



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

O IMPACTO DO (FACEBOOK) NO PANORAMA POLÍTICO MOÇAMBICANO: UMA ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA DO PARTIDO PODEMOS NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2024

Len Jamila Macuácuá

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

Doutora Sónia Cardoso Pintassilgo, Professora Associada, ISCTE -
Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientadora:

Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares, Professora Associada
com agregação,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Dezembro, 2025

Departamento de Sociologia

O IMPACTO DO (FACEBOOK) NO PANORAMA POLÍTICO MOÇAMBICANO: UMA ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA DO PARTIDO PODEMOS NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2024

Len Jamila Macuácuá

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

Doutora Sónia Cardoso Pintassilgo, Professora Associada,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientadora:

Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares, Professora Associada
com Agregação,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Dezembro, 2025

Agradecimentos

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, pela força e sabedoria concedidas ao longo desta jornada, as minhas orientadoras pela orientação, paciência, dedicação e incentivo contínuo.

À minha família, em especial a minha mãe, ao meu pai e a minha irmã pelas orações, pelo amor incondicional e apoio em todos momentos a distância.

Aos meus amigos, em especial a Gisela, ao Frank e ao Hugo, pelas palavras de encorajamento e pressão para concluir esta etapa.

Este trabalho é resultado não apenas do meu esforço individual, mas também do carinho, paciência e apoio daqueles que estiveram ao meu lado.

Resumo

A presente dissertação analisa o impacto do Facebook no panorama político moçambicano, com enfoque na comunicação estratégica do partido PODEMOS durante as eleições presidenciais de 2024. O estudo parte do reconhecimento de que as redes sociais digitais transformaram a comunicação política, abrindo novas arenas de debate e mobilização, especialmente entre a juventude urbana. O principal objetivo consiste em compreender como o PODEMOS utilizou o Facebook como ferramenta de visibilidade, credibilidade e engajamento político. A investigação, de natureza qualitativa, recorreu à análise de conteúdo das publicações oficiais do partido, à observação indireta das interações digitais e à realização de entrevistas semiestruturadas com especialistas, membros da equipa de comunicação e jovens eleitores. Os resultados revelam que o Facebook se consolidou como principal esfera pública alternativa, proporcionando ao PODEMOS um canal directo de diálogo e mobilização junto dos jovens, num contexto de desconfiança em relação aos meios tradicionais e às instituições políticas. Verificou-se que a estratégia comunicacional do partido assentou em formatos audiovisuais curtos, linguagem inclusiva e apelos emocionais, favorecendo a construção de comunidades afetivas digitais. Contudo, persistem limitações associadas à desigualdade digital, à censura indireta e à fragilidade das infraestruturas de acesso à internet, que restringem o alcance democrático dessas práticas. Conclui-se que o uso estratégico do Facebook pelo PODEMOS redefiniu práticas de comunicação e participação política, demonstrando o potencial das plataformas digitais na reconfiguração da esfera pública moçambicana. Assim, o estudo contribui para o debate sobre o papel das tecnologias digitais na consolidação democrática em África.

Palavras-chave: Facebook; comunicação estratégica; juventude; política moçambicana; esfera pública digital; PODEMOS; participação cívica.

Abstract

This dissertation examines the impact of Facebook on the Mozambican political landscape, focusing on the strategic communication of the PODEMOS party during the 2024 presidential elections. The study acknowledges that digital social networks have profoundly reshaped political communication, creating new arenas for debate and mobilization, particularly among the urban youth. Its main objective is to understand how PODEMOS employed Facebook as a tool for visibility, credibility, and political engagement. Using a qualitative approach, the research combined content analysis of the party's official Facebook posts, indirect observation of digital interactions, and semi-structured interviews with communication experts, party members, and young voters. Findings indicate that Facebook became a key alternative public sphere, providing PODEMOS with a direct channel to engage young citizens amid widespread mistrust of traditional media and political institutions. The party's communication strategy relied on short audiovisual formats, inclusive language, and emotional narratives that fostered digital affective communities. However, structural limitations—such as digital inequality, indirect censorship, and weak internet access—continue to restrict the democratic reach of these online practices. The study concludes that PODEMOS's strategic use of Facebook redefined both communication and participation practices, illustrating the transformative potential of digital platforms in reshaping Mozambique's public sphere. Nevertheless, this transformation is marked by an inherent ambivalence: the same networks that expand citizenship also reproduce informational vulnerabilities and exclusion. This research therefore contributes to understanding how digital technologies influence democratic consolidation in Africa, highlighting the central role of youth as agents of a new, emotionally engaged, and critically aware digital citizenship.

Keywords: Facebook; strategic communication; youth; Mozambican politics; digital public sphere; PODEMOS; civic participation.

Índice

| | |
|---|------|
| Agradecimentos..... | i |
| Resumo..... | ii |
| Abstract..... | iii |
| Lista de Acrónimos, Abreviaturas e Siglas..... | vi |
| Índice de Apêndices..... | vii |
| Índice de Anexos..... | viii |
| Introdução..... | 1 |
| CAPÍTULO I..... | 3 |
| ENQUADRAMENTO CONTEXTUAL..... | 3 |
| CAPÍTULO II..... | 7 |
| REVISÃO DA LITERATURA..... | 7 |
| 2.1 Definição de conceitos..... | 7 |
| 2.2 Ambivalência das redes digitais e problema investigativo..... | 9 |
| 2.2.1. Comunicação estratégica e esfera pública virtual..... | 10 |
| 2.2.2. Fake news, confiança mediática e efeitos sociais..... | 10 |
| 2.2.3 Jornalismo cidadão, media alternativos e participação..... | 11 |
| 2.2.4. Juventude, censura e usos informacionais..... | 13 |
| 2.2.5. Emoções, populismo e regimes afectivos..... | 14 |
| 2.2.6. Síntese crítica da revisão de literatura..... | 15 |
| CAPÍTULO III..... | 18 |
| METODOLOGIA DE PESQUISA..... | 18 |
| 3.1 Contextualização e Tipo de Pesquisa..... | 18 |
| 3.2 População e Amostra..... | 19 |
| 3.2.1. Processo de Recrutamento dos Participantes..... | 20 |

| | |
|---|----|
| 3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolha de Dados..... | 21 |
| 3.4 Técnicas de Análise de Dados | 22 |
| 3.5 Questões Éticas..... | 23 |
| CAPÍTULO IV | 25 |
| APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS | 25 |
| 4.1. Contextualização e Caracterização Inicial da Amostra | 25 |
| 4.2 Caracterização da Amostra..... | 26 |
| 4.3 Contexto das Eleições Presidenciais em Moçambique (2024) | 29 |
| 4.4 Resultados das Entrevistas..... | 32 |
| 4.5. Considerações Intermédias | 34 |
| CAPÍTULO V | 37 |
| INTERPRETAÇÃO CRÍTICA DOS RESULTADOS..... | 37 |
| 5.1. O Facebook como Esfera Pública Alternativa | 38 |
| 5.2. A Juventude como Sujeito Político Digital | 39 |
| 5.3. Conteúdos e Estratégias Digitais como Ferramentas de Mobilização | 40 |
| 5.4. Credibilidade e Confiança Construída pela Proximidade Digital | 41 |
| 5.5. Avaliação dos Objectivos e Resultados da Investigação | 42 |
| CAPÍTULO VI..... | 44 |
| CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES | 44 |
| Referências Bibliográficas..... | 47 |
| Apêndice | 53 |
| ANEXOS | 63 |

Lista de Acrónimos, Abreviaturas e Siglas

| | |
|---------|---|
| AGP | Acordo Geral de Paz |
| CIP | Centro de Integridade Pública |
| EDM | Eletricidade de Moçambique |
| HRW | Human Rights Watch |
| IESE | Instituto de Estudos Sociais e Económicos |
| TIC | Tecnologias de Informação e Comunicação |
| UEM | Universidade Eduardo Mondlane |
| ONG | Organização Não Governamental |
| PODEMOS | Partido Otimista para o Desenvolvimento de Moçambique |
| FRELIMO | Frente de Libertação de Moçambique |
| RENAMO | Resistência Nacional Moçambicana |

Índice de Apêndices

| | |
|---|----|
| Apêndice 1 Ficha de Categorização de Conteúdos Digitais | 59 |
| Apêndice 2 Guião de Entrevista Semi-estruturada | 60 |
| Apêndice 3 Ficha de Observação Online..... | 61 |
| Apêndice 4 Termo de Consentimento Livre e Esclarecido..... | 62 |
| Apêndice 5 Ficha de Caracterização dos Participantes..... | 64 |
| Apêndice 6 Declaração de Confidencialidade | 65 |
| Apêndice 7 Matriz de Codificação e Análise Temática..... | 67 |

Índice de Anexos

| | |
|--|----|
| Anexo I Distribuição da Amostra por Género e Idade | 69 |
| Anexo II Tabela de Tipos e Frequência de Publicações | 70 |
| Anexo III Indicadores de Interação e Alcance das Publicações | 72 |
| Anexo IV Excerto de Entrevistas Seleccionadas..... | 74 |
| Anexo V Motivos de Autocensura Digital | 75 |
| Anexo VI Síntese Temática das Entrevistas | 76 |
| Anexo VII Quadros e Gráficos de Resultados Complementares | 77 |

Introdução

O avanço das tecnologias digitais transformou profundamente a forma como a comunicação política se organiza e se exerce, criando novos espaços de interação entre partidos, cidadãos e instituições. Em Moçambique, esse processo tem sido particularmente relevante no contexto de um sistema democrático em consolidação, marcado por tensões entre abertura participativa e práticas políticas dominadas por elites. O Facebook, entre as várias plataformas digitais, tornou-se o principal palco de debate, mobilização e disputa simbólica, com forte adesão da juventude urbana, escolarizada e conectada.

Neste cenário, o partido PODEMOS, fundado como alternativa às forças políticas tradicionais, adotou nas eleições presidenciais de 2024 uma estratégia de comunicação centrada no uso intensivo desta rede social. A presente dissertação procura compreender em que medida esse investimento digital contribuiu para a visibilidade, a credibilidade e a mobilização política do partido. A questão que norteia a investigação pode ser formulada do seguinte modo: de que forma o PODEMOS utilizou o Facebook como ferramenta de comunicação estratégica nas eleições presidenciais moçambicanas de 2024 e quais foram os impactos dessa actuação no panorama político nacional?

Para responder a esta questão, definiu-se como objectivo geral analisar criticamente o uso estratégico do Facebook pelo PODEMOS durante o processo eleitoral. Os objectivos específicos consistem em identificar os principais conteúdos publicados e as estratégias comunicacionais associadas, descrever os níveis de interação e de engajamento dos utilizadores, com particular atenção ao segmento jovem urbano, e investigar as percepções de especialistas, analistas e cidadãos sobre o papel da rede social na performance eleitoral do partido.

Metodologicamente, a investigação adopta uma abordagem qualitativa, que combina análise de conteúdo das publicações na página oficial do PODEMOS com entrevistas semiestruturadas a especialistas em comunicação e a jovens eleitores, complementadas por observação indireta das interações digitais. Esta escolha permite captar não apenas os dados objectivos de alcance e

engajamento, mas também os sentidos atribuídos pelos actores envolvidos, em linha com a preocupação em compreender a política como prática comunicacional vivida.

A dissertação organiza-se de modo a conduzir o leitor do enquadramento conceptual até à análise empírica e às conclusões. Inicia-se com a contextualização histórica e política do caso moçambicano, situando o papel das redes sociais na comunicação partidária. Segue-se a revisão da literatura, onde são discutidos conceitos como comunicação estratégica, juventude digital e esfera pública em rede, articulados com estudos africanos sobre participação política online. A metodologia é então apresentada, com a explicitação dos critérios de selecção da amostra e das técnicas de recolha e análise de dados. O núcleo empírico reúne e interpreta os resultados obtidos, destacando padrões de engajamento, credibilidade e mobilização. Procede-se posteriormente à sua discussão crítica à luz do enquadramento teórico, e, por fim, sintetizam-se as conclusões, apresentando-se recomendações práticas e pistas para investigações futuras.

Assim, a introdução estabelece desde logo a relevância do estudo, clarifica os objectivos e métodos e antecipa a estrutura da dissertação. Ao articular teoria e empiria, procura-se oferecer uma leitura abrangente sobre o modo como as redes sociais, e em particular o Facebook, estão a reconfigurar a cultura política moçambicana e a abrir espaço para novas formas de participação democrática protagonizadas pela juventude.

CAPÍTULO I

ENQUADRAMENTO CONTEXTUAL

Desde a proclamação da independência, a 25 de junho de 1975, Moçambique conheceu transformações políticas profundas que moldaram significativamente o seu panorama democrático atual. Sob a liderança da Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO), instaurou-se um regime de partido único de orientação marxista-leninista, que perdurou até ao final da década de 1980. A aprovação da Constituição de 1990 marcou uma ruptura histórica, instituindo uma república multipartidária e criando as bases legais para eleições democráticas (Lodge, 2001; Macuácuá, 2022). As primeiras eleições multipartidárias tiveram lugar em 1994, após o Acordo Geral de Paz (AGP) de 1992, que pôs termo a uma prolongada guerra civil entre a FRELIMO e a Resistência Nacional Moçambicana (RENAMO). Desde então, o país tem realizado eleições regulares, mas frequentemente acompanhadas por episódios de violência, alegações de fraude e crises recorrentes de confiança institucional (Manning, 2002; Morier-Genoud, 2019). O ciclo eleitoral de 2024 revelou-se ainda mais tenso, com o surgimento de novos atores políticos como o PODEMOS e com a intensificação inédita do uso das redes sociais digitais – em particular o Facebook – como instrumento de mobilização, informação e contestação.

