

COMUNICAÇÃO DIGITAL: IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NAS CAMPANHAS POLÍTICAS ELEITORAIS EM MOÇAMBIQUE

DIGITAL COMMUNICATION: THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON ELECTORAL POLITICAL CAMPAIGNS IN MOZAMBIQUE

Celestino Afonso Henriques Junior¹

Resumo

Este artigo explora o papel crescente da comunicação digital e das redes sociais nas campanhas políticas eleitorais em Moçambique. Com a expansão do acesso à internet e ao uso de plataformas digitais, as redes sociais têm se tornado ferramentas estratégicas nas campanhas eleitorais, permitindo maior interação entre candidatos e eleitores, a disseminação de informações em tempo real e o aumento da participação política, especialmente entre os jovens. Analisaremos como as redes sociais influenciam a agenda política, moldam a opinião pública e afectam os resultados eleitorais em Moçambique, destacando desafios como a disseminação de desinformação e a desigualdade no acesso digital. A pesquisa será conduzida por meio de uma revisão bibliográfica e análise de campanhas eleitorais recentes no país, com o objectivo de entender o impacto dessas plataformas no cenário político moçambicano.

Palavras-chave: Comunicação digital. Redes sociais. Campanhas eleitorais em Moçambique.

Abstract

This article explores the growing role of digital communication and social media in political election campaigns in Mozambique. With the expansion of internet access and the use of digital platforms, social media has become a strategic tool in election campaigns, enabling greater interaction between candidates and voters, real-time information dissemination, and increased political participation, especially among young people. We will analyze how social media influences the political agenda, shapes public opinion, and affects electoral outcomes in Mozambique, highlighting challenges such as the spread of disinformation and digital access inequality. The research will be conducted through a literature review and analysis of recent election campaigns in the country, aiming to understand the impact of these platforms on Mozambique's political landscape.

¹ Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica de Moçambique. E-mail: chenriques@ucm.ac.mz.

Keywords: Digital communication. Social media. Election campaigns in Mozambique.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a comunicação digital tornou-se uma força motriz no cenário político global, transformando significativamente a maneira como candidatos e eleitores interagem. As redes sociais, em particular, desempenham um papel cada vez mais importante na forma como as campanhas políticas são conduzidas, proporcionando uma plataforma poderosa para disseminar mensagens, mobilizar apoio e influenciar a opinião pública. No contexto africano, essa transformação é notável, especialmente em países como Moçambique, onde o crescimento das redes sociais e o aumento da penetração digital estão remodelando o cenário eleitoral.

Tradicionalmente, as campanhas políticas em Moçambique, assim como no resto da África, eram dominadas pelos meios de comunicação tradicionais, como rádio, televisão e imprensa escrita. Essas mídias, embora amplamente acessíveis, ofereciam aos candidatos formas limitadas de engajamento com o eleitorado, onde a comunicação era predominantemente unidirecional. No entanto, com a crescente adopção das redes sociais, particularmente plataformas como Facebook, Twitter e WhatsApp, os candidatos agora têm a capacidade de se conectar directamente com os eleitores de maneira mais dinâmica, interactiva e em tempo real.

A sociedade em rede, conforme explorada por autores como Manuel Castells, oferece um novo modelo de comunicação política, onde a informação não só é amplamente disseminada, mas também constantemente reinterpretada e redistribuída por meio de redes interconectadas de indivíduos. Este novo ambiente digital amplifica a voz dos eleitores e lhes permite participar activamente do processo político, compartilhando suas opiniões, respondendo a campanhas e até mesmo mobilizando suas próprias redes para acções políticas. Em Moçambique, onde o acesso à internet ainda está em expansão, as redes sociais oferecem uma oportunidade ímpar para que vozes anteriormente marginalizadas participem das eleições, promovendo uma democratização do espaço político digital.

O caso de Moçambique é especialmente interessante por seu contexto político e social único. Embora o país tenha experimentado um desenvolvimento digital crescente, ainda

enfrenta desafios em termos de inclusão digital, especialmente nas zonas rurais, onde o acesso à internet continua limitado. No entanto, em áreas urbanas, a crescente conectividade digital está criando um novo espaço para o debate político. Campanhas políticas recentes em Moçambique já demonstraram a importância das redes sociais como ferramentas de mobilização e engajamento. A juventude moçambicana, que compõe uma parcela significativa do eleitorado, está particularmente engajada nas redes sociais, e as plataformas digitais estão se tornando canais essenciais para os partidos políticos alcançarem esses eleitores.

