o cargo de Coordenador do Departamento de Comunicação Social (Art. 13 da Lei 3.935/2022), atualizada pela Lei Municipal nº 4.408/2025. Estrutura similar é identificada em Anchieta/ES, onde a Lei Municipal nº 1.737/2025, que institui o Modelo de Gestão e Organização da Prefeitura, não estabelece cargo efetivo específico para comunicação no Poder Executivo, configurando um arranjo predominantemente comissionado (Assessor de Comunicação, Gerentes Municipais, Operacionais e Coordenador de Equipe Operacional).

Os exemplos relacionados às estruturas administrativas municipais indicam que a fragilidade da profissionalização da comunicação institucional pode favorecer a instrumentalização política das redes sociais. Quando não há delimitação clara entre atribuições institucionais, gestão de perfis oficiais e atuação pessoal de agentes públicos, ampliam-se as possibilidades de uso da comunicação pública como mecanismo de fortalecimento individual da imagem do gestor.

Em conjunto, os elementos identificados permitem compreender o patrimonialismo digital como uma manifestação contemporânea das práticas patrimonialistas historicamente observadas na administração pública brasileira.

Embora adaptadas às dinâmicas tecnológicas e comunicacionais do século XXI, tais práticas mantêm como característica central a aproximação entre interesses públicos e interesses privados, agora potencializada pelo alcance e pela influência das plataformas digitais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa consistiu em identificar como a literatura recente aborda o uso de mídias sociais por gestores públicos, e, a partir das concepções do patrimonialismo clássico, realizar uma transposição interpretativa para o conceito de patrimonialismo digital, utilizando o arcabouço conceitual apreendido no transcorrer do referencial teórico. A partir da revisão da literatura e da análise de casos selecionados, verificou-se que determinadas práticas digitais reproduzem, sob novas formas, a histórica confusão entre público e privado. Também foi possível, por meio das informações empíricas levantadas, mapear e sugerir as diferentes dimensões e categorias do patrimonialismo digital, caracterizando-o como uma manifestação contemporânea e tecnológica do patrimonialismo tradicional.

Os resultados indicam que o patrimonialismo digital se manifesta principalmente pela personalização da comunicação pública, pela utilização de perfis pessoais para divulgação de ações governamentais, pela apropriação simbólica da estrutura estatal, pela captura de canais institucionais e pela conversão da visibilidade pública em capital político ou econômico. Os dados empíricos levantados demonstraram na prática esse cenário, evidenciado pelo espelhamento estético de marcas oficiais em *feeds* particulares, pela transferência forçada de seguidores via marcação cruzada artificial e pela blindagem de críticas por meio da censura digital seletiva.

Constatou-se que os modernos meios de comunicação, constituídos em grande parte pelas mídias sociais, ampliaram o alcance da autopromoção indevida e tornaram mais complexas a fiscalização e a aplicação das regras que combatem tais comportamentos. Governantes eleitos passaram a “profissionalizar” seus perfis pessoais mediante a utilização de assessorias de comunicação,

estruturadas tanto por cargos da própria administração quanto por empresas terceirizadas, todas remuneradas pelo erário. Essa dinâmica opera por meio do desvio de finalidade dos canais institucionais, seja pelo esvaziamento das páginas oficiais, seja pela captura técnica de audiência através de ferramentas próprias das plataformas.

Os achados confirmam a persistência do tensionamento proveniente da confusão estamental, consignado, atualmente, em uma publicidade digital de aparência democratizante, mas que reproduz determinadas lógicas patrimoniais, em que canais institucionais e páginas particulares são postos a serviço da "marca pessoal" do governante, cujo problema é potencializado pela limitação da fiscalização externa diante do alcance e da velocidade dessas novas formas de comunicação.

Mostram-se necessárias, portanto, regulamentações urgentes para delimitar o uso das redes sociais na gestão pública, de modo a salvaguardar os princípios republicanos, notadamente o da impessoalidade. Nesse sentido, verificou-se que a estrutura administrativa dos setores de comunicação dos órgãos analisados possui, em sua maioria, cargos de provimento em comissão, os quais se mostram mais vulneráveis às políticas de clientelismo e subordinação pessoal. Diante disso, depreende-se a necessidade de reformular a lógica atualmente vigente, propondo-se a profissionalização do corpo técnico por meio de concursos públicos e a possibilidade de representação disciplinar junto aos órgãos de fiscalização da atividade profissional relacionada à comunicação.

