

Estratégias de Comunicação Política em Moçambique: entre a exclusão de candidatos e o combate à desinformação

Dércio Tsandzana

Sciences Po Bordeaux

dercio.adpub@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3960-7216>

Political communication strategies in Mozambique: between candidate exclusion and the fight against disinformation

https://doi.org/10.14195/2183-6019_11_5

Resumo:

Com o advento das redes sociais na *Internet*, a comunicação política tornou-se um dos temas de pesquisa de maior interesse. A primeira eleição de Barack Obama (2008) e o uso das redes sociais foi um dos primeiros marcos desse processo, seguindo hoje vários outros exemplos em que políticos apostam cada vez mais nas redes sociais como ferramentas de comunicação. O presente artigo incide sobre Moçambique e procura analisar como é que os políticos usam as redes sociais da internet na sua comunicação com os cidadãos, particularmente o *Facebook*. Em Moçambique importa sublinhar que no princípio as redes sociais da internet foram vistas como malélicas e perturbadoras para a sociedade, mas desde 2014 as mesmas são usadas, não só para transmitir discursos políticos, mas igualmente para se posicionar perante a publicação e partilha de notícias falsas. Este artigo resulta de uma pesquisa que teve o seu início em 2018 através da realização de uma etnografia virtual durante as eleições municipais em Moçambique, bem como da recolha de elementos de análise por intermédio de páginas da *Internet* com maior enfoque para o *Facebook*.

Um dos resultados mais relevantes é a constatação de que as redes sociais da *Internet* têm sido usadas pelos políticos que encontram barreiras em transmitir a sua comunicação por intermédio dos media tradicionais, tornando-se assim um meio alternativo relevante na comunicação política.

Palavras-chave: Internet; comunicação política; eleições; Moçambique.

Abstract:

With the emergence of social networks, political communication has become one of the research topics with more interest. The first election of Barack Obama (2008) and the use of social networks was one of the first important events, following by several examples where politicians are increasingly using social networks as communication tools. This article focuses on Mozambique and seeks to analyze how politicians use social networks in their communication with citizens, particularly the *Facebook*. In Mozambique, it is important to underline that in the beginning the social networks were seen as harmful and disturbing for the society, but since 2014 they have been used, not only to share political speeches, but also to fight against the spread and share of false news. This article

is the result of an ongoing research started in 2018 through the realization of a virtual ethnography during the municipal elections in Mozambique, as well as the collection of elements of analysis through internet pages focusing on *Facebook*. One of the most relevant findings is the use of social media as an alternative platform for politicians that face some difficulties with traditional media.

Keywords: Internet; political communication; elections; Mozambique

Introdução

“(…) O importante é a gente reconhecer que cometemos erros, acertamos e discutimos os nossos erros para que o país avance. É esta mensagem que eu queria deixar para os jovens, que é para não deixarmos-nos levar por ilusões, pensar que o mundo resume-se naquilo que vemos no Facebook, pensar que o mundo resume-se naquilo que a gente vê no WhatsApp, pensar que o mundo resume-se naquilo que a gente ouve em debates de algumas televisões…”

Roque Silva, *Secretário-geral da Frelimo, encontro com a Organização da Juventude Moçambicana (OJM), 25.08.2018*
– Cidade de Maputo

A comunicação é uma das práticas mais antigas do mundo, fazendo parte da existência do homem enquanto um ser que precisa se comunicar para expressar sentimentos, opinião e preocupações. Ao longo dos tempos essa dialéctica seguia

um modelo baseado no que podemos chamar *media* tradicionais (televisão, rádio e jornal), sendo que, com o surgimento das redes sociais da internet¹, essa prática conheceu mudanças em quase todo o mundo.

Para Joanguete (2017, p.1), nos países africanos o processo de adaptação a essas transformações está a implicar alterações nas lógicas discursivas que emergem da própria dinâmica de funcionamento dos meios digitais de comunicação, assim como na forma de fazer e estar na política – “(…) a nova era digital anuncia o resgate dos ‘verdadeiros’ valores da democracia: a ampla inclusão do cidadão nos processos governativos. Neste alinhamento, as democracias emergentes em África deixariam de ser sistemas intactos e ‘primitivos’ (..)”. Porém, essa afirmação pode encontrar dificuldades na sua aplicação para aquilo que Morozov (2011) chamou de

“desilusão da *Internet*”, quando afirma que enquanto se expandem as redes sociais da internet como espaços de participação, os governos também sofisticam as suas formas de acção através de mecanismos tecnológicos de controlo e intimidação *on-line*².

Com uma população estimada em cerca de 29 milhões de habitantes (Instituto Nacional de Estatística, 2017), Moçambique é um país em que o uso da *Internet* encontra-se em níveis que podemos considerar como baixos, se tomarmos em consideração que apenas 18% da sua população possui acesso (Hootsuite, 2020). Apesar desta realidade, vários políticos moçambicanos têm-se mostrado cada vez mais atentos sobre o que se passa nas redes sociais da internet, sobretudo em espaços como *Facebook* e *WhatsApp*, que por dedução generalizada são constantemente consideradas duas das redes com mais usuários no país.

1 Por escolha e padronização na redacção, a escrita da palavra *Internet* será feita com a inicial maiúscula. Historicamente sabe-se que diferenciava-se entre *a Internet* e *uma internet* (ou *internetnetwork*), tratando a primeira como um nome próprio com uma letra maiúscula e a segunda como um nome comum com a primeira letra minúscula.

2 Sobre esse debate, Tsandzana (2018) preferiu empregar o termo “miragem democrática” o que pressupõe dizer que possuir uma conta em uma rede social não é necessariamente sinónimo de aumento da participação política.

O discurso emitido pelo Secretário-geral do partido Frelimo, no dia 25 de Agosto de 2018, pode nos remeter para diferentes leituras hipotéticas. A primeira tem a ver com o despertar do partido no poder em Moçambique (Frelimo), sobre o uso do *WhatsApp* como ferramenta que cada vez mais tem servido como espaço de promoção de debate entre os cidadãos. Por outro, o mesmo discurso deixa transparecer uma visão pessimista em relação ao *WhatsApp* como um espaço em que a produção de inverdades sobre o país se faz permanente e a sua credibilidade não pode ser tomada em conta. Por conseguinte, vale a pena recordar que durante o mandato do anterior Presidente de Moçambique, Armando Guebuza³, discursando na sessão do Comité Central da Organização da Juventude Moçambicana (OJM), em 2012, disse:

³ Armando Guebuza possui uma conta no *Facebook* com mais de 21073 seguidores – última publicação feita no dia 1 de Setembro de 2014, e outra no *Twitter* com 115 seguidores – última publicação feita no dia 17 de Dezembro de 2018 [os dados são de 10 de Janeiro de 2019].