As redes sociais permitem que os candidatos conduzam campanhas mais económicas e direccionadas. Enquanto as mídias tradicionais podem exigir grandes orçamentos para anúncios televisivos ou campanhas impressas, as plataformas digitais oferecem opções mais acessíveis e altamente segmentadas. Candidatos podem alcançar nichos específicos de eleitores com base em dados demográficos, geográficos e comportamentais, maximizando o impacto de suas mensagens com orçamentos reduzidos.

Diante desses desafios, Moçambique, enfrenta a necessidade de aprimorar suas políticas e regulamentos para garantir que as redes sociais sejam usadas de forma ética e transparente durante as eleições. Os objectivos deste artigo são analisar o impacto das redes sociais nas campanhas políticas em Moçambique, destacando tanto as oportunidades quanto os desafios. Pretende-se explorar como essas plataformas estão remodelando a participação política e o comportamento dos eleitores, oferecendo sugestões sobre como o país pode equilibrar a inovação digital com a integridade eleitoral.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa será conduzida por meio de uma revisão bibliográfica sistemática com o objectivo de examinar o impacto das redes sociais nas campanhas políticas eleitorais em Moçambique, focando nas oportunidades e desafios dessas plataformas digitais. A revisão incluirá a análise de artigos científicos, estudos de caso e documentos regulatórios, disponíveis nas bases Google Acadêmico e PubMed, abrangendo o período eleitoral de 2020 a 2024.

Para garantir a relevância, serão utilizadas palavras-chave específicas em português e inglês, como: "redes sociais", "campanhas políticas", "comunicação digital", "Moçambique",

"impacto das redes sociais nas eleições", "eleições na África", "desinformação eleitoral" e "regulamentação das campanhas digitais". As palavras-chave serão seleccionadas estrategicamente para captar estudos que abordem o uso de plataformas digitais no contexto eleitoral, tanto em Moçambique quanto em países africanos com contextos semelhantes.

A colecta de dados envolverá buscas amplas nas bases de dados, aplicando filtros temporais para garantir que os artigos abordem contextos recentes e relevantes. Serão priorizados artigos revisados por pares, publicações científicas, relatórios governamentais e directrizes de instituições internacionais, garantindo a qualidade e confiabilidade das fontes. Os resultados serão analisados criticamente. Critérios específicos serão adoptados para incluir materiais que discutam o uso de redes sociais nas campanhas, tanto aspectos positivos (mobilização, alcance) quanto negativos (desinformação, manipulação). Estudo do contexto regulatório em Moçambique também será priorizado para identificar lacunas legislativas.

A análise será conduzida em duas fases: uma leitura exploratória para identificar temas principais e uma análise aprofundada que categorizará os artigos em subtemas como: impacto positivo na participação eleitoral, desinformação, regulamentação das campanhas digitais e comportamento eleitoral em Moçambique. Por fim, documentos regulatórios, serão incluídos para fornecer um contexto normativo, permitindo a análise comparativa entre Moçambique e outros países africanos, ilustrando o impacto das redes sociais nas campanhas eleitorais.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 A evolução da comunicação política digital

A comunicação política passou por uma transformação significativa ao longo das últimas décadas, particularmente com o advento das tecnologias digitais. Na era digital, o papel da comunicação política tem sido reconfigurado por novas ferramentas e plataformas, sendo as redes sociais um dos principais agentes dessa mudança. O desenvolvimento da comunicação política digital não só alterou a forma como os candidatos e partidos se comunicam com o eleitorado, mas também transformou o comportamento dos eleitores e a dinâmica das campanhas eleitorais. As redes sociais se tornaram um espaço central para a disseminação de informações políticas, a mobilização de eleitores e a construção da imagem pública dos candidatos (Souza, 2024).