Conclui-se, enfim, que o fenômeno não representa uma ruptura com o patrimonialismo clássico, mas sua adaptação ao ambiente digital. As redes sociais ampliam o alcance da comunicação pública, mas também criam novas possibilidades de autopromoção, personalização da gestão e enfraquecimento do princípio da impessoalidade. Os dados demonstram que a cultura patrimonialista brasileira não foi superada pela tecnologia. Ao contrário, o ecossistema digital tem sido instrumentalizado para blindar e promover aqueles que já detêm poder sob uma nova roupagem algorítmica.

A principal contribuição do estudo está na identificação e proposição de categorias analíticas estruturadas que auxiliam a compreender o patrimonialismo digital como um fenômeno estritamente vinculado à comunicação pública contemporânea.

Como limitação, destaca-se que a pesquisa analisou casos selecionados, com especial incidência no Poder Executivo municipal, sem pretensão de esgotar o universo de decisões e práticas existentes no país. Pesquisas futuras podem ampliar o corpus documental, comparar municípios de diferentes portes, aprofundar a discussão sobre os impactos das plataformas digitais na relação entre comunicação pública, governança e *accountability* e investigar empiricamente perfis institucionais e pessoais de gestores públicos.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: referências: elaboração. 3. ed. Rio de Janeiro, 2025.

ABRITA, Mateus Boldrine; SILVA, Walter Guedes da. **Patrimonialismo e estamento burocrático no Brasil contemporâneo: debate baseado em Florestan Fernandes e Raymundo Faoro.** Geotextos, Dourados, v. 14, n. 1, p. 203-223, jul. 2018.

ANCHIETA (Município). Tribunal de Contas do Estado do Espírito Santo. Gabinete do Conselheiro Rodrigo Coelho do Carmo. **Processo TC 08009/2021-5**. Relator: Conselheiro Rodrigo Coelho do Carmo. Julgado em 17 mar. 2023. Disponível em: http://www.tcees.tc.br. Acesso em: 26 mai. 2026.

ANDRADE, Carlos Alberto Nascimento de. Fundamentos para uma interpretação do Brasil: a vertente patrimonialista e suas ramificações. **Revista Educação em Questão**, Natal, v. 21, n. 7, p. 161-184, set./dez. 2004.

AVELINO FILHO, George. Clientelismo e política no Brasil. Revisitando velhos pro-blemas. **Novos Estudos**, n. 38, 1994. Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesquisa-eaesp-files/arquivos/george_avelino_clientelismo_e_politica.pdf. Acesso em: 6 maio 2026.

BARROS, Lucas. Prefeito silencia críticas em suas redes sociais. **A Voz da Serra**, Nova Friburgo, 11 nov. 2024. Disponível em: https://avozdaserra.com.br/noticias/prefeito-silencia-criticas-em-suas-redes-sociales. Acesso em: 23 maio 2026.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto proíbe que agentes públicos monetizem publicação de conteúdo na internet**. Agência Câmara de Notícias, Brasília, DF, 22 jun. 2022. Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/890313-projeto-proibe-que-agentes-publicos-monetizem-publicacao-de-conteudo-na-internet/. Acesso em: 24 maio 2026.

BRASIL. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. **Eleições deste ano foram as primeiras a ter propaganda em redes sociais.** Brasília, DF: Agência Câmara de Notícias, 17 dez. 2012. Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/385519-eleicoes-deste-ano-foram-as-primeiras-a-ter-propaganda-em-redes-sociais/. Acesso em: 3 maio 2026.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2026]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 maio 2026.

BRASIL. Justiça Eleitoral. 143ª Zona Eleitoral de Cachoeirinha - RS. **Ação de Investigação Judicial Eleitoral (11527) nº 0600046-94.2026.6.21.0143**. Juíza Eleitoral: Suélen Caetano de Oliveira. Julgado em 16 mai. 2026. DJE, 19 mai. 2026. Disponível em: https://www.tre-rs.jus.br/. Acesso em: 21 mai. 2026.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Segunda Turma. **Recurso Especial nº 2.175.480 - SP (2023/0257925-7)**. Relator: Ministro Teodoro Silva Santos. Julgado em 18 fev. 2025. DJEN, 21 fev. 2025. Disponível em: https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Processos/Consulta-Processual. Acesso em: 23 mai. 2026.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **STF derruba exigência de diploma para jornalista**. Notícias STF, Brasília, DF, 17 jun. 2009. Disponível em: https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-derruba-exigencia-de-diploma-para-jornalista/. Acesso em: 23 jun. 2026.