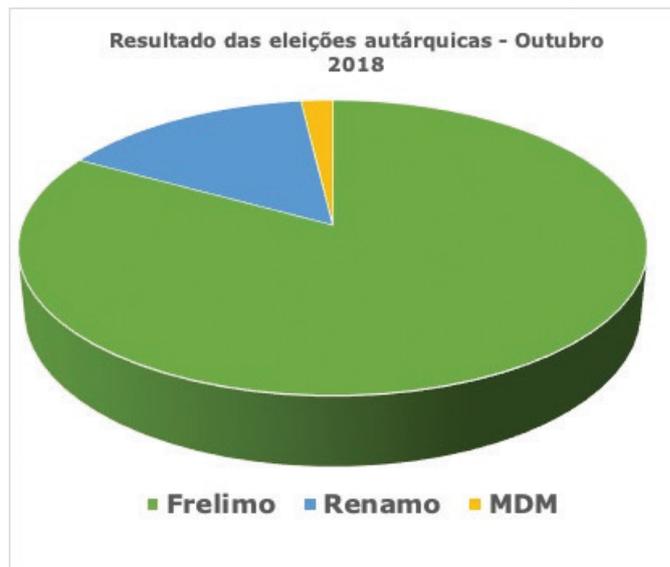
“(…) O Facebook e o Twitter têm o potencial de se transformar em espaços geradores de representações, fábricas de sonhos inalcançáveis e de infinitas miragens e expectativas que podem levar à secundarização da cultura de trabalho, promovendo o espírito de mão estendida”.

Todavia cabe ainda recordar que foi em 2015 em que o mesmo Presidente da República decidiu processar em sede do tribunal o economista e professor Universitário, Nuno Castel-Branco, após este ter publicado, em 2103, na sua página *Facebook* uma opinião (carta aberta) sobre a análise da governação do então Presidente. A mesma opinião foi amplamente partilhada em vários outros canais de comunicação e debate⁴.

⁴ Como resultado, Nuno Castel-Branco foi ilibado do caso por se considerar que a sua opinião não violava nenhuma lei em Moçambique. Ademais, em Moçambique não existe nenhuma lei que rege o uso das redes sociais, como o *Facebook*, por exemplo. Por outro lado, a Constituição, no seu artigo 48, preconiza que todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação.

“O Facebook e o Twitter têm o potencial de se transformar em espaços geradores de representações, fábricas de sonhos inalcançáveis e de infinitas miragens e expectativas que podem levar à secundarização da cultura de trabalho, promovendo o espírito de mão estendida”

Ilustração 1: Mapa dos resultados eleitorais, Outubro 2018 (Tsanzana, 2020)



Face aos exemplos acima apresentados, o presente artigo pretende debruçar-se em torno de dois objectivos: por um lado, analisar o discurso político, sobretudo dos partidos políticos em torno do uso das redes sociais da internet como meios de comunicação com os cidadãos; e, segundo, analisar a estratégia de comunicação política de dois actores políticos durante as eleições autárquicas de Outubro de 2018.

Contudo, importa realçar que durante muitos anos a comunicação política em Moçambique foi ancorada no uso da televisão e da rádio como meios-chave em momentos eleitorais. No último censo populacional (2017), o Instituto Nacional de Estatística de Moçambique (INE) inquiriu 6.145.684 famílias, e revelou que 2.148.045 possuíam rádio, enquanto que 1.336.889 um aparelho de televisão. Igualmente, importa destacar que no quadro legislativo eleitoral existe o que se denomina de “tempo de antena” – período de tempo concedido às diferentes candidaturas para, durante o período da campanha eleitoral, utilizar as emissões de radio-difusão sonora e visual públicas (Lei n.º 6/2018, de 3 de Agosto – quadro

jurídico-legal para a implantação das autarquias locais)⁵.

Em termos de organização, as eleições autárquicas em Moçambique são de carácter local e destinam-se aos 53 Municípios existentes no país, sendo que são realizadas desde 1998⁶. Em 2018 foram realizadas as quintas eleições autárquicas e os resultados configuraram 44 municípios a favor do partido Frelimo, 8 para o partido Renamo e 1 para o partido MDM (ver distribuição abaixo).

Em termos de estrutura, este artigo possui quatro partes principais, sendo que a primeira busca discutir

a relação entre a desinformação e a comunicação política através da apresentação da literatura em torno da temática. Na segunda parte traça-se o uso político das redes sociais em Moçambique, dando-se exemplos práticos. Enquanto que na terceira parte explica-se, por intermédio de dois casos, a estratégia política e eleitoral durante as eleições municipais de 2018. Por fim, a quarta parte incorpora a conclusão e anuncia algumas pistas de análise para o aprofundamento da temática em discussão no presente artigo.

Metodologia

Para o alcance desse desiderato, fez-se recurso ao método *netnográfico* – etnografia virtual⁷ (Berry, 2012) que se baseou na monitoria e seguimento de páginas *on-line* em torno das eleições autárquicas de 2018, bem como no diálogo directo com os

5 A Constituição da República de Moçambique fala do Direito de Antena (artigo 49, números 1-4) como obrigatoriedade dos meios públicos na divulgação de actividades de propaganda dos partidos políticos, e a cobertura eleitoral, que impõe o gozo das liberdades de imprensa para a produção de uma informação isenta, de interesse público e da responsabilidade dos profissionais dos *media* sobre os processos eleitorais.

6 As primeiras eleições municipais realizaram-se em 1998 nos 33 municípios então existentes, mas o antigo movimento rebelde e maior partido da oposição, Renamo, e a maior parte dos pequenos partidos da oposição boicotaram as eleições, devido ao deficiente recenseamento de eleitores e à selecção das vilas e cidades que obtiveram estatuto de município. A afluência média às urnas foi de 15%.