Historicamente, a comunicação política era dominada por meios tradicionais, como rádio, televisão e jornais impressos. Esses meios eram caracterizados por uma comunicação de massa, onde o fluxo de informação era unidireccional, ou seja, dos candidatos para os eleitores, sem grande possibilidade de interacção. As mensagens eram cuidadosamente estruturadas e veiculadas por um número limitado de canais, que também eram controlados por grandes corporações de mídia. Nesse cenário, o eleitor era um receptor passivo da mensagem política, com poucas oportunidades de questionar ou interagir directamente com os candidatos. Uma sociedade com um bom nível de literacia nas questões dos media na era actual será simultaneamente um estímulo e uma pré-condição para o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social (Joanguese, 2014).

A era digital, no entanto, quebrou essa dinâmica e introduziu novas possibilidades de comunicação mais horizontal, em que os eleitores podem interagir directamente com os candidatos, compartilhar conteúdos e até mesmo influenciar debates políticos (Tsandzana, 2020).

Com a ascensão das redes sociais, o engajamento eleitoral se tornou mais directo e acessível. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e WhatsApp permitiram que candidatos alcançassem eleitores de maneira personalizada e instantânea. Além de possibilitar um contacto mais próximo, essas plataformas oferecem aos candidatos a oportunidade de direccionar suas mensagens para públicos específicos, utilizando ferramentas de segmentação que permitem que suas campanhas sejam mais eficazes. A comunicação nas redes sociais também é menos formal e estruturada do que nos meios tradicionais, o que possibilita a humanização dos candidatos e uma maior proximidade com o eleitorado (Sampaio, 2021).

A comunicação digital também trouxe consigo a possibilidade de campanhas mais interactivas. Os eleitores agora podem responder a postagens, fazer perguntas, expressar apoio ou desaprovação, e até mesmo participar de debates em tempo real com candidatos e outros eleitores. Essa interacção em tempo real cria uma nova dinâmica de engajamento eleitoral, em que a resposta dos eleitores pode influenciar as estratégias de campanha de forma mais rápida e eficaz. O uso de vídeos ao vivo, enquetes e transmissões directas possibilita que os eleitores participem de eventos políticos de qualquer lugar, ampliando o alcance das campanhas (Queiroz, 2020).

Outro aspecto importante da comunicação política digital é a velocidade com que as informações são disseminadas. Se antes uma notícia ou uma mensagem de campanha

demorava dias ou até semanas para atingir um grande público, com as redes sociais essa disseminação acontece em questão de minutos ou horas. Esse aumento na velocidade de propagação de informações pode ser visto como uma vantagem para campanhas que conseguem transmitir suas mensagens de forma rápida e eficaz. No entanto, essa mesma característica também apresenta desafios significativos, como a disseminação de fake news e informações enganosas, que podem se espalhar com a mesma velocidade e causar danos irreparáveis à imagem de candidatos ou influenciar negativamente o comportamento dos eleitores (Porto; Júnior, 2022).

O desenvolvimento da comunicação política digital trouxe um novo foco para a análise de dados. As redes sociais fornecem uma quantidade massiva de informações sobre os eleitores, suas preferências e comportamentos. Essas informações permitem que os candidatos personalizem suas mensagens e direcionem suas campanhas de maneira mais estratégica, maximizando o impacto de suas ações. O uso de big data e análises preditivas tornou-se uma parte essencial das campanhas políticas modernas, permitindo que os candidatos não só entendam melhor o seu público, mas também prevejam como determinados grupos eleitorais podem responder a diferentes mensagens e abordagens (Buzzoni, 2022).

Portanto, a evolução da comunicação política digital trouxe mudanças profundas para o engajamento eleitoral e as campanhas políticas. As redes sociais ofereceram novas formas de interação entre candidatos e eleitores, tornando as campanhas mais dinâmicas, personalizadas e interactivas. No entanto, esses benefícios vêm acompanhados de desafios, como a disseminação de desinformação, a protecção da privacidade dos eleitores e a regulamentação do uso dessas plataformas. À medida que a tecnologia continua a evoluir, a comunicação política digital continuará a moldar o cenário político, exigindo novas abordagens tanto de candidatos quanto de eleitores para garantir que a democracia seja fortalecida nesse novo contexto (Batista, 2021).