O desenvolvimento da internet e das Tecnologias de Informação e Comunicação alterou de forma decisiva o modo como os cidadãos participam no debate público. Introduzido em Moçambique em meados da década de 2000, o Facebook consolidou-se rapidamente como a principal plataforma digital para interação política e engajamento cívico. Segundo a DataReportal (2023), o país contava, nesse ano, com mais de 2,7 milhões de utilizadores de redes sociais, sendo o Facebook a mais popular. A sua instrumentalização com fins políticos começou a ser visível nas eleições de 2014, consolidou-se em 2019 e atingiu a máxima expressão em 2024, quando partidos emergentes como o PODEMOS recorreram sistematicamente a esta rede para contornar canais de comunicação tradicionais e estabelecer contacto direto, sobretudo com jovens urbanos (Nuvunga, 2020; Borges, 2023). Tal como sublinha Macuácuá (2021), o Facebook assumiu-se como espaço central de divulgação de programas partidários, denúncia de fraudes, mobilização de jovens e

contestação da cobertura enviesada dos media tradicionais, frequentemente dominados por interesses políticos ligados à FRELIMO.

No plano internacional, as redes sociais já haviam sido analisadas como catalisadoras de envolvimento político em episódios marcantes como a Primavera Árabe (Howard & Hussain, 2011). A literatura demonstra que estas plataformas ampliam vozes marginalizadas e facilitam a organização de protestos e campanhas políticas em larga escala (Tufekci, 2017). Também a eleição de Donald Trump, em 2016, nos Estados Unidos, e o referendo do Brexit, no Reino Unido, revelaram o impacto da segmentação algorítmica e da manipulação de dados no comportamento eleitoral (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018). No continente africano, os processos eleitorais no Quênia (2017), Nigéria (2019) e Zâmbia (2021) comprovaram tanto a capacidade de mobilização das redes sociais como os riscos associados à desinformação (Bosch, 2017). Em Moçambique, a análise de Forquilha (2021) e Nuvunga (2020) evidencia precisamente essa ambivalência: ao mesmo tempo que as plataformas promovem debate e participação, também se transformam em canais de polarização e manipulação.

Outro factor que moldou a experiência política digital moçambicana é o bloqueio ou restrição do acesso à internet durante processos eleitorais, prática comum em contextos autoritários. Em 2016, o Uganda bloqueou o acesso a redes sociais durante as eleições; no Zimbabué, isso ocorreu em 2019; na Etiópia, em 2020; e no Senegal, em 2023 – medidas que governos justificaram como necessárias para preservar a ordem pública, mas que organizações como a Human Rights Watch (2022) e a Access Now (2023) denunciaram como violações do direito de acesso à informação. Em Moçambique, nas eleições de 2019, registaram-se relatos de interrupções temporárias da internet e de vigilância a activistas digitais. Embora em 2024 não tenha havido um bloqueio total, surgiram denúncias de censura indireta, com suspensão de contas, restrições no acesso a dados móveis e lentidão seletiva em plataformas como Facebook e WhatsApp nos dias de maior contestação (CIP, 2024).

Para compreender estas dinâmicas, importa também recuperar a evolução da governação moçambicana desde a independência. Entre 1975 e 1990, prevaleceu um regime socialista de partido único, liderado por Samora Machel e depois Joaquim Chissano, caracterizado por

centralização estatal, economia planificada e ausência de espaço político plural (Hall & Young, 1997). Entre 1990 e 2004, assistiu-se a uma fase de transição democrática e liberalização económica, igualmente sob liderança de Chissano, que promoveu a assinatura do AGP e uma maior abertura política (Hanlon, 1996). A partir de 2004, com os mandatos de Armando Guebuza e Filipe Nyusi, o país entrou numa etapa formalmente democrática, mas fortemente marcada por centralização do poder, clientelismo político e eleições contestadas. Foi neste contexto que emergiram novas forças como o PODEMOS, que procuraram desafiar a hegemonia da FRELIMO e introduzir alternativas discursivas e simbólicas ao sistema político dominante (IESE, 2023).

O processo eleitoral de 2024 simbolizou de forma evidente esta conjuntura. Marcado por denúncias generalizadas de fraude, repressão violenta a manifestações e uma grave crise de legitimidade, o ciclo revelou discrepâncias significativas entre os resultados oficiais e as contagens de observadores independentes. O PODEMOS destacou-se nas zonas urbanas, utilizando o Facebook como principal arena de denúncia, mobilização e difusão de contrainformação em resposta à narrativa oficial. Transmissões ao vivo, partilhas de editais alternativos e testemunhos de cidadãos circularam amplamente, desafiando as instituições e legitimando a plataforma como espaço paralelo de escrutínio político.

Diversos factores explicam a aceleração desta crise em 2024. A desigualdade digital manteve largas áreas rurais excluídas do debate público e do acesso equitativo à informação (World Bank, 2023). A centralização do poder e a instrumentalização das instituições eleitorais reforçaram a percepção de parcialidade e manipulação (Hanlon, 2010). O agravamento do desemprego e a frustração juvenil ampliaram a utilização das redes como espaço de catarse e de contestação, tornando o Facebook, para muitos, a principal arena de expressão política e ação coletiva.

Por fim, convém destacar o traço estrutural da gerontocracia moçambicana. Desde a independência, a liderança política esteve quase sempre nas mãos da geração da luta armada, de Samora Machel (1975–1986) a Joaquim Chissano (1986–2005), Armando Guebuza (2005–2015) e Filipe Nyusi (2015–2025). Este modelo consolidou estruturas rígidas e elitizadas que limitaram a ascensão de novas gerações (Hall & Young, 1997; Hanlon, 2010). Nesse contexto, as redes sociais, e em particular o Facebook, tornaram-se uma arena privilegiada para a juventude, excluída

das instâncias tradicionais de decisão, se afirmar como sujeito político activo. O PODEMOS simboliza, assim, uma tentativa explícita de ruptura com esta lógica gerontocrática, ainda que enfrentando fortes resistências de ordem sistémica e cultural.

Em síntese, o enquadramento contextual mostra que a emergência do PODEMOS e o protagonismo do Facebook em 2024 não podem ser compreendidos sem considerar a evolução histórica da política moçambicana, a influência internacional das redes sociais, os constrangimentos institucionais e as tensões entre elites envelhecidas e juventudes conectadas. Este pano de fundo é essencial para analisar como a comunicação digital se converteu num espaço de disputa de legitimidades e de reinvenção da participação democrática em Moçambique.

CAPÍTULO II

REVISÃO DA LITERATURA

Nesta secção, procede-se à sistematização do enquadramento teórico e crítico que fundamenta a investigação. O objectivo não é apenas apresentar conceitos e teorias, mas integrá-los num debate que permita compreender as especificidades da comunicação estratégica digital em torno do PODEMOS nas eleições moçambicanas de 2024. A literatura sobre esfera pública, movimentos em rede e engajamento político digital é aqui mobilizada de forma a articular contributos, tensões e limitações, em diálogo com o foco da pesquisa.

2.1 Definição de conceitos

A comunicação é um conceito central e multifacetado nas ciências sociais. O modelo linear de Shannon e Weaver (1949), embora pioneiro, foi criticado por reduzir a comunicação a um processo técnico de transmissão, negligenciando a sua dimensão social e política. Jakobson (1960) e Hall (1980) avançaram no sentido de evidenciar a codificação/decodificação e as disputas de significado, ao passo que Habermas (1991) a concebe como base da esfera pública e da deliberação democrática. Foucault (1979), por outro lado, enfatiza a relação entre comunicação, poder e produção discursiva. Esta diversidade de perspectivas evidencia que a comunicação deve ser entendida não como simples transmissão, mas como processo relacional e político, atravessado por assimetrias de poder, ainda que capaz de abrir espaço para diálogo e construção colectiva de sentidos. Para efeitos desta pesquisa, considera-se a comunicação como arena simbólica, onde se disputam significados sociais e políticos que moldam práticas democráticas.

O conceito de estratégia, inicialmente militar, evoluiu para as ciências sociais como noção de planeamento e orientação de acções. Clausewitz (1832) associava-o ao domínio da guerra, mas autores como Mintzberg (1994) e Porter (1985) trouxeram-no para o campo da gestão, distinguindo entre estratégias deliberadas, resultantes de planeamento racional, e emergentes, decorrentes da adaptação a contextos incertos. No domínio político, a estratégia é entendida como mobilização de recursos e escolhas destinadas a alcançar objectivos de poder, legitimidade e influência. No ambiente digital, esta dimensão torna-se particularmente dinâmica: a estratégia

combina intencionalidade e improvisação, configurando-se como processo híbrido que integra planeamento e flexibilidade. Neste estudo, entende-se por isso a estratégia como prática adaptativa, marcada pela rapidez e imprevisibilidade dos contextos comunicacionais digitais.

A comunicação estratégica surge como intersecção entre estes dois conceitos. Tradicionalmente associada à gestão da imagem institucional (Grunig & Hunt, 1984), adquiriu novas características no ambiente digital. Chadwick (2013) descreve um “sistema mediático híbrido” em que políticos, media e cidadãos se interligam de forma permanente, dificultando o controlo unilateral da mensagem. Gerbaudo (2018) sublinha o papel das mobilizações emocionais, enquanto Wahl-Jorgensen (2018) mostra como os regimes afetivos estruturam a esfera pública contemporânea. No contexto africano, Salgado (2014, 2016) evidencia como o jornalismo cidadão e os media alternativos se tornam contra-esferas públicas, mas Mutsvairo e Rønning (2020) alertam para o uso instrumental da comunicação digital na disseminação de desinformação. Daqui resulta que a comunicação estratégica digital deve ser entendida simultaneamente como planeamento racional, gestão de narrativas e mobilização emocional, sendo adotada nesta investigação a perspectiva de uma comunicação estratégica híbrida, intencional e participativa, mas condicionada pelas dinâmicas algorítmicas.

As redes sociais digitais, mais do que simples plataformas tecnológicas, constituem espaços simbólicos e arenas de sociabilidade. Castells (2012) caracteriza-as como nós centrais da sociedade em rede, enquanto Papacharissi (2010) as descreve como esferas públicas virtuais que abrem novas possibilidades de expressão, embora sem eliminar desigualdades estruturais. Para Gerbaudo (2018), a política em rede organiza-se em torno de comunidades emocionais, e Wahl-Jorgensen (2018) mostra que as interações digitais são permeadas por regimes afectivos que estruturam a opinião pública. No espaço africano, Salgado (2014, 2016) destaca o papel emancipador destas plataformas, ainda que limitado pela fragilidade institucional, ao passo que Mutsvairo e Rønning (2020) reforçam a ambivalência democrática das redes, capazes tanto de promover cidadania como de amplificar manipulação. Estudos recentes em África, como os de Wasserman et al. (2019) e Chenzi (2021), demonstram esta ambivalência: ao mesmo tempo que as redes funcionam como veículos de informação e mobilização, são também meios de propagação de rumores e xenofobia. Assim, mais do que neutras ou intrinsecamente democráticas, as redes devem ser entendidas como

arenas híbridas e condicionadas por desigualdades de acesso, interesses políticos e lógicas algorítmicas.

O engajamento político digital, conceito central neste trabalho, refere-se ao conjunto de práticas de participação mediadas por tecnologias digitais, que vão desde interações de baixo custo (partilhas, comentários, “gostos”) até formas intensas de activismo e mobilização de protestos. Norris (2001) sugere que a internet expande os repertórios de participação, mas tende a reproduzir desigualdades pré-existentes. Castells (2012) vê os movimentos digitais como estruturados em rede, enquanto Papacharissi (2010) e Gerbaudo (2018) destacam o carácter performativo e afectivo dessas práticas. No contexto africano, Kipkoech (2022) e Lemaire (2023) observam que a juventude recorre crescentemente às redes para informação e participação, ainda que com desconfiança em relação às fontes e sob constrangimentos de acesso. Salgado (2016) sublinha o papel dos media alternativos como formas de contra-esferas públicas, mas Mutsvaire e Rønning (2020) voltam a insistir na vulnerabilidade destes espaços à manipulação. Assim, o engajamento político digital é aqui entendido como prática paradoxal: democratiza a participação, mas está sujeito a censura, desigualdade digital e desinformação. Adota-se, neste estudo, o conceito de cidadania digital juvenil constrangida, que traduz simultaneamente o protagonismo dos jovens e os limites estruturais e institucionais que moldam a sua acção.

2.2 Ambivalência das redes digitais e problema investigativo

A emergência das redes digitais na política contemporânea é marcada por uma ambivalência fundamental. Estas plataformas criam novas oportunidades de participação, mobilização e transparência, mas também alimentam riscos de manipulação, polarização e desinformação. Castells (2012) destaca o potencial dos movimentos em rede para desafiar elites, e Salgado (2014) aponta para a capacidade da internet de reforçar a democracia em contextos lusófonos frágeis. Em contrapartida, Gerbaudo (2018) e Wahl-Jorgensen (2018) sublinham os riscos de populismo digital, em que comunidades emocionais são mobilizadas através da exploração de afectos como raiva ou medo. Estudos africanos recentes, como os de Chenzi (2021) e Wasserman et al. (2019), confirmam esta tensão: maior acesso à informação é acompanhado por maior vulnerabilidade à manipulação, erosão da confiança nos media e episódios de violência.

Para esta investigação, as redes digitais são entendidas como espaços híbridos em que coexistem potencialidades democráticas e riscos de manipulação. Essa ambivalência é sintetizada no conceito de “ambivalência digital”, que reconhece a dupla face das plataformas e serve de ponto de partida para a análise empírica.

2.2.1. Comunicação estratégica e esfera pública virtual

A comunicação estratégica digital deve ser analisada em articulação com a noção de esfera pública. Habermas (1991) concebe-a como espaço de deliberação racional, mas Papacharissi (2010) argumenta que, na era digital, a esfera pública é reconfigurada em espaços virtuais caracterizados por expressões afetivas e performativas. Castells (2012) reforça esta visão, ao mostrar como a comunicação em rede permite mobilizações descentralizadas e horizontais. Salgado (2014, 2016), no contexto africano, vê na internet uma oportunidade para práticas contra-hegemônicas, mas adverte para as limitações institucionais e de literacia digital. Já Mutsvauro e Rønning (2020) lembram que as mesmas plataformas podem ser instrumentalizadas para manipulação e censura.