7 É o estudo de populações e práticas numa rede global: *chats*, fóruns de discussão, *websites*, *blogs*, redes sociais e mundos virtuais. O termo etnografia virtual, aparece pela primeira vez na literatura anglo-saxónica a partir da segunda metade da década de 1990.

actores políticos que não participaram no processo eleitoral enquanto candidatos. Essa escolha justifica-se pelo facto de vários estudos sobre comunicação política se interessarem sobremaneira pelos políticos que concorrem ou ganham os escrutínios (Planel, 2008; Mercanti-Guérin, 2010; Heinderyckx, 2011; Bastien, 2012; Fassassi, 2017), e poucas vezes sobre aqueles que mesmo sem participar directamente do processo, influenciam a dinâmica eleitoral em disputa. Assim, a escolha no presente artigo recaiu sobre dois políticos que mesmo não tendo sido candidatos, estiveram em destaque nas redes sociais da internet, na imprensa escrita e televisiva.

A escolha de focar no virtual (*Internet*) e no físico (entrevistas com políticos) pode resumir-se no que Leader e McKim (2003) e, mais tarde Hine (2007), chamaram de “etnografia conectiva” – o que pressupõe a associação de duas esferas (*on-line* e *off-line*) que não podem ser vistas como separadas uma da outra, mas sim complementares, pois como sublinha Bakardjieva & Feenberg. (2001, p.238) “(...) a *Internet* é o lugar onde

o *on-line* e *off-line* encontram-se. Por essa razão, o estudo sobre a *Internet* deve significar a manutenção de uma visão sobre ambos lados, não existindo assim uma divisão entre eles”. No presente artigo, o nosso campo de análise é visto como uma rede heterogênea, mapeada a partir das relações sociais dos sujeitos e suas conexões com objectos materiais e digitais, e para locais físicos ou virtuais (Ardévol, 2013, p.7).

Entre Dezembro de 2018 e Janeiro de 2019 foram entrevistados (de forma presencial e virtual) dois políticos que aspiravam concorrer para o cargo de Presidente de Conselho Municipal da Cidade de Maputo. No campo virtual, o seguimento foi feito em páginas no *Facebook* dos dois políticos – Gilberto Mendes (partido Frelimo) e Venâncio Mondlane (partido Renamo).

De cada página foram retirados os dados totais relativos a seguidores e publicações feitas até ao mês de Outubro de 2018 – mês da realização das eleições autárquicas em Moçambique. Esse exercício foi feito por intermédio da pesquisa directa em cada uma das páginas, com recurso

a ferramenta de filtro de conteúdo por data, disponível no próprio *Facebook*. A análise do discurso baseou-se nas publicações feitas (texto, foto e vídeo) somente no mês de Outubro (2018). Igualmente procurou-se explicar o significado do que foi publicado por cada página naquele mês, bem como os dois políticos reagiram ao *feedback* dos seguidores.

Dialéctica entre (des) informação e Comunicação Política

Existem diferentes visões sobre a importância das redes sociais no campo político, a primeira é dos chamados *ciber optimistas* – que consideram a internet como uma ferramenta política inovadora, e a segunda dos *ciber realistas* – que consideram a internet como um espaço para aqueles que já possuem algum capital político (Monnoyer-Smith, 2011). No mesmo diapasão, Wolton (2012, p. 26) fala da “ambiguidade da *Internet*” para dizer que a mesma pode ser ferramenta de libertação e de emancipação, mas também de especulação, de crimes cibernéticos, de controlo e rastreio.

Para o presente texto, optamos pela visão considerada como realista, pois é notável que a internet tem dinamizado a forma de participação na esfera quotidiana, mas algumas limitações se impõem, como a questão do acesso, custo e qualidade da própria, sendo que Moçambique não é excepção.

Para Rodotà (1999), as redes sociais da internet possibilitam ampliar a participação social e política das pessoas, fazendo com que a sociedade possa actuar como sujeitos políticos. Ademais, permitem abrir a todos as possibilidades concretas de discutir e decidir as regras da organização social e impor o confronto permanente entre o que é e o que poderia ou deveria ser. No entanto, Cardon (2010) citado por Baita (2012, p. 38), sublinha que essa abordagem pode ser problematizada quando a “(...) proliferação de informações também pode se tornar um perigo para democracia, dado o facto de que muita informação circula sem poder verificar as fontes”. Com esta afirmação pode-se entender que o fluxo de informação não é necessariamente sinónimo de qualidade, especialmente quando é necessário diferenciar entre o falso e o verdadeiro

– essa é toda a questão da informação falsa⁸, as chamadas *fake news*⁹.

Por comunicação política entende-se “o campo institucional, social e cultural nos quais vários actores políticos negociam os seus interesses e conflitos de maneira colectiva através da comunicação, que visa compreender, representar e estabilizar a ordem em si” (Monnet, 2014, p. 237). Para o nosso estudo, essa noção possibilita analisar as diferentes estratégias postas em prática pelos actores políticos moçambicanos para convencer os eleitores. Na arena política recente, o exemplo de destaque do uso de redes

8 Ver “A desinformação: as armas dos falsos”, François-Bernard Huyghe (2016). O autor do livro argumenta que a desinformação apresenta a capacidade intelectual de admitir a outras coisas que às vezes são contraditas pelas evidências, mais os meios técnicos para tornar essas ilusões contagiosas. O mesmo autor publicou ainda um livro intitulado “Fake news, o grande medo”, em Março de 2018.

9 Segundo Hunt (2016), são uma forma de imprensa que consiste na distribuição deliberada de desinformação ou boatos via jornal impresso, televisão, rádio, ou ainda *online*, como nos *medias* sociais. Este tipo de notícia é escrita e publicada com a intenção de enganar a fim de se obter ganhos financeiros ou políticos, muitas vezes com manchetes sensacionalistas, exageradas ou evidentemente falsas para chamar a atenção.

sociais da internet como ferramentas privilegiadas de comunicação surge do Presidente Americano Donald Trump.

Outro exemplo é de 2018 quando a Universidade de Oxford analisou o caso da França e descobriu que a proliferação de informação falsa aumentou naquele país. Igualmente sabe-se do escândalo da *Cambridge Analytica* – uma empresa suspeita de usar, fraudulentamente, dados privados de milhões de usuários do *Facebook* para promover campanhas de persuasão política usando estratégias de propaganda.

Por exemplo, em Moçambique durante a campanha eleitoral para as eleições presidenciais de 2014 assistiu-se à proliferação de várias “páginas falsas” no *Facebook*, com os nomes dos candidatos e partidos políticos – Renamo, Frelimo e MDM. Essas páginas pretendiam denegrir a imagem de candidatos/partidos políticos concorrentes, promovendo mensagens insultuosas e com a intenção de confundir os eleitores, segundo nos foi revelado por alguns membros destes partidos políticos. Em termos de estudos sobre essa temática pode-se destacar a análise feita por Joanguete

(2018), no qual elenca um conjunto de páginas da internet que considera como promotoras de notícias falsas e desinformação em Moçambique. O autor considera que a melhor forma de se reduzir a propagação deste tipo de notícias é por via do que chamou de “alfabetização digital”.