Tabela 1 – A Evolução da Comunicação Política Digital

Aspecto	Antes das Redes Sociais	Com o Uso das Redes Sociais
---------	-------------------------	-----------------------------

Forma de Comunicação	Unidirecional (dos candidatos para os eleitores)	Bidirecional (interacção entre candidatos e eleitores)
Alcance das Campanhas	Limitado a canais tradicionais (TV, rádio, jornais)	Global e instantâneo via plataformas digitais
Custo das Campanhas	Elevado devido aos meios tradicionais	Reduzido, com a possibilidade de campanhas digitais
Engajamento dos Eleitores	Passivo (consumo de informações)	Activo (comentários, likes, partilhamentos)
Personalização das Mensagens	Geral e pouco segmentada	Altamente segmentada com uso de dados
Velocidade de Propagação	Lenta (semanas ou dias)	Instantânea (minutos ou horas)
Participação em Eventos Políticos	Presencial	Virtual, com transmissões ao vivo

Fonte: Batista (2021).

3.2 O papel das redes sociais nas campanhas políticas eleitorais na África

No contexto africano, onde os meios tradicionais de comunicação, como rádio e televisão, ainda são predominantes em muitas regiões, as redes sociais têm desempenhado um papel complementar e, em alguns casos, substitutivo, devido à sua acessibilidade e capacidade de atingir rapidamente grandes audiências. A expansão da internet em diversos países africanos, embora ainda limitada em algumas regiões, permitiu que as redes sociais se tornassem ferramentas essenciais nas campanhas políticas (AAEA).

Um dos maiores impactos das redes sociais nas campanhas eleitorais na África é a capacidade de democratizar o acesso à informação política. Enquanto, em muitos países, os meios de comunicação tradicionais são controlados ou influenciados por governos ou elites económicas, as redes sociais oferecem um espaço relativamente livre onde os candidatos podem se comunicar directamente com os eleitores. Essa comunicação directa é particularmente importante em contextos onde há uma desconfiança generalizada em relação aos meios de comunicação convencionais, permitindo que as redes sociais sirvam como uma alternativa para a veiculação de informações políticas (AAEA).

As redes sociais facilitam o engajamento directo com o eleitorado, permitindo que os candidatos respondam rapidamente a questões, interajam com eleitores e adaptem suas mensagens conforme o feedback recebido. Esse tipo de comunicação instantânea e interactiva era impensável antes da era digital e representa uma mudança significativa na forma como as campanhas são conduzidas. A capacidade de reagir em tempo real a eventos políticos ou a crises durante o período eleitoral é outra vantagem oferecida pelas redes sociais, garantindo

que os candidatos permaneçam presentes no debate público e possam moldar a narrativa em torno de suas candidaturas (Grosselli, 2020).

Outro aspecto relevante das redes sociais é a capacidade de mobilizar eleitores, especialmente os jovens. Em muitos países do continente, a juventude representa uma parcela significativa do eleitorado, e as redes sociais são um meio eficaz para alcançá-los. Plataformas como o Twitter e o Instagram têm sido amplamente usadas para envolver os jovens em discussões políticas e incentivá-los a participar do processo eleitoral, seja comparecendo às urnas, seja engajando-se em campanhas de conscientização política. Em países como a Nigéria e o Quênia, por exemplo, as redes sociais têm desempenhado um papel essencial na mobilização de jovens eleitores e na promoção da participação política (Grosselli, 2020).

As condições socioeconômicas da África também influenciam o papel das redes sociais nas eleições. Embora o número de pessoas conectadas à internet esteja crescendo rapidamente em várias regiões do continente, ainda há uma divisão digital significativa entre áreas urbanas e rurais. Em muitos países, o acesso à internet de qualidade é limitado a grandes centros urbanos, o que significa que as redes sociais têm um alcance desigual. Esse factor cria um desafio para os candidatos, que precisam equilibrar o uso das redes sociais com os meios tradicionais de comunicação para alcançar eleitores em áreas remotas (AAEA).