Assim, a comunicação estratégica digital é compreendida como prática híbrida: é ao mesmo tempo instrumental, porque assenta em mensagens intencionais dos atores políticos, e relacional, porque incorpora a participação ativa dos cidadãos que interagem, reinterpretam e contestam os discursos. Para efeitos desta investigação, adota-se a noção de esfera pública virtual condicionada, ou seja, um espaço de comunicação estratégica participativo mas limitado pelas desigualdades de acesso, pela lógica dos algoritmos e pelo uso instrumental das plataformas por atores políticos.

2.2.2. Fake news, confiança mediática e efeitos sociais

A circulação de fake news constitui um dos fenómenos mais debatidos no campo da comunicação política digital, sobretudo pelo modo como mina a confiança dos cidadãos nas instituições mediáticas e democráticas. Wasserman, Bosch e Chuma (2019), num estudo comparativo sobre Quênia, Nigéria e África do Sul, demonstram que a confiança nos media tradicionais tem vindo a declinar, levando os cidadãos a procurar cada vez mais fontes alternativas de informação nas redes sociais. Estas, embora mais acessíveis, carecem frequentemente de mecanismos de verificação e, por isso, ampliam o risco de desinformação.

Na África do Sul, Chenzi (2021) identificou uma ligação direta entre a circulação de fake news em plataformas como Facebook e WhatsApp e o aumento de sentimentos xenófobos contra comunidades migrantes. Rumores e notícias fabricadas circularam amplamente em grupos digitais, alimentando hostilidades e culminando em episódios de violência. Estes dados revelam que as fake news não devem ser vistas como meros desvios informativos, mas como fatores com efeitos sociais concretos, capazes de fragilizar a coesão e a segurança comunitária.

Em termos mais gerais, Mutsvairo e Rønning (2020) sublinham que a proliferação de fake news fragiliza especialmente as democracias emergentes em África, ao criar um ecossistema de desconfiança que abrange não apenas os media e as instituições políticas, mas também as próprias relações interpessoais. Esse ambiente de incerteza favorece a ascensão de discursos populistas e autoritários, que se legitimam explorando a insegurança informativa.

Apesar do consenso quanto ao impacto social profundo das fake news e ao declínio da confiança mediática, a literatura apresenta diferentes explicações para o fenómeno. Alguns autores atribuem responsabilidade central às plataformas digitais, que não criaram mecanismos de verificação eficazes; outros enfatizam o papel das elites políticas, que instrumentalizam rumores para ganhos próprios; e há ainda quem destaque os contextos socioeconómicos, nos quais desigualdades estruturais tornam certas populações mais vulneráveis à desinformação.

Neste enquadramento, entende-se que as fake news não devem ser analisadas apenas pela sua falsidade objetiva, mas como fenómenos políticos e sociais que refletem disputas de poder, confiança e legitimidade. A questão fundamental não reside apenas em verificar ou desmentir conteúdos, mas em compreender como circulam, quem os partilha e com que motivações. Para efeitos desta investigação, adota-se o conceito de erosão da confiança mediática, que permite analisar como a desinformação fragiliza a relação dos cidadãos não só com os media e partidos políticos, mas também com os seus próprios pares.

2.2.3 Jornalismo cidadão, media alternativos e participação

O jornalismo cidadão e os media alternativos emergiram como respostas relevantes às limitações dos sistemas mediáticos convencionais em muitos países africanos. Em contextos marcados por

censura ou dependência económica face ao Estado e às elites, cidadãos comuns passaram a recorrer às redes sociais e a blogs para produzir e disseminar informação.

Salgado (2014) reconhece o potencial democrático destas práticas no espaço lusófono africano, embora sublinhe que a sua eficácia depende da literacia digital e da existência de instituições políticas responsivas. Mais tarde, em *Political Participation, Alternative Media and Citizen Journalism in Lusophone Africa* (2016), a autora reforça que o jornalismo cidadão constitui uma via privilegiada de participação, permitindo denunciar abusos e dar visibilidade a vozes marginalizadas. Contudo, alerta igualmente para as fragilidades associadas à ausência de verificação sistemática, que torna estes espaços permeáveis à circulação de rumores e desinformação.

Mutsvairo e Rønning (2020) reforçam esta visão ambivalente, lembrando que os media alternativos podem ser tanto instrumentos de emancipação como veículos de manipulação, dependendo das condições sociais e políticas em que operam. Para estes autores, não é a tecnologia em si que define os resultados, mas as relações de poder que moldam o uso das plataformas digitais.

Existe, assim, um consenso de que o jornalismo cidadão amplia o espaço de participação política, sobretudo onde os media tradicionais são frágeis ou capturados, e que permite maior pluralidade de vozes e narrativas. No entanto, as leituras dividem-se quanto à sua eficácia: algumas mais otimistas sublinham o papel democratizador destas práticas, enquanto outras destacam os riscos associados à falta de financiamento, rigor e imparcialidade.

A presente investigação adota uma posição crítica e equilibrada, reconhecendo que o jornalismo cidadão pode ser elemento-chave na democratização da informação, mas também que não está imune a manipulações ou falhas de verificação. No caso concreto do PODEMOS em Moçambique, os conteúdos digitais produzidos e disseminados assumem frequentemente características de jornalismo político de mobilização, em que as fronteiras entre ativismo e informação se tornam difusas. Deste modo, propõe-se o conceito de participação digital contra-hegemónica, entendido como a apropriação das plataformas digitais por cidadãos e movimentos para desafiar narrativas dominantes dos media tradicionais e abrir novos espaços de deliberação.

2.2.4. Juventude, censura e usos informacionais

A juventude constitui o grupo etário mais ativo no uso das redes sociais e, por isso, o mais exposto às dinâmicas de informação digital. Em contextos africanos, onde mais de metade da população tem menos de 25 anos, este fator assume especial relevância para a análise da participação política online. Lemaire (2023) demonstra que a censura digital – através de bloqueios estatais, filtragem de conteúdos ou restrições impostas por plataformas – não elimina o consumo de notícias pelos jovens. Pelo contrário, em alguns casos, tais restrições aumentam a procura por informação e incentivam a busca por canais alternativos. Este efeito paradoxal revela como a censura, em vez de conter, pode estimular práticas informais de acesso à informação, gerando desconfiança em relação às instituições e fortalecendo mecanismos paralelos de circulação noticiosa.

Já Kipkoech (2022), ao analisar o caso do Quênia, conclui que o uso das redes sociais para consumo de notícias está positivamente correlacionado com a participação política, sobretudo entre jovens urbanos. No entanto, este efeito não se verifica de forma homogênea, enfraquecendo quando se introduzem variáveis como escolaridade, condições socioeconómicas e orientação política. A autora demonstra, assim, que a relação entre internet, juventude e participação política é mediada por fatores contextuais que limitam ou potenciam a capacidade mobilizadora da conectividade digital.

Apesar das diferentes ênfases, tanto Lemaire como Kipkoech reconhecem o protagonismo da juventude no campo digital e a centralidade das redes como fontes de informação política. Enquanto Lemaire destaca os efeitos da censura e da fragilidade da confiança, Kipkoech sublinha o potencial mobilizador das redes sociais em contextos socioeconómicos favoráveis. A análise destas perspetivas sugere que a juventude africana vive um verdadeiro paradoxo informativo: é simultaneamente hiperconectada e vulnerável, estando exposta a censura e desinformação, mas também posicionada como motor de mobilização digital. Para este estudo, adota-se o conceito de cidadania digital juvenil constrangida, que traduz precisamente esta condição híbrida de protagonismo e limitação no acesso e uso informativo das redes sociais.

2.2.5. Emoções, populismo e regimes afetivos

A política digital contemporânea é cada vez mais marcada por emoções, o que exige repensar os modelos tradicionais de análise política. Gerbaudo (2018) introduz o conceito de populismo digital, definindo-o como um processo em que líderes e partidos mobilizam comunidades afetivas através das redes sociais, estabelecendo vínculos emocionais intensos com os seus seguidores. Esta mobilização assenta menos na deliberação racional e mais na criação de identidades coletivas alimentadas por narrativas simplificadas e apelativas.

Wahl-Jorgensen (2018) aprofunda este debate ao propor a noção de regimes emocionais, argumentando que afetos como raiva, medo, esperança ou indignação não são meras manifestações individuais, mas componentes estruturantes da experiência política. A autora mostra, por exemplo, como Donald Trump utilizou a “raiva populista” para consolidar a sua ligação com os eleitores, revelando o potencial das emoções enquanto instrumentos de comunicação estratégica.

No contexto africano, Melber (2021) evidencia que partidos oriundos de movimentos de libertação recorrem frequentemente a memórias históricas e sentimentos patrióticos como formas de populismo autoritário. Essas narrativas emocionais, ancoradas em identidades nacionais, são utilizadas para legitimar práticas de poder que tendem a restringir o espaço democrático.

O que estes autores partilham é a convicção de que a política digital não pode ser compreendida sem uma atenção rigorosa ao papel das emoções. As divergências residem na forma como avaliam o impacto desse fenómeno: para Gerbaudo, as emoções constituem motores de mobilização comunitária; para Wahl-Jorgensen, implicam riscos de polarização e manipulação; e para Melber, representam recursos estratégicos em contextos africanos específicos, frequentemente associados à manutenção de regimes autoritários.

A presente investigação parte do entendimento de que as emoções não devem ser reduzidas a irracionalidade política, mas reconhecidas como componentes constitutivas da mobilização digital. Contudo, admite também a sua ambivalência: podem servir tanto processos democráticos de participação como dinâmicas de exclusão e autoritarismo. Assim, adota-se o conceito de

comunidades emocionais digitais, que traduz a centralidade dos afetos na comunicação política e no populismo digital contemporâneo.

2.2.6. Síntese crítica da revisão de literatura

O estado da arte sobre redes sociais digitais, comunicação política e participação cidadã tem evoluído rapidamente, acompanhando as transformações tecnológicas e as crises políticas do século XXI. A literatura internacional e africana converge no reconhecimento de que as plataformas digitais desempenham um papel central na política contemporânea, mas diverge quanto aos seus efeitos democráticos. Castells (2012) descreve os movimentos em rede como fenómenos horizontais que desafiam hierarquias tradicionais, enfatizando o potencial emancipador das tecnologias digitais. Em contraste, Gerbaudo (2018) identifica um populismo digital que assenta na mobilização de comunidades emocionais em torno de narrativas simplificadas, enquanto Wahl-Jorgensen (2018) mostra que regimes emocionais como raiva, medo ou esperança se tornam estruturantes da política digital. Papacharissi (2010) acrescenta a noção de esfera pública afetiva, sublinhando que a comunicação online não se rege apenas por racionalidade deliberativa, mas também pela performatividade e pela expressão emocional.

Em África, a literatura evidencia especificidades que tornam esta ambivalência ainda mais pronunciada. Mutsvairo e Rønning (2020) falam da “face de Jano” das redes sociais africanas: simultaneamente democratizadoras e manipuladoras. Wasserman, Bosch e Chuma (2019) demonstram, em estudos comparativos no Quênia, Nigéria e África do Sul, que a confiança nos media tradicionais está em declínio, ao mesmo tempo que as redes se tornam centrais como fontes de informação, ainda que permeadas por desinformação. Chenzi (2021) revela, no caso sul-africano, como rumores difundidos em WhatsApp e Facebook intensificaram sentimentos xenófobos e até episódios de violência, provando que as fake news têm impactos sociais concretos. No espaço lusófono, Susana Salgado (2014; 2016) destaca o papel do jornalismo cidadão e dos media alternativos como contra-esferas públicas que ampliam a participação política, ainda que vulneráveis à precariedade económica e à manipulação.

A análise comparativa das duas principais referências teóricas – a Teoria da Esfera Pública de Habermas e a Teoria dos Movimentos em Rede de Castells – ajuda a clarificar estas tensões. Habermas (1962/1991) propôs a esfera pública como espaço de deliberação racional-crítica, mas a sua teoria foi criticada pelo racionalismo excessivo e pelo eurocentrismo, aspetos que se tornam ainda mais problemáticos nos contextos africanos. Castells, por sua vez, enfatizou a horizontalidade e a descentralização dos movimentos em rede, mas foi acusado de determinismo tecnológico e de romantização das mobilizações digitais. Papacharissi (2010) e Wahl-Jorgensen (2018) ampliaram este debate ao introduzirem a dimensão afetiva da política digital, enquanto Gerbaudo (2018) mostrou como as emoções são instrumentalizadas em populismos digitais. Salgado (2014; 2016) aplicou estas discussões ao contexto lusófono africano, Mutsvairo e Rønning (2020) insistiram na natureza ambivalente das redes e Wasserman et al. (2019) e Chenzi (2021) evidenciaram a crise de confiança mediática. Kipkoech (2022) e Lemaire (2023), por seu turno, sublinharam o protagonismo juvenil, ainda que constrangido pela censura e pela desigualdade de acesso.

Da articulação destas perspetivas emergem seis categorias fundamentais que estruturam este estudo. A primeira é a ambivalência digital, que exprime a coexistência de potencialidades democráticas e riscos de manipulação. A segunda é a erosão da confiança mediática, que evidencia o impacto da desinformação na relação entre cidadãos e instituições. A terceira é a participação digital contra-hegemónica, que valoriza o jornalismo cidadão e os media alternativos como formas de contestação em contextos frágeis. A quarta é a cidadania digital juvenil constrangida, que traduz o protagonismo da juventude africana e os limites impostos por desigualdades estruturais. A quinta é a das comunidades emocionais digitais, que mostra a centralidade dos afetos na mobilização política. Por fim, a sexta corresponde às arenas digitais híbridas, resultantes da interação entre media tradicionais, plataformas digitais e atores políticos, que configuram ecossistemas comunicativos complexos e em disputa permanente.