Igualmente, o historiador moçambicano, Egídio Vaz, fez menção, por inúmeras vezes, ao facto de Moçambique ter-se tornado num campo fértil para a propagação do que considera “decadência da verdade” – um ambiente informacional caracterizado pela desordem, onde a opinião conta mais que factos e onde pessoas activamente preferem se expor às opiniões, desde o momento que satisfaçam suas crenças, onde o jornalismo “militante” está a retirar o senso da objectividade e da verdade jornalística¹⁰.

Ainda sobre o mesmo diapasão, por ocasião do dia mundial das comunicações sociais que se assinalou a 13 de Maio de 2018, a Comissão Episcopal de Justiça e Paz na Conferência

Episcopal de Moçambique, realizou um debate com o lema “*Fake news* e jornalismo de paz”. No mesmo ano, o Gabinete de Informação de Moçambique (GABINFO) apelou aos órgãos de informação a pautar pela ética e deontologia profissionais e a denunciar todas as formas que manchem a profissão, com enforque para a circulação, nas redes sociais, de conteúdos falsos cuja autoria é atribuída às fontes fidedignas, isto depois da divulgação por certos *blogs* moçambicanos de um texto cuja autoria foi atribuída a um jornal de correspondência internacional baseado em Maputo.¹¹

Por exemplo, a 12 de Março de 2018, Tim Berners-Lee, o “criador da *Web*” (www), sugeriu a regulamentação das grandes plataformas. Ao publicar uma carta aberta intitulada “*A Internet está sob ameaça*”, destacou que “*a Internet* em que muitas pessoas estavam a conectar-se há anos, não é mais aquela

que os novos usuários encontraram hoje, pois os *blogs* e *websites* foram comprimidos sob o peso de algumas plataformas dominantes, sendo que essa concentração de poder permitiu fazer da internet uma arma em grande escala, com o uso das redes sociais para difundir teorias conspiratórias, agitar as tensões sociais e interferir nas eleições”.

Sobre essa questão, o denominado grupo GAFSA (*Google, Apple, Facebook e Amazon*) tem se preocupado em limitar ao máximo a propagação de notícias, com destaque para o *WhatsApp*, que revelou recentemente que cada utilizador passa a poder reenviar apenas cinco vezes cada conteúdo partilhado num grupo desta plataforma, que admite no máximo a participação de 256 pessoas. Ou seja, cada utilizador poderá reenviar uma mensagem no máximo a 1280 outros indivíduos, enquanto antes esse conteúdo podia chegar a 5120 pessoas, uma vez que era possível reenviar 20 vezes a mesma mensagem no *WhatsApp*. Porém, a medida só limita reencaminhamentos, não se aplicando por exemplo a notícias que são copiadas e coladas.

¹⁰ A referência foi feita numa publicação na sua conta Facebook, no dia 27 de Dezembro de 2018 [<https://www.facebook.com/egidiovaz/posts/2370138179880679>].

¹¹ Já em 2019, o EISA Moçambique organizou um colóquio denominado “Redes sociais, *fake news*, desinformação e cibersegurança no contexto de eleições democráticas”, no âmbito das eleições gerais que tiveram lugar em Outubro de 2019.

Para Vedel (2017), a internet afecta o funcionamento dos sistemas políticos, mas as transformações que ela provoca ainda são marginais, superficiais ou precárias. A autora afirma que a internet “Não cria revoluções ou populismo, é apenas um campo de possibilidades que só pode ser realizado através de dinâmicas sociais e económicas” (Vedel, 2017, p. 86). Apesar da existência de comunidades *on-line* para fortalecer a participação política, esse potencial é limitado, pois os participantes *on-line* são mais propensos a serem pessoas que já estão activas em termos de participação política.

Dito de outra forma, entende-se que os debates *on-line* podem aumentar a participação, mas isso não necessariamente melhora a diversidade da participação porque os participantes são os “suspeitos usuais” – eles são membros do mesmo círculo de amigos e já têm uma conexão entre si. Como é observado por Dahlgren (2012), o debate *on-line* é dominado quantitativa e qualitativamente por poucas pessoas, prolongando as desigualdades no mundo social *off-line*. Por outro, o discurso político *on-line*

tende a ser fragmentado demais, pois há uma polarização de opiniões entre os membros dessas redes, facto este que foi sublinhado pelos nossos entrevistados sobre as eleições gerais de 2014 em Moçambique¹².

Por outro lado, Chen (2013) aponta para a existência de *media* “anti-sociais” marcadas pela comunicação racista, sexista e incivilizada entre os cidadãos que gera ódio e medo na argumentação política. Como mostrado por Loader e Mercea (2011, p. 759), “equipados com os *media* sociais, os cidadãos não precisam mais ser consumidores passivos de propaganda política, informação governamental ou de massa, mas podem partilhar perspectivas alternativas e publicar suas histórias próprias opiniões”. No entanto, o autor afirma que hoje o impacto mais óbvio das redes sociais sobre a democracia pode ter sido sua capacidade de “perturbar as práticas e instituições políticas tradicionais”, para as quais é claramente necessário

¹² Esse dado foi referenciado por Evaristo Maússe, então responsável pela gestão da página Facebook do MDM na Cidade de Maputo, durante as eleições autárquicas de 2013 [entrevista realizada no dia 11 de Agosto, na Cidade de Maputo].

para evitar optimismo utópico sobre a existência de uma “democracia digital”. Essa observação remete-nos para duas questões: (1) qual é a capacidade de mobilização política que as redes sociais possuem? e (2) será que as redes sociais são um instrumento de libertação dos cidadãos ou de controlo político por parte dos governantes?

Apropriação Política das Redes Sociais da Internet em Moçambique

Em Janeiro de 2019, o Secretariado do Comité Provincial do partido Frelimo Gaza (sul de Moçambique) publicou o que chamou de “termos de referência para o uso das redes sociais” (Comunicado SCPFG/019, de 2019) destinado para os seus membros, de onde entre vários elementos destaca que:

“(…) nos últimos anos o mundo inteiro tem testemunhado, com lamentação, o efeito destruturado do uso inapropriado e/ou inadvertido das redes sociais, que tem resultado na criação de viciados

digitais, desencaminhamento ou tráfico de menores e adolescentes, desperdício de tempo e distração ininterrupta nos celulares durante horas preciosas para o trabalho manual ou intelectual, ociosidade, custos de Internet desnecessários, fofocas, calúnias, intrigas, perda do foco e prejuízo dos objectivos para os quais foram criadas as ferramentas, entre outros males”.