CAMPANELLA, Bruno Roberto. **Regimes de visibilidade na era das mídias sociais: transformações e continuidades.** Galáxia, São Paulo, n. 48, p. 1-20, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1982-2553202359604. Acesso em: 10 maio 2026.

CARVALHO, Luciana Barbosa de. Marketing digital e a administração pública: as mídias sociais como instrumento de participação social e accountability. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, v. 9, ed. 205, p. 1-15, 2021. Disponível em: http://dx.doi.org/10.35265/2236-6717-205-09134. Acesso em: 3 maio 2026.

CARNAIBA, Amanda Freitas. Bots em redes sociais: desafios teóricos e consequências para as ciências sociais. **Revista Perspectivas Sociais**, Pelotas, v. 9, n. 2, p. 31-57, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.15210/rps.v9i02.26611. Acesso em: 23 maio 2026.

CERVI, Emerson Urizzi; PEREIRA, Marcus Abílio. PENTEADO, Claudio Luis de Camargo. **Digitalização da informação política e personalismo eleitoral no Brasil: análise da relação entre meios de informação e forma de escolha de candidatos nas eleições de 2024.** In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 34., 2025, Curitiba. Curitiba: UFPR, 2025. p. 1-22. Disponível em: http://www.compos.org.br. Acesso em: 26 fev. 2026.

DUARTE, Manaly dos Santos; RIBEIRO, Luziana Ramalho. Autopromoção em redes sociais: análise da construção de 'mitos' e sua (in)compatibilidade com os ritos institucionais pelos integrantes da PMPB. **Segurança Pública em Revista**, v. 1, n. 1, p. 169-190, jul./dez. 2023.

EXAME. A China quer influenciadores com diploma: e se o resto do mundo fizer o mesmo? **Exame**, 23 jun. 2022. Disponível em: https://exame.com/marketing/a-china-quer-influenciadores-com-diploma-e-se-o-resto-do-mundo-fizer-o-mesmo/. Acesso em: 13 jun. 2026.

FAORO, Raymundo. **Os donos do poder: formação do patronato político brasileiro.** 3. ed. rev. e luto. São Paulo: Globo, 2001.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **A fabricalização da cidade e as bases extrativistas do colonialismo digital.** Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2023.

FELIZ (Município). Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. 4ª Câmara Cível. **Apelação Cível nº 5000894-39.2024.8.21.0146/RS**. Relatora: Juíza de Direito Eliane Garcia Nogueira. Julgado em 17 dez. 2025. DJEN, 24 fev. 2026. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/. Acesso em: 23 mai. 2026.

FERNANDES, Florestan. **A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

G1. **SAAE 'fabricou' buraco fake para prefeito tiktoker gravar vídeo para redes sociais, denunciam funcionários**. G1 Sorocaba e Jundiaí, [s. l.], 23 abr. 2026. Disponível em: https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2026/04/23/saae-fabricou-buraco-fake-para-prefeito-tiktoker-gravar-video-para-redes-sociais-denunciam-funcionarios.ghtml. Acesso em: 10 jun. 2026.

GANDINI, Raquel. Características patrimonialistas do Estado brasileiro: anotações para uma análise da política educacional. **Revista Brasileira de Política e Administração da Educação**, Porto Alegre, v. 24, n. 2, 2008.

GARCIA, L. **Brazil: The Social Media Capital of the Universe**. Observatório da Imprensa, n. 733, 12 fev. 2013. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/na-imprensa-internacional/brazil_the_social_media_capital_of_the_universe/. Acesso em: 8 mar. 2026.

GOOGLE. *NotebookLM (ferramenta de análise e pesquisa assistida por IA).* Mountain View: Google, 2024. Disponível em: https://notebooklm.google.com. Acesso em: 26 mai. 2026.

GÓIS, Veruska Sayonara de. Publicidade administrativa como princípio e prática: apontamentos para uma teoria do controle pelo Judiciário. **Revista de Direito da Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 02, n. 01, p. 07-29, jan./dez. 2017.

HAMAN, Michael; ŠKOLNÍK, Milan; ČOPÍK, Jan. Colombian political leaders on Twitter during the Covid-19 pandemic. **Latin American Policy**, v. 13, n. 1, p. 104-121, maio 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1111/lamp.12249. Acesso em: 10 maio 2026.