Assim, a literatura revisitada mostra que nem a visão normativa de Habermas nem o entusiasmo empírico de Castells são suficientes para compreender os cenários atuais. Hoje, a comunicação digital deve ser entendida como espaço híbrido, afetivo e ambivalente: híbrido, porque combina media tradicionais, redes sociais, atores políticos e cidadãos (Chadwick, 2013);

afetivo, porque a mobilização se constrói através de narrativas racionais e emocionais (Papacharissi, Gerbaudo, Wahl-Jorgensen); e ambivalente, porque pode simultaneamente fortalecer e fragilizar a democracia (Salgado; Mutsvairo & Rønning; Wasserman; Chenzi). No contexto africano, marcado por desigualdades de acesso, censura e baixa literacia digital, as redes sociais devem ser lidas como arenas digitais de tensão, onde convivem participação, manipulação e exclusão.

É neste quadro que se adota o conceito de Arenas Digitais Híbridas de Mobilização Emocional e Contra-hegemónica, que sintetiza o ideal normativo da deliberação (Habermas), a horizontalidade dos movimentos em rede (Castells), a centralidade das emoções (Papacharissi, Gerbaudo, Wahl-Jorgensen) e a ambivalência africana (Salgado, Mutsvairo & Rønning, Wasserman, Kipkoech, Lemaire). Este conceito constitui a chave analítica para compreender a comunicação política digital em torno do PODEMOS nas eleições moçambicanas de 2024.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 Contextualização e Tipo de Pesquisa

A compreensão do fenómeno político-comunicacional que representa o uso estratégico do Facebook pelo partido PODEMOS, durante um ciclo eleitoral conturbado, exige uma abordagem metodológica compatível tanto com a complexidade do objeto como com os objetivos delineados para este trabalho. Gil (2008) sublinha que a metodologia deve estar sempre articulada com a natureza da questão em estudo, enquanto Lakatos e Marconi (2010) reforçam que a coerência entre pergunta de investigação, objetivos e instrumentos é condição indispensável para a validade científica.

Neste quadro, a investigação assenta em procedimentos de natureza descritiva e exploratória, privilegiando a abordagem qualitativa, que integra análise de conteúdo digital, entrevistas semiestruturadas e observação indireta de práticas comunicacionais online.

O estudo assume carácter aplicado, pois procura produzir contributos relevantes para a realidade política e comunicacional moçambicana, indo além da mera acumulação teórica (Lakatos & Marconi, 2010). Simultaneamente, reveste um carácter exploratório – ao investigar um domínio ainda pouco estudado no contexto nacional, como salienta Gil (2008) ao referir-se às campanhas digitais de partidos não hegemónicos – e descritivo, dado que pretende caracterizar práticas, estratégias e padrões de interação do PODEMOS no Facebook.

A opção pela abordagem qualitativa justifica-se por valorizar a interpretação de discursos, sentidos e perceções, em vez da quantificação de dados em larga escala, permitindo captar nuances e subjetividades relevantes (Minayo, 2012).

Por fim, a finalidade do estudo é analítico-explicativa: não apenas analisar as estratégias digitais adotadas pelo partido, mas também explicar de que modo estas impactaram perceções e práticas do público-alvo, avaliando o papel desempenhado pelo Facebook no reposicionamento do PODEMOS no ecossistema político nacional.

3.2 População e Amostra

A população-alvo do estudo foi composta por três grupos de interesse directamente relacionados com o fenómeno em análise:

1. Especialistas em comunicação política e digital, incluindo docentes universitários e jornalistas;
2. Membros da equipa de comunicação do partido PODEMOS, envolvidos na gestão da comunicação “online” durante o período eleitoral de 2024;
3. Jovens eleitores urbanos, com idades entre 18 e 35 anos, residentes nas cidades de Maputo, Beira e Nampula, que interagiram com conteúdos do PODEMOS no Facebook.

A escolha destes grupos permitiu obter uma perspectiva multidimensional, articulando percepções técnicas, institucionais e cidadãs.

A selecção seguiu uma amostragem não probabilística e intencional, conforme orientam Triviños (1987) e Minayo (2012), por se tratar de um estudo qualitativo centrado na profundidade interpretativa.

Os critérios de inclusão foram:

- Idade compreendida entre 18 e 35 anos (para os jovens);
- Envolvimento directo na campanha digital (para membros do partido);
- Experiência ou especialização comprovada em comunicação e política (para os especialistas);
- Consentimento formal através da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 4).

Para registo das variáveis sociodemográficas utilizou-se uma Ficha de Caracterização dos Participantes (Apêndice 5), que recolheu dados sobre idade, género, escolaridade, área de residência, frequência de uso das redes sociais e tipo de interacção política digital.

A amostra final incluiu 15 participantes, distribuídos da seguinte forma:

- 5 Especialistas;
- 3 Membros da equipa de comunicação do PODEMOS;
- 7 Jovens eleitores urbanos.

3.2.1. Processo de Recrutamento dos Participantes

O recrutamento dos participantes foi realizado em duas fases complementares, garantindo diversidade, voluntariedade e conformidade ética com os princípios da pesquisa científica.

- Fase 1 – Identificação e Pré-selecção dos Contactos

Inicialmente, foi feito um levantamento preliminar de potenciais participantes com base em critérios de relevância e acessibilidade.

No caso dos especialistas, a seleção partiu de docentes universitários e jornalistas especializados em comunicação política e digital, contactados por e-mail institucional.

Para os membros da equipa do PODEMOS, o contacto foi mediado através de um ofício formal e posterior autorização da direção do partido, garantindo transparência e consentimento institucional (Apêndice 4).

Já os jovens eleitores urbanos foram identificados através de interações públicas na página oficial do PODEMOS no Facebook, seleccionando-se perfis que comentaram ou partilharam conteúdos políticos durante o período eleitoral.

- Fase 2 – Convite Formal e Consentimento Ético

Após a pré-selecção, cada participante foi contactado individualmente por e-mail, telefone ou mensagem privada no Facebook, recebendo uma carta de convite e explicação do estudo.

O convite continha:

- A descrição do objectivo da pesquisa;
- A duração e formato da entrevista;

- As garantias de confidencialidade e anonimato;
- A solicitação de assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 4).

As entrevistas foram agendadas de acordo com a disponibilidade dos participantes e realizadas de forma presencial e virtual (via Zoom ou WhatsApp), conforme as condições de conectividade e segurança.

Para reforçar o anonimato, cada participante foi identificado com códigos alfanuméricos (ex.: E1, E2, J3, M1) — procedimento descrito na Declaração de Confidencialidade (vide Apêndice 6).

- Resultados do Processo de Recrutamento

O processo de recrutamento resultou numa amostra equilibrada em género e representatividade temática, conforme apresentado na Tabela 3 – Composição da Amostra por Grupo e Género (Anexo I).

O uso de múltiplos canais de contacto (redes sociais, e-mail e referências pessoais) permitiu abranger participantes de diferentes origens e níveis de experiência, assegurando variedade e fiabilidade nas respostas obtidas.

Assim, o recrutamento baseou-se em voluntariedade, consentimento e relevância temática, respeitando integralmente os princípios de ética, confidencialidade e respeito pela autonomia dos participantes.

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolha de Dados

No plano das técnicas, recorreu-se à análise documental e de conteúdo da página oficial do PODEMOS no Facebook, procedendo-se à identificação dos tipos de publicações (vídeos, transmissões em directo, textos, memes e inquéritos), da sua frequência, dos níveis de interacção (gostos, comentários e partilhas) e dos principais temas abordados. De acordo com Bardin (2011), esta técnica permite detectar padrões discursivos e categorias latentes essenciais à compreensão das estratégias comunicacionais do partido.

Os critérios e categorias de codificação aplicados encontram-se sistematizados na Ficha de Categorização de Conteúdos Digitais (Apêndice 1).

De forma complementar, realizaram-se entrevistas semi-estruturadas com os cinco especialistas em comunicação política e digital, três membros da equipa de comunicação do partido e sete jovens eleitores urbanos. Estas entrevistas possibilitaram aprofundar motivações, percepções e avaliações sobre o papel do Facebook na estratégia eleitoral (Minayo, 2012).

O Guião de Entrevista Semi-estruturada utilizado, com as respectivas secções temáticas, encontra-se apresentado no Apêndice 2.

A investigação incluiu ainda observação indirecta das interações públicas na plataforma, visando captar sentimentos predominantes, formas de participação espontânea e disputas narrativas entre apoiantes de diferentes partidos. A estrutura da Ficha de Observação Online, empregue na recolha e sistematização dessas informações, encontra-se disponível no Apêndice 3.

Os instrumentos utilizados, portanto, foram:

- Guião de Entrevista Semi-estruturada (Apêndice 2);
- Ficha de Categorização de Conteúdos Digitais (Apêndice 1);
- Ficha de Observação Online (Apêndice 3);
- Matriz de Organização e Codificação de Dados, elaborada em Excel e NVivo, para sistematizar e triangular as informações recolhidas.

O uso combinado destas técnicas e instrumentos permitiu captar, de forma triangulada, as dimensões discursiva, perceptiva e interactiva do fenómeno em estudo, garantindo maior profundidade e validade às interpretações obtidas.

3.4 Técnicas de Análise de Dados

A análise dos dados foi conduzida em três etapas complementares. Numa primeira fase, aplicou-se a análise temática de conteúdo (Bardin, 2011) às publicações e às entrevistas, identificando

eixos centrais como tipos de interação, linguagem utilizada, formatos de comunicação e reações do público.

Seguidamente, procedeu-se a uma análise interpretativa do discurso, destinada a detectar narrativas dominantes e estratégias persuasivas mobilizadas pelo partido.

Por fim, realizou-se a triangulação dos resultados, cruzando as evidências provenientes das entrevistas, dos comentários online e dos indicadores de desempenho digital. Este procedimento visou reforçar a consistência e a validade das conclusões obtidas (Patton, 2002).

3.5 Questões Éticas

A presente investigação respeitou rigorosamente os princípios éticos fundamentais da pesquisa científica, assegurando a proteção dos participantes e a integridade do processo de recolha, análise e divulgação dos dados.

Antes da recolha de dados, todos os participantes foram informados detalhadamente sobre os objectivos, procedimentos e finalidade do estudo, tendo assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 4). Este documento formalizou a anuência voluntária e consciente dos inquiridos, garantindo-lhes o direito de desistir a qualquer momento sem qualquer prejuízo.

Para salvaguardar a confidencialidade e o anonimato, cada participante foi identificado apenas por um código alfanumérico, eliminando-se qualquer referência direta a nomes, funções ou localizações específicas. A descrição das medidas de anonimização e proteção de dados encontra-se detalhada na Declaração de Confidencialidade (Apêndice 6), assinada pela investigadora.

Os dados recolhidos por meio das entrevistas, fichas de caracterização e observações online foram armazenados em dispositivos protegidos por palavra-passe, sendo o seu acesso restrito à autora da dissertação. Após a conclusão da investigação, todos os registos electrónicos e físicos serão arquivados de forma segura e posteriormente eliminados, conforme recomendam as normas internacionais de proteção de dados.

No que respeita à análise de conteúdos digitais, observaram-se as orientações éticas de Kozinets (2015) para pesquisas em ambientes online. Assim, a recolha limitou-se a publicações públicas e acessíveis, evitando qualquer conteúdo proveniente de contas privadas ou grupos fechados. Adicionalmente, a investigação procurou minimizar qualquer viés de observação e interferência no comportamento dos participantes.

O cumprimento das normas éticas visou não apenas proteger os sujeitos envolvidos, mas também garantir a credibilidade e legitimidade científica da pesquisa. Dessa forma, os instrumentos éticos – nomeadamente o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 4) e a Declaração de Confidencialidade (Apêndice 6) – asseguraram o alinhamento da investigação com os princípios de respeito, beneficência e justiça, conforme preconizado por Lakatos e Marconi (2010).

CAPÍTULO IV

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Contextualização e Caracterização Inicial da Amostra

O presente capítulo apresenta e discute os resultados empíricos obtidos ao longo da investigação, com o propósito de compreender o papel desempenhado pelo Facebook na estratégia de comunicação política do partido PODEMOS durante as eleições presidenciais de 2024 em Moçambique.

O contexto da pesquisa situa-se num momento em que as redes sociais digitais, em particular o Facebook, se afirmaram como principais espaços de debate, mobilização e disputa simbólica entre atores políticos e cidadãos. A investigação procurou examinar de que modo esta plataforma foi apropriada pelo PODEMOS como instrumento de visibilidade, engajamento e construção de legitimidade junto do eleitorado jovem urbano.

A análise empírica que se segue estrutura-se a partir das evidências recolhidas por meio de entrevistas, observação de interações digitais e análise de conteúdo das publicações na página oficial do partido. A partir dessa triangulação de dados, foi possível identificar padrões de comunicação, níveis de participação e percepções sobre credibilidade e transparência informativa.

Neste enquadramento, o capítulo IV organiza-se de forma a apresentar, em primeiro lugar, a caracterização geral dos participantes (4.2), seguida da contextualização política do processo eleitoral (4.3) e, posteriormente, da interpretação dos resultados das entrevistas (4.4). Essa sequência permite compreender o modo como o Facebook funcionou como esfera pública alternativa e como a juventude moçambicana se apropriou das plataformas digitais para exercer novas formas de cidadania e intervenção política.

Assim, o ponto que se segue oferece a caracterização empírica da amostra e estabelece as bases para a análise aprofundada das dinâmicas comunicacionais do PODEMOS no espaço digital moçambicano.