As redes sociais também oferecem novas oportunidades para a transparência e a fiscalização eleitoral. Em muitos países africanos, cidadãos têm utilizado as plataformas digitais para monitorar o processo eleitoral, denunciar fraudes e compartilhar informações em tempo real sobre a votação. Esse tipo de vigilância cívica ajuda a aumentar a transparência e a garantir que as irregularidades sejam expostas de maneira mais rápida. Assim, as redes sociais estão transformando o cenário das campanhas eleitorais na África, oferecendo novos meios de comunicação entre candidatos e eleitores, mobilizando a juventude e promovendo a transparência no processo eleitoral. No entanto, esses benefícios também vêm acompanhados de desafios, como a disseminação de desinformação e o acesso desigual à internet. À medida que o continente continua a se digitalizar, é provável que o papel das redes sociais nas campanhas políticas se intensifique, exigindo novas formas de regulação e estratégias de campanha que equilibrem as oportunidades e os desafios apresentados por essas plataformas (Gomes, 2024).

Tabela 2 – O papel das redes sociais nas campanhas políticas eleitorais na África

Aspecto	Impacto das Redes Sociais
Democratização da Informação	Permitem comunicação directa entre candidatos e eleitores, bypassando os meios tradicionais controlados.
Engajamento Eleitoral	Facilita a interacção em tempo real, com respostas rápidas de candidatos e eleitores.
Mobilização de Jovens Eleitores	Redes sociais como Twitter e Instagram têm um grande impacto na juventude, incentivando a participação política.
Disseminação de Desinformação	As plataformas também são usadas para espalhar fake news, manipulando a opinião pública.
Divisão Digital	Acesso desigual à internet, com maiores dificuldades em áreas rurais comparadas aos centros urbanos.
Transparência e Fiscalização Eleitoral	Cidadãos utilizam as redes sociais para denunciar fraudes e promover a transparência no processo eleitoral.
Rapidez de Resposta em Crises	Permite que os candidatos reajam rapidamente a eventos políticos ou crises, mantendo-se presentes no debate público.
Risco de Manipulação e Divisão Social	Algumas campanhas utilizam as redes para incitar tensões políticas ou étnicas, minando o processo democrático.

Fonte: Gomes (2024).

3.3 Moçambique e a adopção das redes sociais nas campanhas políticas

Moçambique, assim como muitos países africanos, tem passado por um processo gradual de adopção de novas tecnologias e plataformas digitais, com destaque para o uso crescente das redes sociais no cenário político. Embora o acesso à internet ainda seja desigual no país, com uma penetração maior nas áreas urbanas em comparação às regiões rurais, as redes sociais têm se tornado uma ferramenta essencial para os candidatos e partidos políticos durante as campanhas eleitorais. As plataformas digitais, estão transformando a forma como os políticos moçambicanos se comunicam com o eleitorado, especialmente a juventude, que é um grupo demográfico significativo e engajado online (Huo, 2024).

O acesso à internet em Moçambique ainda enfrenta desafios, principalmente relacionados à infra-estrutura limitada e ao custo elevado de dados móveis. Segundo relatórios recentes, apenas uma parte da população moçambicana tem acesso regular à internet, e este acesso é mais comum em grandes centros urbanos como Maputo, Beira e Nampula. Nas áreas rurais, onde a conectividade é escassa, a campanha política ainda depende fortemente de métodos tradicionais de comunicação, como o rádio e comícios presenciais. Contudo, nas zonas urbanas, a internet tem se expandido rapidamente, e as redes sociais desempenham um papel crescente nas campanhas políticas, permitindo maior interactividade e mobilização (Lameira, 2023).

Facebook e WhatsApp são as redes sociais mais utilizadas em Moçambique, sendo amplamente acessadas via dispositivos móveis. A plataforma tem sido utilizada tanto por partidos quanto por candidatos independentes para enviar mensagens directas aos eleitores, compartilhar vídeos, áudios e até mesmo organizar reuniões políticas online. Devido à natureza privada das conversas no WhatsApp, essa rede oferece uma forma de comunicação mais informal e directa com os eleitores, o que é uma vantagem para candidatos que desejam personalizar suas mensagens de campanha (Tsandzana, 2020).