ILS CONSULTANCY. **Licensing for Social Media Influencers in the UAE**. Dubai, UAE: ILS, 14 dez. 2023. Disponível em: https://www.ilsconsultancy.ae/post/licensing-for-social-media-influencers-in-the-uae. Acesso em: 13 jun. 2026.

LIMA, Simone Alvarez. Violação ao princípio da impessoalidade por autopromoção como corolário para a perda do mandato por improbidade administrativa. **CONPEDI Law Review**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 58-77, jul./dez. 2023. DOI: 10.26668/2448-3931_conpedilawreview/2023.v9i1.9888. Disponível em: https://indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/9888. Acesso em: 24 fev. 2026.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia Científica.** 8. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. p.302. ISBN 9786559770670. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770670/. Acesso em: 19 mai. 2026.

MASSARO, Heloisa; LAGO, Lucas; BRITO CRUZ, Francisco. **Bot ou não: quem segue os candidatos a presidente?** InternetLab, [s. l.], 3 jul. 2018. Disponível em: https://internetlab.org.br/pt/noticias/bot-ou-nao-quem-segue-os-candidatos-presidente/. Acesso em: 23 maio 2026.

MOTORYN, Paulo. **Nikolas Ferreira e Gustavo Gayer driblam proibição e usam mandatos para ganhar dinheiro no Instagram**. The Intercept Brasil, 29 fev. 2024. Disponível em: https://www.intercept.com.br/2024/02/29/nikolas-ferreira-e-gustavo-gayer-driblam-proibicao-e-usam-mandatos-para-ganhar-dinheiro-no-instagram/. Acesso em: 13 maio 2026.

MOURA, Rafael Braga. Abuso de poder político por meio da autopromoção de gestores públicos na divulgação de obras e serviços municipais. **Direitos Democráticos & Estado Moderno**, [s. l.], v. 1, n. 13, p. 106–120, 2025. DOI: 10.23925/ddem.v.1.n.13.70305.

OLIVEIRA, Gustavo Justino de; ACCIOLI FILHO, Wilson. **O STJ e o gestor público influencer.** JOTA, 04 out. 2025. Disponível em: https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/o-stj-e-o-gestor-publico-influencer. Acesso em: 12 maio 2026.

OPENAI. ChatGPT *(apoio à organização de dados)*. San Francisco: OpenAI, 2024. Disponível em: https://chat.openai.com. Acesso em: 26 mai. 2026.

PERPLEXITY AI. Perplexity AI *(apoio na organização de ideias)*. San Francisco: Perplexity AI, 2022. Disponível em: https://www.perplexity.ai/. Acesso em: 26 mai. 2026.

PIRES, Breno. **Verba de gabinete é usada para lucrar na internet.** Terra, [s. l.], 29 fev. 2024. Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/verba-de-gabinete-e-usada-para-lucrar-na-internet,50b3f501ff143ffbd4ac9c01314efae9dfvusjcf.html. Acesso em: 23 maio 2026.

POLETTI, Luma. **Pode um servidor público bloquear um cidadão no Twitter?** JOTA, [s. l.], 01 dez. 2020. Disponível em: https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/pode-um-servidor-publico-bloquear-um-cidadao-no-twitter. Acesso em: 18 mai. 2026.

RIBEIRO, Bruno. **Nunes deleta ações de Haddad e Doria da rede social da Prefeitura**. 2023. Disponível em: https://www.metropoles.com/sao-paulo/politica/nunes-deleta-acoes-de-haddad-e-doria-da-rede-social-da-prefeitura. Acesso em: 18 mai. 2026.

RIBEIRO, Isolda Lins. **Patrimonialismo e personalismo: a gênese das práticas de corrupção no Brasil.** Anais do XIX Encontro Nacional do CONPEDI. Fortaleza, 2010.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. 4ª Câmara Cível. **Apelação Cível nº 5031018-86.2023.8.21.0001/RS**. Relator: Desembargador Voltaire de Lima Moraes. Julgado em 12 de dez. 2024. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/. Acesso em: 23 mai. 2026.

RODRIGUES, João Gaspar. Nepotismo no serviço público brasileiro e a SV 13. **Revista de Direito Administrativo (RDA)**, Rio de Janeiro, v. 260, p. 203-229, maio/ago. 2012.

RODRIGUES, João Gaspar. Patrimonialismo: um crônico distúrbio corruptivo na Administração Pública brasileira. **Revista Digital de Direito Administrativo**, [s. l.], v. 12, n. 2, p. 73–98, 2025. DOI: 10.11606/issn.2319-0558.v12i2p73-98.