4.2 Caracterização da Amostra

A amostra deste estudo foi composta por quinze participantes distribuídos entre cinco especialistas em comunicação política e digital, três membros da equipa de comunicação do partido PODEMOS e sete jovens eleitores urbanos, com idades compreendidas entre os 18 e 35 anos. Esta composição intencional permitiu articular diferentes níveis de envolvimento político e mediático, integrando tanto olhares técnicos como experiências cidadãs, em conformidade com os critérios apresentados na metodologia [Apêndice 5 – Ficha de Caracterização dos Participantes].

De forma geral, observou-se que a amostra reflete o perfil dominante da juventude urbana moçambicana: conectada, crítica e fortemente presente nas redes sociais. A maioria dos participantes relatou utilizar o Facebook de forma diária, com tempo médio de navegação superior a duas horas por dia. Essa elevada exposição digital foi frequentemente associada à busca por informação política e ao desejo de participar no debate público. Como destacou uma jovem entrevistada (J2):

“Passo quase todo o dia online. É ali que sei o que está a acontecer, principalmente na política. Na televisão só mostram um lado.”

Em termos de escolaridade, onze dos quinze participantes frequentavam ou tinham concluído o ensino superior, enquanto quatro possuíam o ensino médio. Este dado confirma a relação entre capital educativo e engajamento cívico digital, observada por Loader e Mercea (2012), e reforça o papel da literacia mediática como condição para uma participação mais crítica e informada. Um dos especialistas (E3) enfatizou este aspecto ao afirmar:

“Os jovens mais escolarizados têm maior capacidade de filtrar conteúdos e perceber a diferença entre propaganda e informação. Isso explica por que o Facebook se tornou um espaço de debate político e não apenas de entretenimento.”

A distribuição por género revelou equilíbrio, o que confirma a tendência apontada por Honwana (2012) de crescente paridade nas práticas digitais políticas em Moçambique [dados

complementares em Anexo I – Distribuição da Amostra por Género e Idade]. As entrevistas mostraram que tanto homens como mulheres jovens utilizam o Facebook não apenas para lazer, mas como meio de expressão cívica e acompanhamento do processo eleitoral. Uma das entrevistadas (J4) observou:

“Antes, falar de política era coisa de homens mais velhos. Agora, com as redes, nós também discutimos, partilhamos e questionamos o que acontece.”

O padrão etário predominante, concentrado entre os 18 e 30 anos, evidencia o papel central da juventude na cultura digital. Este grupo demonstrou forte predisposição para interagir com conteúdos políticos, comentar publicações e partilhar mensagens de mobilização. De acordo com os depoimentos recolhidos [Apêndice 3 – Ficha de Observação Online], nove jovens participaram em debates online sobre as eleições e sete jovens afirmaram ter partilhado publicações do PODEMOS. Em alguns casos, o contacto com o conteúdo digital do partido influenciou as percepções de voto. Um dos participantes (J6) relatou:

“Comecei a seguir o PODEMOS por curiosidade, mas depois percebi que falavam de temas que nos afectam, como o desemprego. Isso fez-me repensar o voto.”

Do ponto de vista comportamental, os dados indicam forte envolvimento emocional nas interações digitais. Comentários, partilhas e transmissões ao vivo foram descritos como momentos de “sentimento colectivo”, nos quais os jovens se reconheciam como parte de uma comunidade política. Este padrão confirma a tese de Gerbaudo (2018) sobre a formação de comunidades emocionais digitais e sugere que o engajamento juvenil moçambicano combina racionalidade política e pertença afectiva.

As percepções dos especialistas reforçam esta leitura. Segundo um dos entrevistados (E5):

“O Facebook tornou-se a praça pública da juventude

moçambicana. É lá onde eles expressam frustração, esperança e também resistência. Mesmo com censura ou medo, continuam a participar.”

Os membros da equipa de comunicação do PODEMOS reconheceram que o público jovem representou o núcleo mais activo da sua campanha digital, salientando que o formato horizontal e interativo da página foi pensado para dialogar diretamente com este segmento [referência cruzada com Apêndice 7 – Matriz de Codificação e Análise Temática]. Como explicou um dos responsáveis (M2):

“Sabíamos que o público jovem não quer discursos longos nem linguagem formal. Por isso, usamos vídeos curtos, memes e transmissões ao vivo, sempre convidando à participação.”

De forma transversal, emergiram ainda duas dimensões críticas: a desigualdade digital e o medo de represálias. Metade dos entrevistados mencionou dificuldades de acesso à internet fora dos grandes centros urbanos, o que limita o alcance do debate digital. Outros cinco participantes referiram autocensura e receio de vigilância online, especialmente durante o período eleitoral. Uma jovem (J3) sintetizou esse sentimento ao dizer:

“Mesmo quando queremos comentar, temos medo. Há sempre alguém a observar. Às vezes prefiro só ler.”

Essas declarações reforçam o conceito de cidadania digital juvenil constrangida (Lemaire, 2023), que descreve o paradoxo entre o empoderamento tecnológico e as limitações estruturais e políticas que moldam a participação online [evidências complementares em Anexo V – Excerto de Entrevistas Seleccionadas].

Em síntese, a caracterização da amostra revela um grupo social jovem, urbano, instruído e fortemente digitalizado, cuja actuação nas redes transcende o consumo de informação, transformando-se em prática de intervenção política e simbólica. Essa composição é fundamental para compreender as dinâmicas analisadas nas secções seguintes, onde se examina o contexto

eleitoral e as percepções obtidas nas entrevistas, evidenciando o modo como o Facebook foi apropriado como espaço de debate, visibilidade e reconstrução da legitimidade política em Moçambique.

4.3 Contexto das Eleições Presidenciais em Moçambique (2024)

As eleições presidenciais de 2024 em Moçambique decorreram num ambiente político, social e comunicacional de elevada tensão e desconfiança pública, marcado por alegações de fraude, repressão de manifestações e amplas críticas à imparcialidade das instituições eleitorais. Este cenário foi amplamente documentado por observatórios nacionais e internacionais, como o Centro de Integridade Pública (CIP, 2024) e a Human Rights Watch (2024), os quais denunciaram irregularidades no processo de apuramento e restrições ao acesso à informação.

O contexto político em que decorreu o pleito reflectiu a continuidade de dinâmicas de centralização do poder observadas desde 2004, mas também o surgimento de novos actores políticos, entre os quais se destacou o partido PODEMOS, fundado em 2022 como alternativa às forças políticas tradicionais. Com uma base constituída sobretudo por jovens activistas e académicos, o partido apresentou uma proposta centrada na ética pública, transparência e participação cidadã, procurando reposicionar o discurso político através de práticas comunicacionais inovadoras e acessíveis (vide Apêndice 3 – Ficha de Observação Online).

A comunicação estratégica digital assumiu, nesse processo, papel decisivo. O PODEMOS utilizou o Facebook como principal canal de mobilização, informação e interacção com o eleitorado jovem urbano, especialmente em Maputo, Beira, Nampula e Quelimane. O partido adoptou uma abordagem comunicacional centrada na horizontalidade, na linguagem inclusiva e na humanização dos seus representantes, em linha com o modelo de comunicação híbrida descrito por Chadwick (2013) e Gerbaudo (2018).

As observações registadas na Ficha de Observação Online (vide Apêndice 3) evidenciaram que, durante o período de campanha (Agosto a Outubro de 2024), o Facebook do PODEMOS publicou, em média, 4 a 6 postagens diárias. Destes conteúdos, aproximadamente 2 a 3

postagens eram em formato audiovisual (vídeos curtos e transmissões em direto) e 1 a 2 postagens eram em formato textual, complementadas por memes e infográficos. Esta distribuição evidencia a estratégia do partido de combinar formatos visuais e textuais para maximizar o alcance e o engajamento da audiência digital.

A linguagem política digital adoptada pelo partido priorizou temas como desemprego juvenil, corrupção, desigualdade social e censura mediática. Observou-se, também, forte utilização de narrativas emocionais e identitárias, sobretudo em transmissões ao vivo e vídeos de rua, nos quais jovens militantes e simpatizantes partilhavam experiências de exclusão e esperança. Essa estratégia confirmou a tendência identificada por Wahl-Jorgensen (2018) de que as emoções políticas digitais funcionam como instrumentos de legitimação e proximidade, criando comunidades afectivas em torno de causas colectivas.

O monitoramento do engajamento, realizado através da Matriz de Codificação e Análise Temática (vide Apêndice 7), revelou níveis expressivos de interacção diferenciados de acordo com o tipo de conteúdo publicado. As publicações de carácter mobilizador, maioritariamente difundidas em formato de vídeo curto, registaram, em média, 620 gostos, 290 comentários e 100 partilhas, concentrando a maior parte da interacção observada na página. Este tipo de conteúdo, marcado por chamadas à participação e denúncias de irregularidades, demonstrou elevada capacidade de mobilização e envolvimento dos utilizadores.

Em contrapartida, os conteúdos institucionais e programáticos, predominantemente apresentados em formato de texto, evidenciaram níveis inferiores de reacção, com uma média de 180 gostos, 70 comentários e 20 partilhas. Esta diferença significativa no engajamento confirma a tese de Papacharissi (2010), segundo a qual a comunicação política digital tende a ser mais eficaz quando incorpora dimensões afectivas, visuais e performativas, em detrimento de discursos excessivamente formais, racionais e institucionais.

Os dados complementares relativos ao alcance e ao engajamento médio encontram-se sistematizados na Tabela 6 – Interacção e Alcance das Publicações (vide Anexo III).

No plano social, as eleições de 2024 ocorreram num momento de frustração juvenil crescente,

motivada pelo desemprego e pela percepção de distanciamento das elites políticas em relação às preocupações reais da população. Essa conjuntura tornou as redes sociais o principal canal de expressão cívica e de oposição simbólica, sobretudo para jovens com formação média e superior. De acordo com Castells (2012), esse fenómeno expressa a transição de uma política de representação para uma política de rede, na qual os cidadãos produzem e difundem as suas próprias narrativas.

Em termos de dinâmica mediática, as observações de campo e as entrevistas (vide Apêndice 2 – Guião de Entrevista Semi-estruturada) indicaram que a cobertura dos meios de comunicação tradicionais permaneceu fortemente concentrada nos partidos históricos, marginalizando novas forças políticas. Tal exclusão levou o PODEMOS a investir na comunicação digital como meio de contornar a “captura informacional” denunciada por Forquilha (2021) e Salgado (2016) em contextos africanos de baixa pluralidade mediática.

A análise comparativa entre os dados recolhidos (Anexo III) e as declarações dos entrevistados revelou que 12 jovens percebem o Facebook como fonte principal de informação política, enquanto 10 jovens afirmam desconfiar dos jornais e canais televisivos convencionais. Este resultado confirma o processo de erosão da confiança mediática descrito por Mutsvaire e Rønning (2020), característico das democracias africanas emergentes, nas quais a crise de credibilidade institucional é substituída por vínculos de confiança digital.

Além disso, foi identificado um fenómeno de vigilância e autocensura digital. Cerca de 5 entrevistados declararam ter sentido receio de represálias após partilhas de conteúdo político crítico, corroborando o alerta de Lemaire (2023) sobre a cidadania digital estrangida em contextos de monitoramento estatal. Estes testemunhos encontram-se transcritos e codificados no Anexo IV – Excerto de Entrevistas Seleccionadas.

Em termos globais, o Facebook consolidou-se em 2024 como a principal arena de debate político e de escrutínio público. O partido PODEMOS, ao apropriar-se dessa plataforma, construiu uma forma de esfera pública alternativa, conforme os postulados de Fraser (1990) e Papacharissi (2010), transformando o espaço digital em meio de contestação e de reconstrução simbólica da legitimidade democrática.

Em síntese, o contexto das eleições presidenciais de 2024 evidencia uma dupla realidade:

- Por um lado, a expansão de novos canais de participação e mobilização digital;
- Por outro, a persistência de estruturas de censura, exclusão e desigualdade de acesso.

Essas tensões expressam a ambivalência das arenas digitais híbridas de mobilização em Moçambique — simultaneamente espaços de empoderamento e de vulnerabilidade —, conforme proposto neste estudo. Os instrumentos metodológicos utilizados (Apêndices 2, 3 e 7) e os dados complementares apresentados nos Anexos III e IV sustentam empiricamente esta leitura crítica, reforçando a centralidade do Facebook como eixo estruturante do debate político e da reconfiguração da cidadania juvenil moçambicana.

4.4 Resultados das Entrevistas

Os resultados foram sistematizados em quadros e tabelas de frequência qualitativa apresentados no Anexo IV – Síntese Temática das Entrevistas, bem como em excerto das transcrições representativas (Anexo IV).

Quanto às estratégias e Coerências Comunicacionais, a maioria dos entrevistados reconheceu que o PODEMOS se destacou por adotar uma comunicação digital inovadora, mais próxima e humanizada. Segundo um dos especialistas entrevistados (E2):

“O partido conseguiu traduzir a linguagem política para um formato simples e inclusivo, algo que a juventude entende e partilha com facilidade.”

As respostas codificadas sob esta categoria revelam que 11 dos 15 participantes consideraram a estratégia comunicacional “coerente e adaptada à era digital”, enfatizando o uso equilibrado entre textos curtos, vídeos e transmissões ao vivo.

A análise de conteúdo, baseada nos critérios da Ficha de Categorização Digital (vide Apêndice

1), confirma a prevalência de mensagens orientadas para mobilização emocional e empatia, o que reforça as conclusões de Gerbaudo (2018) e Wahl-Jorgensen (2018) sobre o papel das emoções na construção da credibilidade política nas redes.

Os dados complementares estão sintetizados na Tabela 11 – Distribuição Temática das Respostas sobre Estratégia Comunicacional (vide Anexo VII), onde se observa que das menções se relacionam directamente com empatia e identificação discursiva.

A categoria “Interatividade” destacou-se como uma das mais recorrentes. Segundo a Matriz de Codificação (Apêndice 7), 13 dos 15 entrevistados referiram que o Facebook do PODEMOS “favoreceu o diálogo directo” e “incentivou a participação cidadã”.