O Facebook também é amplamente utilizado por candidatos políticos para alcançar o público, particularmente em áreas urbanas. A plataforma permite que os políticos publiquem actualizações frequentes, compartilhem vídeos ao vivo de eventos de campanha, e promovam suas plataformas políticas através de anúncios direccionados. Uma das vantagens é a possibilidade de segmentar eleitores com base em critérios como idade, localização geográfica e interesses, o que facilita a criação de campanhas mais direccionadas e eficazes. Além disso, o Facebook oferece um espaço público onde eleitores podem comentar e interagir directamente com as postagens dos candidatos, o que tem sido uma ferramenta valiosa para engajar os eleitores mais jovens, que estão acostumados a um nível maior de interactividade em suas vidas digitais (Tsandzana, 2020).

No entanto, o uso das redes sociais em campanhas políticas em Moçambique não é isento de desafios. A desigualdade no acesso à internet cria uma divisão digital que limita o alcance das campanhas baseadas nas redes sociais. Enquanto os eleitores urbanos podem acompanhar os candidatos online e interagir directamente com suas plataformas, muitos eleitores rurais ficam fora desse circuito digital, dependendo ainda de métodos tradicionais de comunicação. Isso exige que os candidatos combinem estratégias digitais com as formas mais tradicionais de campanha, a fim de garantir que suas mensagens cheguem a todos os eleitores, independentemente de onde estejam localizados (Tsandzana, 2020).

O que caracteriza o actual uso das redes tecnológicas não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso (Castells, 1999).

Os partidos políticos e candidatos em Moçambique têm percebido o poder das redes sociais, especialmente entre os eleitores mais jovens, que muitas vezes se sentem desconectados das formas mais tradicionais de política. As redes sociais proporcionam a esses

eleitores um espaço onde podem se envolver de maneira mais activa no processo político, compartilhando suas opiniões, discutindo políticas e acompanhando eventos de campanha em tempo real. Essa dinâmica tem levado os partidos a investir mais em sua presença online, desenvolvendo estratégias específicas para as redes sociais como forma de complementar suas campanhas tradicionais (Souza, 2024).

Portanto, o uso das redes sociais nas campanhas políticas em Moçambique tem se mostrado uma ferramenta poderosa para alcançar eleitores, especialmente nas áreas urbanas, onde o acesso à internet está se expandindo. No entanto, os desafios relacionados à desigualdade no acesso, à desinformação e ao uso ético dessas plataformas ainda precisam ser enfrentados para que essas redes possam cumprir seu potencial de democratizar a informação e fortalecer o processo eleitoral no país. À medida que a era digital continua a crescer em Moçambique, espera-se que as redes sociais desempenhem um papel cada vez mais importante nas eleições futuras, promovendo a inclusão política e permitindo que mais vozes sejam ouvidas no cenário político (Ngoca, 2022).

Tabela 3 – Moçambique e a Adopção das Redes Sociais nas Campanhas Políticas

Aspecto	Situação em Moçambique
Acesso à Internet	Limitado, principalmente nas áreas rurais; maior penetração nas áreas urbanas como Maputo, Beira e Nampula.
Principais Plataformas Usadas	WhatsApp e Facebook são as mais populares, com uso frequente para comunicação directa com eleitores e divulgação.
Uso do WhatsApp	Ferramenta central para disseminação de mensagens, vídeos e áudios, devido à acessibilidade e popularidade.
Uso do Facebook	Amplamente utilizado para transmissões ao vivo, postagens regulares e anúncios segmentados em áreas urbanas.
Engajamento dos Eleitores Jovens	Redes sociais facilitam a interacção com eleitores jovens, oferecendo maior proximidade e interactividade com candidatos.
Divisão Digital	Acesso desigual à internet entre áreas urbanas e rurais, limitando o alcance das campanhas baseadas nas redes sociais.
Desinformação nas Redes	WhatsApp é uma fonte significativa de disseminação de fake news, dificultando o controle de informações falsas.
Desafios para os Candidatos	Necessidade de equilibrar campanhas digitais com métodos tradicionais para alcançar eleitores nas áreas rurais.

Fonte: Ngoca (2022).