Face à colocação acima, sugerem-se dois ângulos de análise: o primeiro demonstra que o posicionamento do partido Frelimo surge dentro de um contexto actual em que as redes sociais tendem a criar uma cultura de “comentário criativo social” mais alargado (Rosário & Gonçalves, 2018), sendo por isso inevitável conviver com elas. Por outro, o mesmo revela uma tendência recorrente durante a governação do Presidente Armando Guebuza que consubstanciava-se em limitar o discurso dos membros do partido através da imposição de normas que encontram um refúgio na disciplina partidária que tem sido recorrentemente questionada

dentro do partido, sobretudo com o surgimento de comentários e publicações nas redes sociais de proeminentes membros do partido que se posicionam ao contrário de algumas decisões emanadas pela estrutura máxima do partido¹³.

A abordagem do partido Frelimo em Gaza nos remete ao debate dos *media* de acordo com a configuração do regime político em Moçambique. Sabe-se que durante a vigência do partido único em Moçambique, existiu um gabinete do partido Frelimo composto por um núcleo de gestão de informação. De facto, a reunião de Macomia (Cabo Delegado) realizada em 1975 iria discutir e definir as linhas gerais pelas quais a imprensa devia doravante guiar as suas actividades, as quais deveriam centrar-se em “informar, educar, mobilizar e organizar” a população (Machel, 1977; Chichava, 2010)¹⁴. Igualmente a pro-

dução de informação passava por uma monitoria restrita e hierárquica para evitar que assuntos não abonatórios ao partido Frelimo fossem ao público.

Porém, essa tendência é contraditória com a estratégia adoptada pelo próprio Presidente do partido Frelimo e Presidente da República desde 2016. Por exemplo, verifica-se que Filipe Nyusi tem vindo a galvanizar a sua forma de comunicar por intermédio do uso das redes sociais, com maior destaque para a sua página *Facebook*, tendo aberto um espaço de “Pergunte ao Presidente”, que culminou com a realização de encontros com internautas e seguidores da sua página (imagem 1), o primeiro realizado em 2017, bem como uma visita domiciliar feita a uma seguidora que mais tarde viria torna-se Deputada da Assembleia da República¹⁵. Citemos Joanguete (2017, p. 5) para dizer que o monopólio do modelo “clássico” de comunicação política de tipo vertical e unidirecional perde espaço para o modelo de comunicação política mediada

13 Podemos fazer referência aos comentários de Jorge Rebelo e Sérgio Vieira que num passado recente emitiram opiniões que foram vistas como hostis dentro do partido.

14 O encontro teve lugar em Macomia, de 26 a 30 de Novembro de 1975, tendo sido designada “Reunião Nacional do Departamento de Informação e Propaganda”.

15 Mércia Viriato foi eleita pela Frelimo no círculo eleitoral de Tete sob proposta do presidente Filipe Nyusi, e promete trabalhar em prol de pessoas com deficiência.

Imagem 1: captura de ecrã da página “Presidente Filipe Nyusi” (31 de Agosto de 2017, Tsandzana). A mesma página continha, até 15 de Junho de 2020, 285 207 seguidores.



pela tecnologia, caracterizada pela democratização de informação, partilha de ideias e distribuição de conhecimento de forma colaborativa e alimentada por movimentos cibernéticos de cidadãos.

Da realidade descrita, importa questionar a extensão do interesse que os actores políticos moçambicanos depositam nas redes sociais da internet nos últimos anos: será que o mesmo surge como estímulo-resposta à pressão que esses espaços digitais criam para o poder político, ou estamos perante uma vontade política de comunicar de forma transparente com os cidadãos?

Eleições autárquicas 2018: casos de estudo e discussão de resultados

- **Venâncio Mondlane**

No dia 10 de Outubro de 2018, Moçambique realizou as quintas eleições municipais, momento que ficou marcado por um debate político intenso nas redes sociais por conta da exclusão de alguns candidatos para as mesmas eleições. O ponto mais alto

desse debate teve nos políticos Venâncio Mondlane e Gilberto Mendes um dos maiores destaques. Por essa razão, a nossa análise isolou-se em perceber como é que os dois políticos usaram as redes sociais para se posicionar em torno do processo eleitoral, mesmo que não tenham sido indicados legalmente candidatos pelos seus respectivos partidos políticos.

Na arena política, Venâncio Mondlane era Deputado da Assembleia da República eleito pelo Movimento Democrático de Moçambique (MDM), onde desempenhou a função de relator da bancada do terceiro partido parlamentar moçambicano. Em 2013, Venâncio Mondlane concorreu pelo MDM e perdeu para David Simango, eleito pela Frente de Libertação de Moçambique (Frelimo), partido no poder, em eleições boicotadas pela Renamo.

No final de Junho de 2018, Venâncio Mondlane renunciou ao seu mandato como Deputado no parlamento pelo MDM, alegando incompatibilidade e constrangimentos no exercício da sua função, tendo depois ingressado no partido Resistência Nacional de Moçambique (Renamo).

Nesse processo de mudança de partido, Mondlane viu-se colocado numa situação de impedimento jurídico para a sua participação enquanto cabeça-de-lista do partido Renamo por alegações deste estar a violar a lei eleitoral do país.

No que a estratégia de comunicação diz respeito, em entrevista realizada no dia 26 de Dezembro de 2018, Venâncio Mondlane afirmou que os seus posicionamentos eram exclusivamente feitos por intermédio das redes sociais (conta e páginas próprias do *Facebook* – optou-se por fazer o rastreio da página designada “Amigos de Venâncio Mondlane” @amigosdovenamondlane¹⁶) como forma de opor-se contra o bloqueio que era feito pelos *media* nacionais, bem como para o esclarecimento mais detalhado sobre a propagação de notícias falsas sobre si:

“(…) Eu não trabalhei com especialistas de comunicação e marketing político, mas sim com

¹⁶ Link da página – <https://www.facebook.com/amigosdovenancio/> que até ao mês de Outubro de 2018 era seguida por mais de 20000 pessoas.

amadores. A cada notícia sobre mim, eu publicava textos longos e de análise como forma de esclarecer as mentiras sobre mim, e isso só era possível através de detalhes que não era possível fazê-los em textos curtos”.