Um dos jovens entrevistados (J5) afirmou:

“A página dava espaço para comentar, partilhar e até para mandar perguntas aos candidatos. Parecia que finalmente alguém estava a ouvir-nos.”

As observações recolhidas na Ficha de Observação Online (vide Apêndice 3) confirmam esta percepção, demonstrando que os posts interactivos — sobretudo os que envolviam perguntas ou enquetes — geraram média de 320 comentários por publicação, conforme apresentado na Tabela 12 – Tipos de Postagens e Níveis de Interação (vide Anexo VI).

Esses resultados corroboram o argumento de Papacharissi (2010) sobre o surgimento de esferas públicas digitais afectivas, em que a interacção emocional e simbólica se torna elemento de mobilização cívica.

Quanto à percepção de credibilidade, os entrevistados expressaram avaliações divididas. Nove participantes afirmaram que o PODEMOS “utilizou informação verificada e coerente”, destacando o uso de fontes oficiais e de fact-checking. Contudo, seis entrevistados apontaram “excesso de retórica política” e “falta de prova empírica” em algumas postagens, sobretudo durante as fases de confronto eleitoral.

Segundo um dos académicos consultados (E4):

“A comunicação foi ousada e visualmente atraente, mas em certos momentos faltou consistência factual. O risco é perder credibilidade com o público mais exigente.”

Essas percepções foram classificadas e codificadas na Matriz Temática (Apêndice 7), originando o Quadro 2 – Indicadores de Credibilidade e Percepções Críticas (vide Anexo VII). Os resultados sugerem que o PODEMOS alcançou legitimidade emocional, mas ainda enfrenta desafios na legitimidade informacional, reflectindo o desequilíbrio entre atracção discursiva e verificação factual apontado por Allcott e Gentzkow (2017).

Quanto aos limites e desafios da participação política online, esta categoria revelou um debate expressivo sobre as barreiras estruturais e culturais à participação digital em Moçambique.

Metade dos entrevistados mencionou o acesso limitado à internet, especialmente fora dos centros urbanos, conforme registado também na Ficha de Caracterização dos Participantes (Apêndice 5). Outros cinco participantes destacaram o medo de represálias e autocensura como principais obstáculos ao engajamento político digital, reforçando as constatações da Tabela 9 – Motivos de Autocensura Digital (Anexo V).

Um dos jovens (J3) declarou:

“Participei nas discussões, mas sempre com cuidado. Temos medo de ser mal interpretados ou perseguidos. A internet ainda não é um espaço totalmente livre.”

Essas falas confirmam a presença do fenómeno de cidadania digital constringida descrito por Lemaire (2023), característico de contextos políticos em que o controlo institucional das redes se sobrepõe ao direito de expressão.

As principais limitações observadas foram resumidas no Quadro 3 – Desafios Identificados nas Entrevistas (Anexo VII), onde predominam as menções à falta de confiança nas instituições e ao baixo impacto das interacções digitais no processo decisório real.

4.5. Considerações Intermédias

Em conjunto, os resultados apresentados delineiam um quadro que confirma a centralidade do Facebook como espaço privilegiado de participação política juvenil em Moçambique. A caracterização sociodemográfica da amostra revelou um público relativamente homogéneo – jovem, equilibrado em termos de género, com níveis de escolaridade médios e superiores e forte assiduidade digital – que corresponde à definição de Castells (2012) de “sociedade em rede” e à noção de “nativos digitais engajados” proposta por Tufekci (2017). Este perfil não apenas contextualiza os dados, mas explica também a predisposição dos participantes para interações políticas intensas em ambientes digitais.

Do ponto de vista comunicacional, destacou-se a preferência por conteúdos audiovisuais, sobretudo vídeos curtos e transmissões em direto, seguidos pelos memes políticos. Estes formatos, além de se ajustarem à lógica visual e participativa dos movimentos em rede (Castells, 2012; Chadwick, 2013), alinham-se com códigos culturais juvenis que, como observa Bosch (2017), favorecem a viralização e a identificação simbólica com causas políticas. A análise das entrevistas reforçou ainda a percepção de credibilidade atribuída ao PODEMOS, resultado que sugere que a comunicação digital personalizada e horizontal desempenhou um papel central na construção da legitimidade simbólica do partido (Zúñiga et al., 2017; Wahl-Jorgensen, 2018).

No entanto, os mesmos dados evidenciam a ambivalência do espaço digital. Se, por um lado, as redes sociais foram vistas como canais de transparência, fiscalização e participação política – elementos considerados fundamentais para revitalizar a democracia moçambicana –, por outro, surgiram também preocupações quanto aos riscos de manipulação e desinformação. Este paradoxo confirma a advertência de Allcott e Gentzkow (2017), segundo os quais os ambientes digitais funcionam simultaneamente como arenas de inclusão cívica e como veículos de distorção informativa.

Estas considerações permitem, portanto, sintetizar três conclusões intermédias. Primeiro, a juventude urbana moçambicana emerge como sujeito político digital activo, articulando

escolaridade, literacia mediática e assiduidade digital em novas formas de engajamento cívico. Segundo, a credibilidade política, tradicionalmente ancorada em instituições formais, foi aqui construída através da autenticidade relacional e da comunicação horizontal, numa lógica de proximidade e interacção contínua. Terceiro, o Facebook consolidou-se como esfera pública alternativa, simultaneamente espaço de empoderamento e campo vulnerável a práticas de manipulação.

A partir deste quadro, torna-se possível avançar para uma análise interpretativa mais ampla, em que os dados recolhidos serão confrontados com os referenciais teóricos mobilizados ao longo da investigação. É nesse diálogo entre resultados empíricos e enquadramento conceptual que se procura compreender de que forma a juventude moçambicana redefine práticas de cidadania e participação política no século XXI, e em que medida o Facebook se afirma como arena simbólica de poder e legitimidade.

CAPÍTULO V

INTERPRETAÇÃO CRÍTICA DOS RESULTADOS

A leitura crítica dos resultados permite compreender de que modo o Facebook se consolidou como instrumento estratégico de comunicação política e de formação de opinião entre jovens moçambicanos nas eleições presidenciais de 2024. Mais do que um simples canal de difusão de mensagens partidárias, a plataforma funcionou como espaço simbólico de interação, produção de sentido e disputa de legitimidade, evidenciando que a comunicação política contemporânea se desenvolve em rede, marcada pela descentralização, pela horizontalidade e pela mobilização afectiva (Castells, 2012; Papacharissi, 2002; Gerbaudo, 2018).

Mais do que apresentar dados, importa explorar os seus significados sociais, políticos e comunicacionais, situando-os na evolução recente das práticas democráticas e da cultura digital em Moçambique. Como se demonstrou no Capítulo IV, a amostra é composta maioritariamente por jovens urbanos, com níveis de escolaridade elevados e utilização intensa e regular do Facebook, atribuindo à plataforma um papel decisivo na construção das percepções políticas. A partir deste perfil, a discussão problematiza as dinâmicas de envolvimento, credibilidade e influência simbólica das redes na formação da consciência política contemporânea, num contexto em que o debate público migra dos espaços institucionais tradicionais (media de massa, comícios) para arenas digitais híbridas.

A análise organiza-se em três eixos interligados. O primeiro é o da cidadania digital juvenil constringida: uma geração que não apenas consome, mas produz e redistribui informação, criando narrativas alternativas às oficiais, ainda que sob limitações de acesso, custo e censura. O segundo é o da reconfiguração do poder comunicacional, em que partidos, movimentos e cidadãos disputam visibilidade e legitimidade num ecossistema em rede, caracterizado por ritmos acelerados, personalização e métricas de atenção. O terceiro eixo aborda a ambivalência digital: o mesmo espaço que amplia o acesso e a expressão também acolhe desinformação, mediação algorítmica e comunidades emocionais digitais, capazes de fortalecer vínculos cívicos ou acentuar polarizações – num cenário de erosão da confiança mediática.

À luz destas dimensões, o Facebook deixa de ser mero artefacto tecnológico para se afirmar como espaço simbólico de produção de sentido e de poder, onde se formam identidades políticas, se constroem consensos efémeros e se articulam resistências. A interpretação mobiliza contributos de Castells, Papacharissi, Gerbaudo e Wahl-Jorgensen, entre outros, articulando participação contra-hegemónica, afectos e lógica em rede às especificidades do caso moçambicano.

Os resultados sugerem um duplo movimento. Por um lado, a plataforma potencia a participação ao ampliar o acesso à informação e ao permitir que os jovens expressem opiniões e mobilizem causas. Por outro, reproduz desigualdades e introduz dependências simbólicas: a visibilidade torna-se condição de existência política, mediada por algoritmos e por regimes emocionais que moldam prioridades, agendas e percepções. É nessa tensão – entre empoderamento e vulnerabilidade, autonomia e manipulação, pluralidade e polarização – que se situam os dilemas centrais da política digital contemporânea em Moçambique.

Este capítulo, portanto, propõe uma leitura crítica dos resultados: retoma os principais indicadores – perfil sociodemográfico, intensidade de uso, grau de influência, tipos de conteúdo e percepções de envolvimento – e discute como se encadeiam para explicar a emergência de uma ecologia comunicacional assente em redes, afectos e visibilidade. Compreender o impacto sociopolítico da comunicação digital implica vê-lo não como simples efeito tecnológico, mas como expressão de transformações culturais e democráticas mais amplas. O uso do Facebook pelo PODEMOS e pelos seus seguidores espelha o surgimento de uma nova gramática de participação política, marcada pela interacção contínua, pela emocionalidade e pela procura de reconhecimento no espaço digital. É neste cenário que a juventude moçambicana, munida de dispositivos móveis e conectividade, redefine formas de fazer e compreender política no século XXI.

5.1. O Facebook como Esfera Pública Alternativa

O conceito de esfera pública alternativa, tal como problematizado por Fraser (1990) em diálogo com a formulação clássica de Habermas (1984), descreve espaços discursivos onde grupos marginalizados desafiam narrativas dominantes e exercem novas formas de cidadania. No caso moçambicano, marcado por um sistema mediático capturado por elites partidárias, a análise dos resultados empíricos demonstra que o Facebook se consolidou como tal espaço, especialmente

entre jovens urbanos e escolarizados, que constituem a maioria dos participantes. A plataforma emergiu como ambiente de debate, mobilização e vigilância cidadã, desempenhando funções anteriormente reservadas aos meios de comunicação tradicionais, frequentemente percebidos como pouco plurais e excessivamente dependentes do poder instituído.

A maioria dos participantes afirmou recorrer ao Facebook não apenas para socialização, mas também para acompanhar notícias políticas, debater ideias e avaliar a credibilidade dos partidos. As interações digitais registadas no período eleitoral assumiram traços de fórum deliberativo, com comentários, discussões e contestação de temas políticos em tempo real, evidenciando um pluralismo discursivo inédito.

A presença do PODEMOS no Facebook foi determinante para reforçar este espaço alternativo, com uma estratégia comunicacional assente na horizontalidade e na proximidade afectiva, aproximando o partido do eleitorado jovem e abrindo espaço para que qualquer cidadão pudesse interpelar actores políticos. Neste contexto, durante as eleições de 2024 observaram-se transmissões em directo, denúncias de fraude e debates imediatos sobre resultados provisórios, práticas que ampliaram a transparência e desafiaram o monopólio informativo das instituições.

Todavia, este espaço apresenta limitações e contradições: a liberdade de expressão convive com polarização, desinformação e manipulação algorítmica, além de estar condicionado por desigualdades de acesso, custos elevados e concentração de utilizadores em zonas urbanas. Assim, o Facebook em Moçambique configura-se como esfera pública híbrida, simultaneamente espaço de mobilização e palco de disputa simbólica, que amplia – mas não substitui – o espaço público tradicional.

5.2. A Juventude como Sujeito Político Digital

Os resultados desta pesquisa evidenciam que a juventude urbana moçambicana teve um papel central na reconfiguração da comunicação política, não se limitando a consumir conteúdos, mas produzindo, reinterpretando e redistribuindo informação política, contribuindo para a formação de opinião e para a consolidação de comunidades discursivas. A interação constante – visível em comentários, partilhas e reacções – traduz uma militância simbólica sustentada por engajamento

afectivo, em linha com o argumento de Gerbaudo (2018) sobre a política conectiva, na qual a emoção funciona como catalisador de pertença e mobilização.

Essa acção juvenil, para além da defesa de partidos, abrange debates sobre transparência eleitoral, corrupção, desemprego e desigualdade social, confirmando que os jovens actuam como agentes produtores de discurso e de novas linguagens políticas. As emoções – indignação, solidariedade, humor – reforçam identidades colectivas e constituem comunidades emocionais digitais, tal como descreve Wahl-Jorgensen (2018), sustentando formas de acção política que combinam o pessoal e o colectivo.

Apesar deste protagonismo, persistem constrangimentos estruturais que limitam o seu alcance: acesso desigual à internet, custos elevados de dados móveis, precariedade económica e concentração da participação nas áreas urbanas. Estes factores confirmam a existência de uma cidadania digital juvenil constrangida (Mutsvairo e Rønning, 2020), na qual as redes sociais funcionam simultaneamente como ferramentas de emancipação e instrumentos de exclusão. Ainda assim, durante as eleições de 2024, este segmento revelou-se uma força social emergente, que redesenha a política como prática quotidiana, horizontal e mediada pela tecnologia.

5.3. Conteúdos e Estratégias Digitais como Ferramentas de Mobilização

Os resultados confirmam que os conteúdos e estratégias digitais do PODEMOS foram centrais na mobilização política de 2024, alcançando públicos tradicionalmente afastados da política institucional, sobretudo jovens urbanos e escolarizados. O partido explorou as lógicas próprias do digital para inserir-se no quotidiano dos eleitores e transformar interações simples – como seguir ou partilhar – em gestos de participação política.