RODRIGUES JÚNIOR, Álvaro. **Os limites da publicidade institucional oficial. Estudos Eleitorais**. Brasília, DF, v. 4, n. especial, p. 57-62, 2009. Disponível em:

https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/1207. Acesso em: 10 mai. 2026.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, María D. P B. **Metodologia de pesquisa.** 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013. E-book. p.102. ISBN 9788565848367. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788565848367/. Acesso em: 19 mai. 2026.

SCHWARTZMAN, Simon. A abertura política e a dignificação da função pública. **Revista do Serviço Público**, Brasília, v. 112, n. 2, p. 43-57, abr./jun. 1984.

SCHWARTZMAN, Simon. **Bases do autoritarismo brasileiro.** 4. ed. Rio de Janeiro: Publit, 2007.

SIMÃO, Rafael Soares; BALDESSAR, Maria José. **A atuação de prefeitos e prefeitas em mídias sociais e a personalização da comunicação pública: uma revisão de escopo.** Comunicação e Inovação, [S. l.], v. 26, 2025.

SOUSA, Juliane Martins Carneiro de. **A persistência do patrimonialismo na administração pública brasileira: um olhar a partir da obra de Raymundo Faoro.** Quaestio Iuris, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 33-56, 2012.

SOUZA, Danielle Marques de. Uso indevido da publicidade institucional em período eleitoral. **Revista da Justiça Eleitoral do Rio de Janeiro**, v. 1, n. 1, p. 1-20, 2024. Disponível em: https://revista.tre-rj.jus.br/rjed/article/download/151/146/289. Acesso em: 10 mai. 2026.

SOUZA, Jessé. Weber. In: AVRITZER, Leonardo et al. (org.) **Corrupção: ensaios e críticas.** Belo Horizonte: UFMG, 2012, pp.68-76.

SOBREIRA, David. **A nova fase do patrimonialismo.** JOTA, 14 jan. 2025. Disponível em: https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-nova-fase-do-patrimonialismo. Acesso em: 31 dez. 2025.

WEBER, Max. **Ensaios de sociologia.** Organização e introdução de H. H. Gerth e C. Wright Mills. Tradução de Waltensir Dutra. Revisão técnica de Fernando Henrique Cardoso. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

WEBER, Max. **Sociologia.** Organização de Gabriel Cohn. Consultoria de Florestan Fernandes. Tradução de Amélia Cohn e Gabriel Cohn. 7. ed. 5. impr. São Paulo: Ática, 2003. 168 p. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, v. 13). ISBN 85-08-01145-8.

APÊNDICE A - DECLARAÇÃO DE AUTORIA E USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Declaro que o presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é de minha autoria, tendo sido elaborado em conformidade com os princípios éticos da pesquisa científica, as normas institucionais da Universidade de Brasília e a legislação brasileira vigente.

Declaro, ainda, que todas as análises, interpretações, conclusões e recomendações apresentadas neste trabalho são de minha inteira responsabilidade intelectual, estando devidamente fundamentadas e referenciadas.

Quanto ao uso de **Ferramentas de Inteligência Artificial (IA)**, informo que:

( ) **não utilizei** ferramentas de IA durante a elaboração deste trabalho;
ou

(x) **utilizei** ferramentas de IA **exclusivamente como apoio**, sem prejuízo da autoria intelectual e da responsabilidade científica.

Quando utilizadas, as ferramentas de IA tiveram finalidade auxiliar, sendo empregadas para os seguintes fins:

(x) Apoio à organização de ideias e à estruturação do texto

(x) Revisão gramatical e aprimoramento da clareza linguística

( ) Sugestões de formatação e adequação às normas acadêmicas

( ) Apoio à compreensão inicial de conceitos teóricos, posteriormente verificados em fontes acadêmicas confiáveis

Declaro que nenhuma ferramenta de Inteligência Artificial foi utilizada para a geração autônoma de conteúdo acadêmico original, tais como análises e discussões de resultados, interpretações, conclusões ou recomendações, sem a devida revisão crítica, validação teórico-metodológica e responsabilização do autor.

Declaro, por fim, estar ciente de que a prestação de informações falsas, a omissão de autoria ou a atribuição indevida de produção intelectual constituem práticas vedadas no meio acadêmico e podem ensejar responsabilização nos termos da legislação brasileira.

Por ser verdade, firmo a presente declaração.

Nome do discente: Darci Kreis Junior