De forma detalhada, Venâncio Mondlane, afirmou ter-se apoiado desde 2017 numa equipa composta por dois editores, um editor de som e dois redactores, mas numa base de amizade e por um período de um ano. Antes de mudar-se para a Renamo, apostou na adição da componente de imagem (fotos editadas com texto) como uma das estratégias para ampliar a sua comunicação política. Quando chega ao partido Renamo manteve a mesma equipa para mobilização e propaganda, bem como a melhoria das condições materiais de trabalho e publicação de *newsletters* para fazer frente ao que chamou “imprensa comprada e detractores do partido MDM”.

Das afirmações de Venâncio Mondlane, podemos inferir que a estratégia política usada foi adoptada num contexto em que os *media* tradicionais

(jornais e televisões) divulgavam informação sobre si, mas não elaborada em forma de reportagem presencial com o político. Por outro lado, pode-se colocar a hipótese segunda a qual o público-alvo deste político que era visto como “rosto da juventude” fez com que ele apostasse exactamente no uso das redes sociais para captar uma sensibilidade eleitoral bem definida – população eleitoral com idade a partir dos 18 anos de idade.

Em termos de perfil dos membros, Venâncio Mondlane referenciou que apesar de não interagir diariamente nas páginas criadas, a maior parte eram jovens com formação universitária ou pré-universitária com ansiedade para encontrar um espaço social e político de acção – instáveis social e profissionalmente, mas também com medo, sendo que os detractores contra a sua candidatura eram pessoas de formação sólida e com um nível de escolaridade elevado, mas que propagavam notícias falsas e ataques contra si enquanto político.

- **Gilberto Mendes**

Conhecido publicamente como actor de teatro, Gilberto Mendes é

membro do partido Frelimo, tendo sido igualmente Deputado deste partido (1999 – 2004). Actualmente dedica-se, para além do teatro, ao trabalho na televisão como apresentador, mas igualmente fora nomeado Secretário de Estado de Desporto em Janeiro de 2020. Durante as eleições autárquicas de 2018, Gilberto Mendes esteve em destaque por ter demonstrado o seu interesse em apresentar-se como pré-candidato do partido Frelimo para as eleições ao cargo do Presidente do Município de Maputo. Apesar de não ter alcançado esse objectivo, notou-se que a aposta nas redes sociais foi uma das principais estratégias de comunicação política, bem antes do calendário eleitoral formal.

No diálogo mantido com este¹⁷, Gilberto Mendes, revelou que a aposta nas redes sociais deveu-se ao facto daquele espaço congregar maior parte do público-alvo que interessava o seu projecto político, nesse caso os jovens. Dois aspectos podem ser destacados na entrevista mantida com

¹⁷ Entrevista realizada no dia 25 de Janeiro de 2019, via WhatsApp.

Tabela²¹: Resumo do desempenho de publicações Facebook durante o mês de Outubro de 2018 nas páginas de Venâncio Mondlane e Gilberto Mendes (Tsandzana, 2019).

Político	Ferramentas usadas	Seguidores e membros ²²	Publicações (Outubro)			
			Total	Comentários	Likes	Partilhas
Gilberto Mendes	Facebook WhatsApp	31 570 256	8	88	1818	11
Venâncio Mondlane	Facebook WhatsApp	20 124 256	58	537	4 409	532

Mendes, por um lado a forma como via a sua posição enquanto apresentador de televisão, e em segundo a real razão do uso das redes sociais:

“(…) podia ter usado a STV ou a Televisão Gungu por conta da minha própria influência como apresentador, mas sabemos que o debate na Televisão não é igual nas redes sociais, por vezes até podemos determinar para que num debate televisivo não existam chamadas do público”.

“(…) apostamos ainda nas redes sociais pela sua capacidade de fazer eco. Elas (redes sociais) albergam os maiores fofoqueiros e replicadores de tudo, independentemente da veracidade dos factos. Usamos esse veículo de fácil disseminação pela possibilidade de réplica e para provocar o debate em torno da intenção – nas redes sociais alcançam-se os disseminadores que fazem chegar ao público-alvo: o povo”.

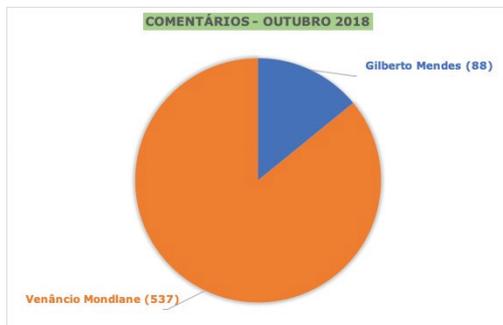
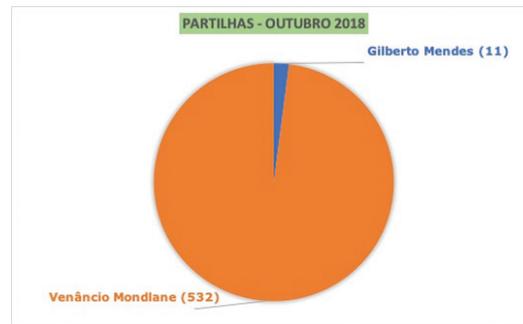
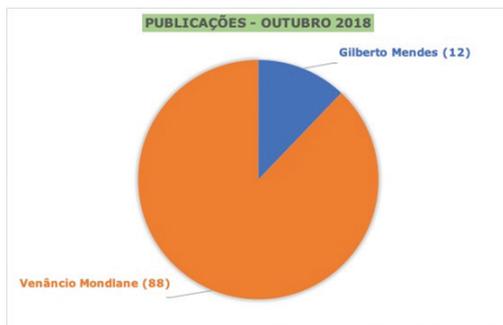
Importa ainda destacar que a comunicação virtual de Gilberto

Mendes apostou num slogan denominado “Maputo eu acredito: que tal?”, cuja publicitação foi feita nas páginas virtuais do político. Para além da conta pessoal, sabe-se que a campanha pré-eleitoral contou igualmente com uma página denominada “Gilberto Mendes e Amigos” (@gilbertomendesamigos¹⁸) que até ao mês de Outubro de 2018 era seguida por mais de 30000 pessoas. Essa página, que no começo da sua criação dedicava-se para acções de solidariedade e activismo social, fez essencialmente a partilha das publicações que provinham da conta principal de Gilberto Mendes, apostando, sobretudo, em fotos que mostravam o político em algumas acções que podem ser descritas como de benevolência.