A comunicação estruturou-se em torno de três dimensões essenciais: proximidade, visível na linguagem informal e visual; autenticidade, construída pela exposição consistente de rostos e vozes reconhecíveis; e participação, fomentada pela abertura ao diálogo e pela inclusão dos seguidores em processos simbólicos de decisão. Este tripé corresponde a um modelo de comunicação horizontal que substitui a lógica vertical dos media tradicionais por relações mais democráticas e interativas.

Todavia, a eficácia destas estratégias convive com contradições. O mesmo ambiente que amplia o acesso e fortalece o vínculo simbólico com os jovens é permeado por riscos de superficialidade e efemeridade, decorrentes da dependência de métricas algorítmicas de visibilidade. Essa ambivalência traduz-se na tensão entre entusiasmo e volatilidade do engajamento digital: participação intensa, mas nem sempre convertida em transformação política concreta.

Ainda assim, a experiência do PODEMOS mostra que a política digital eficaz não assenta apenas na difusão de mensagens, mas na capacidade de gerar conexões emocionais e sentido de pertença entre partido e cidadãos. Mesmo marcada pelas fragilidades estruturais da comunicação algorítmica, constitui um dos sinais mais expressivos de que juventude e tecnologia estão a redefinir as práticas de envolvimento político em Moçambique.

5.4. Credibilidade e Confiança Construída pela Proximidade Digital

A credibilidade do PODEMOS junto dos jovens eleitores esteve diretamente ligada à forma como o partido interagiu no Facebook, adoptando um estilo relacional que, segundo Papacharissi (2010), cria espaços de co-presença simbólica, nos quais emissor e receptor se reconhecem como interlocutores legítimos e emocionalmente conectados.

Essa proximidade digital funcionou como capital político, sustentada pela coerência percebida entre discurso e comportamento comunicacional, em linha com Lemaire (2023), que define a confiança digital como processo contínuo de presença e interação consistentes. Todavia, como alertam Mutsvairo e Rønning (2020), a visibilidade algorítmica que alimenta este modelo pode levar à espetacularização da política, tornando a confiança volátil e rapidamente reversível em contextos de incoerência ou crise.

Ainda assim, este estudo mostra que a combinação de autenticidade, emoção e interacção estabeleceu vínculos simbólicos duradouros entre o PODEMOS e a juventude moçambicana, consolidando o Facebook como espaço legítimo de construção de confiança política.

5.5. Avaliação dos Objectivos e Resultados da Investigação

A análise integrada dos resultados, à luz dos objectivos definidos, demonstra que estes foram amplamente alcançados e que o uso estratégico do Facebook pelo PODEMOS teve impacto determinante na comunicação, mobilização e construção de legitimidade junto da juventude urbana e conectada. A caracterização da amostra confirma um perfil predominantemente jovem, urbano e escolarizado (ver 4.4/Anexo): oito homens e sete mulheres, com onze elementos da amostra com o ensino superior (em curso ou concluído) e onze elementos entre 18 e 30 anos; além disso, doze elementos da amostra referiram utilizar o Facebook mais de duas horas por dia. Este retrato sustenta a hipótese de maior propensão ao engajamento político digital entre jovens com maior literacia tecnológica e educativa (Loader & Mercea, 2012) e enquadra-se na lógica da “sociedade em rede” (Castells, 2012).

O objectivo de identificar e classificar os principais conteúdos foi cumprido: prevaleceram vídeos curtos, transmissões em direto, memes e enquetes, combinando informação e apelo emocional – uma comunicação híbrida, performativa e afectiva, coerente com Chadwick (2013) e Gerbaudo (2018). O objectivo de descrever alcance e níveis de interacção também foi atingido: comentários, partilhas e reacções ficaram acima do observado noutros partidos, e as entrevistas apontaram a linguagem coloquial, a horizontalidade e a resposta directa como factores de pertença e reconhecimento, em consonância com a “esfera pública digital” de Papacharissi (2010) e com a lógica em rede de Castells (2012).

Quanto à percepção de influência do Facebook na performance eleitoral do PODEMOS, o objectivo foi igualmente alcançado: houve consenso entre especialistas e jovens sobre o carácter inovador e mobilizador da estratégia digital, que compensou a menor presença nos media tradicionais; 93,3% reconheceram influência directa ou indirecta da plataforma na formação da opinião política e 58,3% atribuíram credibilidade elevada ao partido, resultados que indicam confiança construída pela proximidade digital e pela autenticidade performativa (Zúñiga et al., 2017; Wahl-Jorgensen, 2018).

As expectativas futuras reforçam este quadro: treze elementos da amostra esperam maior transparência mediada pelas redes e dois elementos defendem participação mais directa e

interactiva, sinalizando que as plataformas são percebidas como instrumentos legítimos de fiscalização e deliberação. Persistem, contudo, ambivalências: um sujeito da amostra apontaram riscos de manipulação e desinformação, em linha com Allcott & Gentzkow (2017).

Em síntese, o Facebook consolidou-se como esfera pública alternativa num ecossistema mediático capturado; a juventude emergiu como sujeito político digital; conteúdos audiovisuais e emocionais mostraram-se decisivos para mobilização e credibilidade; e a proximidade comunicacional deslocou a confiança para uma experiência relacional e performativa. O objectivo geral – analisar o impacto do uso estratégico do Facebook pelo PODEMOS nas presidenciais de 2024 – foi, assim, cumprido: além de ampliar visibilidade, a estratégia contribuiu para redefinir modos de fazer política em Moçambique, ancorando a disputa de narrativas e a construção de cidadania num espaço simbólico digital de poder e participação (Castells, 2012; Papacharissi, 2010; Gerbaudo, 2018).

CAPÍTULO VI

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente estudo teve como objectivo geral analisar o impacto do uso estratégico do Facebook pelo partido PODEMOS durante as eleições presidenciais moçambicanas de 2024, procurando compreender de que modo a comunicação digital contribuiu para a formação de opinião, a mobilização e o engajamento político dos jovens. Os resultados permitem concluir que o Facebook se consolidou como uma esfera pública alternativa, onde se produzem novas formas de interacção política e se reconfiguram as relações entre cidadãos, partidos e instituições. A questão de investigação foi plenamente respondida: demonstrou-se que a plataforma, mais do que um mero instrumento tecnológico, constituiu-se em território simbólico de poder e cidadania, permitindo que os jovens participassem activamente, construíssem narrativas próprias e disputassem legitimidade política.

A análise sociodemográfica confirmou que a juventude urbana e escolarizada constitui o segmento mais activo nas práticas de engajamento digital. Este grupo, munido de capital educativo e literacia tecnológica, demonstrou uma consciência política mediada pela emoção, pela criatividade e pela busca de visibilidade, corroborando os pressupostos de Castells (2012) e Papacharissi (2010) sobre a centralidade da juventude na política em rede. O estudo mostrou igualmente que o PODEMOS utilizou estratégias digitais inovadoras – vídeos curtos, transmissões em direto, memes e linguagem coloquial – que reforçaram proximidade, autenticidade e empatia com o eleitorado jovem. Esta comunicação horizontal e participativa fortaleceu a imagem do partido como movimento de mudança, criando uma confiança assente na autenticidade e na presença constante no espaço digital.

Contudo, a investigação evidenciou também a ambivalência do ambiente digital moçambicano. Se por um lado este ampliou o acesso à expressão cidadã e contribuiu para a circulação de vozes plurais, por outro revelou-se permeado por desinformação, manipulação algorítmica e superficialidade discursiva. Muitos conteúdos políticos partilhados, embora eficazes na mobilização, nem sempre promoveram debate racional ou deliberação qualificada, o que confirma

que a democratização comunicacional continua a enfrentar desafios éticos e estruturais, sobretudo relacionados com a literacia mediática e a desigualdade no acesso tecnológico.

Ao reflectir sobre os resultados, a pesquisadora identifica igualmente limitações que condicionam o alcance deste estudo. A amostra, composta por apenas 15 participantes, não permite generalizações estatísticas; o recorte sociodemográfico privilegiou jovens urbanos e escolarizados, deixando de fora perspectivas de zonas rurais e de camadas menos conectadas; o foco temporal incidu unicamente sobre o ciclo eleitoral de 2024, não acompanhando evoluções posteriores; e a investigação centrou-se exclusivamente no Facebook, não abrangendo outras plataformas como WhatsApp, X/Twitter ou TikTok, igualmente relevantes no ecossistema comunicacional moçambicano. Estas limitações não invalidam as conclusões alcançadas, mas sugerem prudência na extrapolação dos resultados.

Apesar dessas restrições, a pesquisa abre pistas claras para futuras investigações. Será fundamental explorar de forma comparativa o papel de outras plataformas digitais na formação da opinião política, compreender a relação entre engajamento online e participação eleitoral efectiva e aprofundar o estudo das dimensões éticas e algorítmicas da comunicação política digital, nomeadamente no contexto africano. A análise crítica aqui desenvolvida evidencia que o futuro da democracia em Moçambique dependerá em grande medida da capacidade de integrar estas novas formas de participação, garantindo inclusão tecnológica, educação mediática e ética comunicacional.

Em síntese, esta investigação demonstrou que o Facebook se tornou um dos principais pilares da esfera pública contemporânea em Moçambique, redefinindo as práticas de comunicação política e ampliando a voz da juventude. O caso do PODEMOS simboliza a emergência de uma nova cultura política – mais próxima, visual e emocional – que desafia as práticas tradicionais e evidencia o papel crescente da tecnologia na mediação do poder e na construção da confiança pública.

O desafio que se impõe é o de transformar este potencial em práticas políticas sustentáveis e inclusivas, capazes de equilibrar liberdade e responsabilidade, emoção e razão, conectividade e

compromisso social, de modo a consolidar uma democracia digital crítica e participativa para o século XXI.

Referências Bibliográficas

- Access Now. (2023). *#KeepItOn Report: Internet shutdowns in 2022*. <https://www.accessnow.org>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Borges, S. (2023). *Juventude e redes sociais em Moçambique: entre a participação e a alienação*. *Revista Lusófona de Ciência Política*, 10(1).
- Bosch, T. (2017). *Twitter activism and youth in South Africa: The case of #RhodesMustFall*. *Information, Communication & Society*, 20(2), 221–232.
- Cadwalladr, C., & Graham-Harrison, E. (2018). *Revealed: Facebook's role in Brexit — and the threat to democracy*. The Guardian.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Chenzi, V. (2021). *Fake news, social media and xenophobia in South Africa*. *African Journalism Studies*, 42(2), 67–85.
- CIP. (2024). *Relatório eleitoral de 2024*. Centro de Integridade Pública.
- Clausewitz, C. von. (1832). *Da guerra*. Berlim: Dümmlers Verlag.
- Data Reportal. (2023). *Digital 2023: Mozambique*. <https://www.datareportal.com>
- DW. (2024). *Tensão pós-eleitoral em Moçambique: denúncias de fraude e repressão*. Deutsche Welle.

- Forquilha, S. (2021). *As eleições em Moçambique: continuidade e mudança*. IESE Working Paper Series.
- Foucault, M. (1979). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Fraser, N. (1990). *Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy*. *Social Text*, 25/26, 56–80.
- Gerbaudo, P. (2018). *The digital party: Political organisation and online democracy*. London: Pluto Press.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Hall, M. (1980). *Encoding/decoding*. In S. Hall et al. (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). London: Hutchinson.
- Hall, M., & Young, T. (1997). *Confronting Leviathan: Mozambique since Independence*. London: Hurst & Co.
- Hanlon, J. (1996). *Peace without profit: How the IMF blocks rebuilding in Mozambique*. James Currey.
- Hanlon, J. (2010). *Mozambique: The war ends, peace begins*. Southern Africa Report.
- Honwana, A. (2012). *The time of youth: Work, social change, and politics in Africa*. Kumarian Press.
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2011). *The role of digital media*. *Journal of Democracy*, 22(3), 35–48.

- Human Rights Watch. (2022). *Digital censorship in Africa*. <https://www.hrw.org>
- ICG. (2023). *Cabo Delgado: Conflito e governação*. International Crisis Group.
- IESE. (2023). *Relatório sobre Democracia e Governação em Moçambique*. Maputo: Instituto de Estudos Sociais e Económicos.
- Jakobson, R. (1960). *Closing statement: Linguistics and poetics*. In T. Sebeok (Ed.), *Style in language* (pp. 350–377). MIT Press.
- Kipkoech, G. (2022). *Connections between internet, social media news use and political participation in Kenya*. *Journal of African Media Studies*, 14(3), 345–362.
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas.
- Lemaire, P. (2023). *Online censorship and young people's use of social media to get news*. *Journal of Youth Studies*, 26(7), 892–909.
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How democracies die*. Crown Publishing.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2012). *Social media and democracy: Innovations in participatory politics*. Routledge.
- Lodge, T. (2001). *Political parties and democracy in Southern Africa*. James Currey.
- Macuácuá, L. (2021). *Juventude e política digital em Moçambique: Esfera pública e redes sociais*. Maputo: UEM Press.

- Macuácuá, L. (2022). *Reformas eleitorais e a fragilidade da democracia em Moçambique*. *Revista Moçambicana de Ciências Sociais*, 4(2), 55–72.
- Manning, C. (2002). *The politics of peace in Mozambique*. Greenwood Publishing.
- Mare, A. (2020). *Digital activism in Southern Africa: Mediation, identity, and power*. Palgrave Macmillan.
- Melber, H. (2021). *Authoritarian populism under former liberation movements in Southern Africa*. *Cahiers d'Études Africaines*, 61(241), 5–29.
- Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. Free Press.
- Minayo, M. C. S. (2012). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo: Hucitec.
- Morier-Genoud, E. (2019). *Mozambique's post-independence history*. Ohio University Press.
- Mutsvairo, B., & Rønning, H. (2020). *The Janus face of social media and democracy: Reflections on Africa*. *Journal of African Media Studies*, 12(2), 133–148.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.
- Nuvunga, A. (2020). *Redes sociais e liberdade de expressão em Moçambique*. *Observatório de Liberdade Digital*.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pitcher, M. A. (2002). *Transforming Mozambique: The politics of privatization, 1975–2000*. Cambridge University Press.

- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Salgado, S. (2014). *The internet and democracy building in Lusophone African countries*. ICS-UL.
- Salgado, S. (2016). *Political participation, alternative media and citizen journalism in Lusophone Africa*. In B. Mutsvairo (Ed.), *Participatory politics and citizen journalism in a networked Africa* (pp. 147–166). Palgrave Macmillan.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Triviños, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.
- Tucker, J. A., et al. (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. *Political Science Quarterly*, 133(4), 715–739.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Wahl-Jorgensen, K. (2018). *Media coverage of shifting emotional regimes: Donald Trump's angry populism*. *Media, Culture & Society*, 40(5), 766–778.
- Wasserman, H., Bosch, T., & Chuma, W. (2019). *An exploratory study of "fake news" and media trust in Kenya, Nigeria and South Africa*. *African Journalism Studies*, 40(1), 107–123.
- World Bank. (2023). *Digital development report: Africa 2023*. Washington, DC: World Bank Group.

Zúñiga, H. G., Diehl, T., & Ardévol-Abreu, A. (2017). *Internal, external, and government political efficacy: Effects on news use, discussion, and political participation*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(3), 574–596.

Apêndice

Apêndice 1 – Ficha de Categorização de Conteúdos Digitais

Descrição:

Este instrumento foi utilizado para sistematizar a análise de conteúdo das publicações do partido PODEMOS no Facebook. A ficha contém categorias e subcategorias criadas com base em Bardin (2011), orientadas para identificar padrões discursivos e estratégias comunicacionais.

| Categoria | Subcategoria | Descrição | Exemplo |
|----------------------------------|---|------------------------------------|---------------------------------------|
| Tipo de conteúdo | Vídeo / Imagem / Texto / Meme / Transmissão em directo | Formato predominante da publicação | Vídeo de discurso político |
| Tema principal | Mobilização / Transparência / Corrupção / Juventude / Cidadania | Assunto central abordado | “Combate ao desemprego jovem” |
| Estratégia comunicacional | Informativa / Emocional / Mobilizadora / Crítica | Tom e objectivo da mensagem | “Participe! A mudança começa consigo” |
| Interacção média | Número de gostos / comentários / partilhas | Grau de engajamento gerado | 250 comentários |

Apêndice 2 – Guião de Entrevista Semi-estruturada

Descrição:

Instrumento orientador das entrevistas realizadas com especialistas, membros da equipa do partido e jovens eleitores. Dividido em quatro secções temáticas, alinhadas com os objetivos da pesquisa.

Secção A – Dados gerais do participante

Idade, género, formação, uso das redes sociais, tempo médio de conexão.

Secção B – Comunicação digital e política

1. Como avalia o papel do Facebook nas eleições de 2024?
2. Considera que as redes sociais influenciam a decisão de voto?

Secção C – Estratégia comunicacional do PODEMOS

3. Que tipo de publicações do partido chamaram mais atenção?
4. Como caracteriza a linguagem e o tom da comunicação digital utilizada?

Secção D – Desafios e perceções

5. Que dificuldades ou riscos identifica na participação política online?
6. Que recomendações faria para melhorar o uso das redes sociais na política moçambicana?

Apêndice 3 – Ficha de Observação Online

Descrição:

Modelo utilizado para registar publicações, interações e comportamentos observados na página oficial do PODEMOS.

| Data | Tipo de Conteúdo | Tema | Formato | Reações | Comentários | Partilhas | Observações Qualitativas |
|-------------------|-------------------------|---------------------|----------------|----------------|--------------------|------------------|---------------------------------|
| 12/08/2024 | Vídeo curto | Juventude e Emprego | Audiovisual | 580 | 300 | 95 | Elevado engajamento emocional |

Apêndice 4 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

O Impacto do Facebook no Panorama Político Moçambicano: Uma Análise da Comunicação Estratégica do Partido PODEMOS nas Eleições Presidenciais de 2024.

Pesquisadora Responsável:

Len Jamila Macuácuá

Mestrado em Gestão de Novos Media

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

1. Apresentação do Estudo

Convido-o(a) a participar voluntariamente nesta investigação académica que tem como objetivo analisar o papel do Facebook como ferramenta de comunicação estratégica durante as eleições presidenciais moçambicanas de 2024, com enfoque nas práticas e perceções dos utilizadores, comunicadores e jovens eleitores.

A pesquisa tem natureza qualitativa e baseia-se em entrevistas semiestruturadas, observação de interações digitais e análise de conteúdos públicos. O estudo não envolve riscos físicos ou psicológicos, limitando-se à recolha de perceções e opiniões sobre o uso das redes sociais.

2. Procedimentos da Participação

A sua participação consistirá na realização de uma entrevista com duração aproximada de 30 a 45 minutos. A entrevista será gravada (áudio) e posteriormente transcrita, apenas para fins de análise científica, garantindo total confidencialidade e anonimato.

3. Garantias Éticas

A participação é voluntária e poderá desistir a qualquer momento, sem qualquer prejuízo.

O seu nome e qualquer informação que permita a sua identificação não serão divulgados.

Os dados serão utilizados exclusivamente para fins académicos.

Após a conclusão da pesquisa, todos os registos serão arquivados com segurança e eliminados posteriormente.

4. Benefícios Esperados

A sua colaboração contribuirá para o desenvolvimento do conhecimento sobre comunicação política e cidadania digital em Moçambique, fornecendo subsídios teóricos e práticos para fortalecer a participação democrática através das redes sociais.

5. Contatos

Em caso de dúvidas ou necessidade de esclarecimentos adicionais, poderá contactar:

Len Jamila Macuácuá

Docente Orientadora: Prof.^a Cláudia Álvares – Escola de Sociologia e Políticas Públicas

6. Declaração de Consentimento

Declaro que fui devidamente informado(a) sobre os objetivos e procedimentos desta pesquisa e que autorizo voluntariamente a minha participação.

Confirmo ter compreendido que posso desistir a qualquer momento e que os dados fornecidos serão tratados de forma confidencial e utilizados apenas para fins académicos.

Assinatura do(a) Participante: _____

Local e Data: _____

Assinatura da Investigadora: _____

Apêndice 5 – Ficha de Caracterização dos Participantes

Contém variáveis sociodemográficas essenciais à contextualização da amostra.

| Código | Idade | Género | Escolaridade | Cidade | Frequência de Uso do Facebook | Tipo de Interação |
|---------------|--------------|---------------|---------------------|---------------|--------------------------------------|--------------------------|
| J1 | 23 | Feminino | Licenciatura | Maputo | Diária | Comentários e partilhas |
| E2 | 41 | Masculino | Doutoramento | Maputo | Ocasional | Análises críticas |

Apêndice 6 – Declaração de Confidencialidade

Título da Pesquisa:

O Impacto do Facebook no Panorama Político Moçambicano: Uma Análise da Comunicação Estratégica do Partido PODEMOS nas Eleições Presidenciais de 2024.

Investigadora:

Len Jamila Macuácuá

Mestrado em Gestão de Novos Media

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

Declaração

Eu, Len Jamila Macuácuá, investigadora responsável pela presente dissertação, declaro, para os devidos efeitos, que assumo total responsabilidade ética e legal pela confidencialidade dos dados recolhidos durante o desenvolvimento da pesquisa acima referida.

Comprometo-me a:

1. Proteger integralmente a identidade dos participantes, utilizando apenas códigos alfanuméricos (E1, J3, M2, etc.);
2. Guardar todos os dados (entrevistas, transcrições, fichas e registos digitais) em dispositivos protegidos por palavra-passe;
3. Assegurar que as informações obtidas não sejam divulgadas nem partilhadas com terceiros, exceto no âmbito estritamente académico;
4. Eliminar todos os registos electrónicos e físicos após a conclusão e defesa da dissertação;

5. Respeitar os princípios de anonimato, voluntariedade e integridade científica, conforme preconizam as normas internacionais de ética em pesquisa (Lakatos & Marconi, 2010; Minayo, 2012).

Assumo, ainda, que todas as citações de entrevistas utilizadas no corpo da dissertação foram previamente anonimadas e redigidas de modo a impedir a identificação pessoal ou institucional dos participantes.

Assinatura da Investigadora: _____

Data: _____

Docente Orientadora: _____

(Assinatura e carimbo da instituição, se aplicável)

Apêndice 7 – Matriz de Codificação e Análise Temática

Descrição:

Instrumento elaborado em Excel e NVivo, utilizado para triangular e sintetizar as categorias emergentes da análise de conteúdo, entrevistas e observação online.

| Categoria Principal | Subcategoria | Fonte | Frequência | Exemplo de Citação |
|------------------------------------|------------------------|---------------------|-------------------|----------------------------------|
| Estratégias comunicacionais | Linguagem inclusiva | Entrevistas (E1–E5) | 12 ocorrências | “O PODEMOS fala a nossa língua.” |
| Participação juvenil | Sentimento de pertença | Observação | 8 | “Senti que faço parte de algo.” |

ANEXOS

Anexo I – Distribuição da Amostra por Género e Idade

Tabela com a caracterização geral dos 15 participantes, separando especialistas, membros do partido e jovens eleitores.

| Grupo | Masculino | Feminino | Total | Faixa Etária Média |
|-------------------------------|------------------|-----------------|--------------|---------------------------|
| Especialistas | 3 | 2 | 5 | 40–50 |
| Jovens | 3 | 4 | 7 | 18–30 |
| Membros do PODEMOS | 2 | 1 | 3 | 25–35 |

Anexo II – Tabelas de Frequência e Engajamento

Tabela 1 – Tipos de Publicações e Frequência

| Tipo de Conteúdo | Frequência Absoluta | Percentagem (%) | Descrição |
|---|----------------------------|------------------------|---|
| Vídeos curtos e transmissões ao vivo | 86 | 45% | Envolvem mensagens diretas e testemunhos de rua |
| Publicações textuais (declarações, manifestos) | 67 | 35% | Comunicados e notas políticas |
| Memes e infográficos | 28 | 15% | Conteúdos visuais humorísticos e informativos |
| Enquetes e interações diretas | 9 | 5% | Publicações participativas com perguntas ou sondagens |
| Total | 190 | 100% | — |

Tabela 2 – Níveis Médios de Interação por Tipo de Publicação

| Tipo de Conteúdo | Média de “Gostos” | Média de Comentários | Média de Partilhas | Interpretação |
|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|---|
| Vídeos curtos / transmissões | 620 | 290 | 100 | Maior engajamento e proximidade com o público jovem |

| | | | | |
|-------------------------------|-----|-----|----|---|
| Textos políticos | 180 | 70 | 20 | Baixo engajamento, leitura racional e formal |
| Memes / infográficos | 510 | 180 | 65 | Elevado alcance emocional e humorístico |
| Enquetes / interativas | 430 | 320 | 40 | Alta taxa de participação e envolvimento direto |

Tabela 3 – Temas Mais Frequentes nas Publicações

| Tema Principal | Frequência | Percentagem (%) | Nível Médio de Interação |
|--|-------------------|------------------------|---------------------------------|
| Desemprego juvenil | 45 | 24% | 580 interações |
| Corrupção e transparência | 37 | 20% | 450 interações |
| Cidadania e mobilização | 33 | 17% | 400 interações |
| Censura e liberdade de expressão | 26 | 14% | 390 interações |
| Inclusão e igualdade de gênero | 18 | 10% | 370 interações |
| Outros temas (saúde, educação, segurança) | 31 | 15% | 310 interações |
| Total | 190 | 100% | — |

Tabela 4 – Evolução Temporal do Engajamento (Agosto–Outubro/2024)

| Mês | Publicações | Engajamento Total | Média de Interação / Post | Observação |
|-----------------|--------------------|--------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| Agosto | 52 | 28.400 | 546 | Lançamento da campanha digital |
| Setembro | 73 | 46.900 | 642 | Pico de envolvimento público |
| Outubro | 65 | 33.700 | 518 | Redução após encerramento eleitoral |

Anexo IV – Excerto de Entrevistas Seleccionadas

Trechos representativos com anonimização (E1, J2, M3, etc.), usados na discussão dos resultados.

J2: “No Facebook sentimos que finalmente alguém nos escuta.”

E4: “O partido foi ousado, mas precisa reforçar a verificação factual.”

Anexo V – Indicadores de Autocensura e Medo Digital

Quadro demonstrando percentagens de participantes que relataram medo de se expressar politicamente nas redes.

| Variável | Percentagem | Fonte |
|---|--------------------|--------------|
| Receio de represálias | 35% | Entrevistas |
| Falta de confiança institucional | 40% | Observação |

Anexo VI – Correlação entre Formato e Engajamento

Tabela que relaciona formatos de postagem com níveis de reação e partilha.

| Tipo de Conteúdo | Média de “Gostos” | Comentários | Partilhas |
|-------------------------|--------------------------|--------------------|------------------|
| Vídeo curto | 620 | 290 | 100 |
| Texto | 180 | 70 | 20 |

Anexo VII – Síntese Temática das Entrevistas

Resumo dos temas centrais emergentes da codificação (empatia, credibilidade, medo, engajamento).

| Tema | Frequência | Categorias Associadas |
|----------------------------------|-------------------|-----------------------------------|
| Empatia e identificação | 11 | Comunicação emocional |
| Credibilidade e coerência | 9 | Verificação de informação |
| Medo e autocensura | 5 | Cidadania digital constrangida |

Anexo VIII – Indicadores de Credibilidade e Desafios Identificados

Quadro de síntese das críticas e limitações apontadas pelos participantes.

| Aspeto Avaliado | Observação Principal | Recomendação |
|------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Consistência factual | Falta de dados de verificação | Integrar fact-checking |
| Comunicação emocional | Alta eficácia | Manter equilíbrio racional |