3.4 Regulação e governança das redes sociais nas eleições moçambicanas

Diante desses desafios, Moçambique, assim como outros países africanos, tem buscado desenvolver directrizes e regulamentações para controlar o uso das redes sociais nas

campanhas eleitorais. Actualmente, Moçambique ainda não possui um marco regulatório específico voltado exclusivamente para o uso das redes sociais em campanhas políticas. No nosso entender, antes de olharmos para a questão da regulamentação do fenómeno digita, há necessidade de prestarmos atenção a política de alfabetização mediática que não é da responsabilidade exclusiva do governo. Ela é um acto que envolve outros actores sociais como organizações não governamentais, empresas ligadas à comunicação e tecnologias, universidades, centros de investigação, professores e pesquisadores, cujo objectivo é fortificar o cidadão no consumo e análise crítica dos conteúdos mediáticos (Joanguese, 2014).

No entanto, existem leis mais amplas que abordam questões relacionadas à comunicação digital e à liberdade de expressão, as quais também se aplicam ao uso das redes sociais durante os períodos eleitorais. A Lei da Comunicação Social (Lei n.º 18/91), por exemplo, regula os meios de comunicação em geral, incluindo aspectos relacionados à ética jornalística e à responsabilidade pela disseminação de informações. Embora essa lei tenha sido formulada em uma época anterior à popularização da internet e das redes sociais, ela estabelece directrizes que podem ser usadas para responsabilizar aqueles que divulgam informações falsas ou manipuladas online (Hamela; Pimpão, 2021).

O Código Penal de Moçambique também aborda crimes relacionados à comunicação digital, incluindo a difamação, o discurso de ódio e a disseminação de notícias falsas. Durante os períodos eleitorais, as autoridades moçambicanas têm tentado aplicar essas disposições legais para combater a disseminação de desinformação nas redes sociais. Entretanto, uma das grandes dificuldades enfrentadas pelo governo é a natureza descentralizada e, muitas vezes, privada das redes sociais, onde as mensagens são criptografadas e circulam em grupos fechados. Isso torna o monitoramento e a fiscalização mais difíceis, limitando a capacidade das autoridades de agir de maneira preventiva contra a disseminação de informações enganosas (Tembe, 2024).

Em resposta a esses desafios, as autoridades eleitorais de Moçambique têm adoptado algumas medidas práticas para regular o uso das redes sociais durante as campanhas eleitorais. Em eleições recentes, a Comissão Nacional de Eleições (CNE) e o Secretariado Técnico de Administração Eleitoral (STAE) implementaram campanhas de conscientização pública, alertando os eleitores sobre os perigos da desinformação e incentivando-os a verificar a veracidade das informações antes de compartilhá-las online (Chau, 2023).

No entanto, embora essas iniciativas sejam importantes, elas ainda não são suficientes para lidar com a magnitude dos desafios trazidos pelas redes sociais nas eleições. A falta de um quadro regulatório específico para as plataformas digitais significa que, muitas vezes, as leis existentes são aplicadas de forma reactiva, em vez de preventiva. Isso resulta em um cenário em que os problemas só são abordados após já terem causado impacto no processo eleitoral, o que pode prejudicar a credibilidade das eleições e a confiança do público nas instituições democráticas. Assim, Moçambique enfrenta o desafio de regulamentar o uso das redes sociais durante as eleições em um contexto de rápida expansão digital. Embora existam leis gerais que podem ser aplicadas à comunicação online, o país ainda carece de um marco regulatório específico para controlar o uso das redes sociais em campanhas eleitorais (Tembe, 2024).

4 CONCLUSÃO

As redes sociais têm desempenhado um papel cada vez mais relevante nas campanhas políticas eleitorais em Moçambique, reflectindo uma tendência global que redefine a interacção entre candidatos e eleitores. O uso de plataformas como Facebook e WhatsApp permite um maior alcance e engajamento, especialmente entre os jovens eleitores, democratizando o acesso à informação e criando oportunidades de participação política. No entanto, o impacto positivo dessas plataformas é acompanhado por desafios significativos, como a disseminação de desinformação e as desigualdades no acesso digital, especialmente em áreas rurais.