Considerou ainda que a principal vantagem da comunicação virtual está na possibilidade de dar o comando para a condução do processo de comunicação, uma vez que só se publica o que se pretende e é possível reagir em tempo sobre qualquer

Em Moçambique, as redes sociais transformaram-se num tubo de escape de políticos para contornar as barreiras dos media tradicionais

¹⁸ Link da página – <https://www.facebook.com/gilbertomendesamigos/>



adversidade, diferentemente dos órgãos de comunicação tradicionais como a rádio e televisão: “(...) nesse tipo de estratégia é sempre importante a manutenção contínua de uma equipa de monitoramento para não ser pego de surpresa”, disse Gilberto Mendes.

Uma das estratégias adoptadas por Gilberto passou igualmente pela convocação do que chamou “Grande Debate”, em que os interessados eram convidados a demonstrar o seu interesse através de grupos de *WhatsApp*. Porém, embora tivesse reticências sobre o uso da televisão como mecanismo de comunicação, viu-se igualmente a realização de debates com especialistas de diferentes áreas na televisão da sua pertença (Gungu TV), cuja preferência eram temas que representavam preocupação dos cidadãos da Cidade de Maputo. Numa dessas publicações feita no dia 16 de Maio de 2018 e acompanhada de duas fotos, Gilberto Mendes colocou o seguinte:

“Estão convidados a participar no debate de ideias. WhatsApp: Amigos de Gilberto Mendes.

O tema hoje é Mobilidade de Transporte. Interessados (inbox)”.

Apesar de Gilberto Mendes ter preferido não falar sobre a forma como estava montada a equipa de trabalho durante as eleições de 2018 por conta do próximo pleito de Outubro de 2019, Bitone Viage¹⁹, um dos membros da equipa restrita que compunha a comunicação virtual de Mendes, revelou que para além do grupo de *WhatsApp* público, havia um outro que era reduzido em termos de número, cuja missão era realizar o que chamou de “assessoria directa sobre as propostas comunicativas que Gilberto Mendes devia trazer na sua campanha”. Igualmente nesse mesmo grupo era discutida a forma como Gilberto Mendes devia pressionar o partido Frelimo para aceitar a sua candidatura. No que ao perfil dos membros diz respeito, Viage avançou que os membros variavam entre a adolescência à idade adulta, não tendo sido fácil apurar a escolaridade dos

integrantes do grupo, uma vez que no acto da adesão esse quesito era dispensável.

Dos dois casos acima apresentados, entre similaridades e diferenças, pode dizer-se que um dos maiores destaques vai para o facto de ambos políticos fazerem parte de uma franja eleitoral considerável no país – dos jovens que representam mais de 50% da população moçambicana (INE, 2017) –, embora no quesito da idade ambos tenham passado da fasquia dos 35 anos de idade que é amplamente tida como limite para ser considerado jovem. Ademais, Venâncio Mondlane e Gilberto Mendes destacam-se pelo facto de terem conduzido a sua comunicação política bem antes do anúncio do calendário eleitoral oficial, trabalho que teve nas redes sociais da *Internet* a escolha preferencial.

Ambos optaram pela escolha dos problemas sociais que mais

¹⁹ Entrevista realizada no dia 22 de Janeiro de 2019, via *WhatsApp*.

²⁰ 256 refere-se ao número limite de membros no grupo de *WhatsApp*.

²¹ O número de seguidores diz respeito aos dados disponíveis até ao dia 23 de Janeiro de 2019. O total de comentários e *likes* (texto, fotos e vídeos) refere-se somente a página *Facebook* de cada um dos políticos, no mês das eleições – Outubro 2018.

apoquentam os cidadãos de Maputo (transporte, saneamento e espaços públicos) para servir de campanha eleitoral. Ademais, nota-se que os dois políticos após saber que as suas candidaturas não seriam consideradas para a fase da eleição, optaram por mudar de forma radical o tipo de publicações, que no princípio eram eminentemente concentradas sobre a promoção da sua própria imagem, e engajaram-se no apoio aos candidatos indicados como representantes para os seus respectivos partidos numa espécie de cooptação política interna. De forma concreta, viu-se Venâncio Mondlane a apoiar Hermínio Morais (Renamo), bem como viu-se Gilberto Mendes na campanha de Eneas Comiche (Frelimo).

Sobre as diferenças, enquanto Venâncio Mondlane surgia em maior parte das publicações para responder e justificar ao que chamou de inverdades sobre si, Gilberto Mendes concentrava-se em transmitir a sua mensagem política de forma simples e influenciado pela sua qualidade de actor de teatro, mesmo assumindo que usou as redes sociais para apenas disseminar a informação, sem, contudo, preocupar-se com o facto desta poder

ser manipulada, o que chamou de “fofoqueiros e replicadores de tudo”. Este elemento leva-nos à segunda diferença que está claramente espelhada na tabela 1, fundando-se no facto de Gilberto Mendes ter tido na comunicação social televisiva um espaço privilegiado ao ponto de participar de uma grande entrevista num dos canais mais vistos do país – a STV, enquanto que Venâncio Mondlane não beneficiou de tal facto.

Ou seja, enquanto Gilberto Mendes podia usar o seu próprio canal televisivo para difundir suas intenções políticas, Venâncio Mondlane encontrou esse refúgio nas redes sociais, embora Gilberto Mendes tivesse mais seguidores em sua página Facebook, tal como ilustram os gráficos e a tabela acima – o que nos faz pensar que o número de seguidores na página não é proporcional ao desempenho positivo de como é feita a gestão das páginas em momento eleitoral. Assim, pensamos que o incisivo uso das redes sociais da internet por parte de Venâncio Mondlane, pode enquadrar-se na crítica formulada por Huyghe (2016), segundo a qual a comunicação feita de forma *on-line*

ou mesmo *off-line* pode encarnar o que chamou de “armas dos falsos”, onde a desinformação apresenta-se como a principal forma de transmitir a mensagem que se pretende²².

Conclusões

A partir da nossa análise foi possível constatar que se cristaliza um pensamento político segundo o qual as redes sociais da *Internet*, sobretudo o *Facebook* e *WhatsApp*, podem ser espaços que facilitem a comunicação entre políticos e eleitores, sobretudo jovens.