O estudo mostrou que, embora Moçambique tenha avançado no uso de redes sociais nas campanhas eleitorais, o país ainda carece de um marco regulatório específico que controle o uso dessas plataformas de forma eficaz e preventiva. A ausência de leis específicas para as redes sociais em contextos eleitorais, somada à natureza descentralizada dessas plataformas, dificulta a fiscalização e o combate à manipulação de informações, o que pode prejudicar a integridade do processo democrático.

Portanto, é fundamental que Moçambique continue a desenvolver políticas e regulamentações que equilibrem o uso inovador das redes sociais com a protecção dos princípios democráticos. A criação de um ambiente digital mais seguro e transparente é essencial para garantir que as redes sociais cumpram seu papel de fortalecer a democracia, em

vez de comprometê-la. Além disso, é necessário que se invista na inclusão digital, ampliando o acesso à internet em todo o país, para que as campanhas políticas nas redes sociais possam realmente atingir e envolver todos os eleitores de maneira equitativa.

Pode-se concluir que, as redes sociais representam uma poderosa ferramenta para as campanhas eleitorais em Moçambique, mas seu uso deve ser acompanhado de uma governança eficaz e de um esforço conjunto entre governo, sociedade civil e plataformas digitais, para garantir que elas sejam usadas de maneira ética e responsável nas eleições futuras.

REFERÊNCIAS

AAEA. **Princípios e orientações para a utilização dos meios de comunicação digitais e sociais nas eleições em África**. [S.l.]: AAEA, s.d.

BATISTA, K. C. **O Papel das Redes Sociais na Comunicação Política: Ferramentas Que Auxiliam da Campanha ao Mandato**. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto (Portugal), 2021.

BUZZONI, R. de R. **A prática do advocacy como estratégia da comunicação política**, 2022. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2022.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAU, G. Z. **Paz e reconciliação em Moçambique: entre avanços e recuos, análise da implementação do acordo sobre o processo de desarmamento, desmobilização e reintegração (1992–2019)**, 2023.

QUEIROZ, A. A de. **Eleições municipais**. 2020.

GOMES, G. P. Campanhas eleitorais antecipadas na internet e sanções regulatórias no Brasil: um estudo sobre democracia digital. **Revista de Direito**, v. 16, n. 2, p. 11, 2024.

GROSSELLI, G. **Marketing político digital: as novas tecnologias de comunicação e as campanhas eleitorais**, 2020.

HAMELA, H.; PIMPÃO, A. Desafios e oportunidades no desenvolvimento da Agroindústria em Moçambique. **Technoserve/WIN, Maputo**, 2021.

HUO, A. Z. **Percepções de professores sobre o uso de tecnologias no ensino superior em Moçambique**, 2024.

JOANGUETE, C. Televisão digital: actual debate de Mudança no cenário mediático Moçambicano: African trends. **Rhodes Journalism Review**, v. 2014, n. 34, p. 93-95, 2014.

LAMEIRA, I. D. E. D. **Entre a realidade e a Ilusão do Ensino Remoto em Moçambique— percepções e contextos**. Caso da Universidade Licungo, 2023.

NGOCA, A. I. **Controlo e gestão de fronteiras como um desafio para as políticas securitárias em Moçambique**: combate ao tráfico de seres humanos, 2022.

PORTO, M. S. R.; JÚNIOR, L. E. S. “Fake news”: os (des)caminhos da comunicação política e novas ferramentas jurídicas de controle patrocinadas pela resolução da propaganda do tribunal superior eleitoral nas eleições de 2022. *In: Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania*. 2022. p. 171-191.

SAMPAIO, B. P. **Mídias sociais e eleição presidencial 2018**: uma análise da dinâmica do WhatsApp na campanha eleitoral no Brasil. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2021.

SOUZA, L. C. de. **A atuação docente na zona rural de Iranduba, Amazonas**: um estudo sobre o uso das tecnologias digitais da informação e comunicação no ensino médio presencial com mediação tecnológica. 2024. 100 f. Dissertação (Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus (AM), 2024.

TEMBE, J. J. **Situação jurídica do cibercrime em Moçambique**, 2024.

TSANDZANA, D. Estratégias de Comunicação Política em Moçambique: entre a exclusão de candidatos e o combate à desinformação. **Mediapolis—Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 11, p. 71-86, 2020.