Como constatação de realce, pode-se destacar que as redes sociais da *Internet* têm sido usadas pelos políticos que encontram barreiras em transmitir a sua comunicação por intermédio dos *media* tradicionais, sendo que as redes sociais tornaram-se um “tubo de escape”. Este facto pode dever-se ao historial passado e presente do

²² Sobre o tópico da propagação de desinformação por meio da internet, ao nível do continente Africano existe uma plataforma designada “desinformation tracker”, cuja missão é rastrear todo tipo de evidências em torno de questões que envolvam desinformação, redes sociais da internet e fake news no continente.

desempenho dos *media* em períodos eleitorais em Moçambique. De facto, vários relatos já mostraram que a actuação de alguns órgãos de informação, sobretudo públicos, agem em benefício dos atores políticos no poder²³.

O segundo elemento basilar na análise feita comprova a necessidade da realização de mais estudos sobre a temática, sobretudo para dotar os pesquisadores de ferramentas que possibilitem trabalhar sobre objectos que se encontram em constante mudança como é o caso da *Internet*, bem como a existência de maior fluxo de informação que coloca um desafio para o seu discernimento.

In fine, importa referenciar algumas questões que podem servir de pistas de análise para o tema aqui abordado, pois para além de pouco estudado o mesmo não esgota: (1) qual é a capacidade técnica e financeira dos actores políticos moçambicanos em fazer a sua comunicação política *on-line* para além do período

eleitoral? e (2) até que ponto os cidadãos moçambicanos são capazes de apurar a veracidade ou não da informação que consomem, sobretudo em momento eleitoral?

Bibliografia

- Ardévol, E. (2013). Digital ethnography and media practices. In N. Angharad (Ed.), *The international encyclopedia of media studies* (pp. 1-20). Nova Jersey: John Wiley & Sons, <http://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems193>
- Baita, Y. (2012). *Appropriation politique des réseaux sociaux et ses effets sur la participation politique: Cas de la ville de Lomé*. Mémoire de recherche. Université de Lomé.
- Bakardjieva, M., & Feenberg, A. (2001). Involving the virtual subject: Conceptual, methodological and ethical dimensions. *Journal of Ethics and Information Technology*, 2(4), 233–240. <http://doi.org/10.1023/A:1011454606534>
- Bastien, F., & Greffet, F. (2012). Les campagnes électorales sur Internet: Une comparaison entre France et Québec. *Hermès, La Revue*, 54(2), 211-219.
- Berry, V. (2012). Ethnographie sur Internet: Rendre compte du « virtuel ». *Les Sciences de l'éducation – Pour l'Ère nouvelle*, 45(4), 35-58. <http://doi.org/10.3917/lse.454.0035>.
- Chen, P. (2013). *Australian politics in a digital age*. Canberra: ANUE Press.
- Chichava, S. (2008). *Uma breve análise da imprensa moçambicana. Desafios para Moçambique*. Maputo: IESE.
- Dahlgren, P. (2012). Web et participation politique: quelles promesses et quels pièges?, *Questions de communication*, 21, 13-24. <http://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6545>
- Fassassi, I. (2017). Les effets des réseaux sociaux dans les campagnes électorales américaines. *Les Nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel*, 57(4), 69-86.
- Heinderyckx, F. (2011). Obama 2008: L'inflexion numérique. *Hermès, La Revue*, 59(1), 135-136.
- Hine, C. (2007). Connective ethnography for the exploration of escience. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 618–634. <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00341.x>
- Hunt, E. (2016). What is fake news? How to spot it and what you can

23 Numa análise sobre a cobertura dos *media* nas eleições autárquicas, o MISA-Moçambique revelou (2018) disparidades de benefício dos partidos concorrentes na cobertura eleitoral.

- do to stop it. *The Guardian*. Consultado a 21 de junho de 2018, em <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate>,
- Huyghe, F-B. (2018). Juventude urbana e redes sociais em Moçambique: A participação política dos conectados desamparados. *Comunicação e Sociedade*, 34(2), 235-250. [https://doi.org/10.17231/comsoc.34\(2018\).2948](https://doi.org/10.17231/comsoc.34(2018).2948).
- Joanguete, C. (2017). Comunicação política e cibercidadania: um desafio para as democracias emergentes. In A. Moreira, E. Araújo e H. Sousa (Eds.), *Comunicação e Política: Tempos, contextos e desafios* (pp. 195-208). Braga: CECS.
- Joanguete, C. (2018). *Fake news e a credibilidade jornalística*. Comunicação na Embaixada dos EUA em Maputo.
- Leander, K., & McKim, K. (2003). Tracing the everyday “sitings” of adolescents on the Internet: A strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces. *Education, Communication & Information* 3(2), 211–240. <http://doi.org/10.1080/14636310303140>.
- Loader, B., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations in participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14(6), 757-769. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>.
- Mercanti-Guérin, M. (2010). Facebook, un nouvel outil de campagne: Analyse des réseaux sociaux et marketing politique. *La Revue des Sciences de Gestion*, 242(2), 17-28, <http://doi.org/10.3917/rs.g.242.0017>.
- Monnet, P. (2014). Communication politique: Un concept bon à penser pour l'historien? *Hypothèses*, 17(1), 323-330, <http://doi.org/10.3917/hyp.131.0323>.
- Monnoyer-Smith, L. (2011). La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques? *Participations*, 1(1), 156-185. <http://doi.org/10.3917/parti.001.0156>.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. Nova Iorque: Public Affairs Books.
- Planel, N. (2008). Barack Obama: Une révolution américaine. *Les Temps Modernes*, 649(3), 277-297. <http://doi.org/10.3917/lm.649.0277>
- Rodotà, S. (1999). *La démocratie électronique, de nouveaux concepts et expériences politiques*. Rennes: Éditions Apogée.
- Rosário, C., & Gonçalves, E. (2018). Hipotizando um novo espaço público através de evidências no comentário criativo social nas redes sociais em Moçambique. Consultado a 2 de setembro de 2018, em <https://www.kaleidoscopio.co.mz/pt/publications/carmeliza-rosario-e-euclides-goncalves-hipotizando-um-novo-espaco-publico-atraves-de-evidencias-no-comentario-criativo-social-nas-redes-sociais-em-mocambique-2/>
- Vatican News (2018). *Comunicar a verdade é contribuir para a paz*. Consultado a 12 de janeiro de 2019, em <https://www.vaticannews.va/pt/africa/news/2018-05/mocambique-comunicar-a-verdade-e-contribuir-para-a-paz.html>
- Vedel, T. (2017). L'internet et la démocratie: Une liaison difficile. In P. Perrineau (Ed.), *La démocratie de l'entre-soi* (pp. 73-88). Paris: Presses de Sciences Po.
- Wolton, D. (2012). *La communication, les hommes et la politique*. Paris: CNRS Éditions.