

Estratégias de desinformação na campanha eleitoral de 2024 em Moçambique: o caso dos posts oficiais do candidato da Frelimo no Facebook

Disinformation strategies in the 2024 election campaign in Mozambique: the case of the Frelimo candidate's official posts on Facebook

António Damião¹
Tais Marina Tellaroli Fenelon²

Resumo

Em um contexto atual marcado pela desinformação, principalmente durante cenários eleitorais, agências de verificação de fatos se tornaram cruciais para separar informações verdadeiras das falsas, especialmente no âmbito jornalístico. Este artigo analisa a veracidade das informações disseminadas pelo candidato presidencial Daniel Chapo durante as eleições gerais de 2024 em Moçambique, na África, utilizando como modelo os selos da agência brasileira Lupa. A pesquisa, de caráter exploratório e qualitativo, adota a técnica de maior engajamento para selecionar os conteúdos a serem analisados, com foco nas duas últimas semanas de campanha. A análise revela que, dentre os três episódios da campanha eleitoral submetidos à verificação, dois envolveram a divulgação de informações falsas pelo presidenciável e um apresentou conteúdo classificado como parcialmente falso.

Palavras-Chave: Desinformação eleitoral. Moçambique. Facebook. Frelimo.

Abstract

In the current context of widespread disinformation, particularly during electoral periods, fact-checking agencies have become essential for distinguishing true from false information, especially in journalism. This study examines the accuracy of information

¹ Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Mestre em Jornalismo (UEPG). E-mail: antoniodamiao03@gmail.com

² Doutora em Comunicação. Professora do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: tais.fenelon@ufms.br.

disseminated by presidential candidate Daniel Chapo during Mozambique's 2024 general elections, using the rating system of the Brazilian fact-checking agency Lupa as a reference. Employing an exploratory qualitative approach, the study selects the most highly engaged content from the final two weeks of the campaign. The findings show that, of the three campaign episodes analyzed, two contained false information disseminated by the candidate, while one was classified as partially false.

Keywords: Electoral disinformation; Mozambique; Facebook; Frelimo.

Introdução

Este artigo analisa a disseminação de informações falsas durante as últimas duas semanas da campanha presidencial do candidato do partido Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO), Daniel Chapo, nas eleições gerais de 2024. A pesquisa parte do pressuposto de que a propagação de desinformação em períodos eleitorais compromete a integridade democrática e impacta negativamente a competitividade eleitoral dos demais candidatos. Essa problemática torna-se ainda mais grave em contextos como o de Moçambique, no qual a mídia local não possui departamento nem existem agências independentes de verificação dos fatos ou da informação.

George Orwell (2005), no seu livro 1984, obra que apresenta uma crítica aos regimes totalitários, introduz o conceito de duplipensar, mecanismo de manipulação que consiste na reescrita sistemática de documentos históricos para moldar a percepção da realidade. Nesse contexto, a mídia e a sociedade passam a aceitar simultaneamente duas crenças contraditórias como verdadeiras: embora os cidadãos saibam que as informações foram alteradas, são levados a esquecer esse fato e, posteriormente, a acreditar genuinamente na nova versão imposta pelo Estado. Essa manipulação do pensamento tem como finalidade preservar a imagem de infalibilidade do Partido e garantir a manutenção de seu poder. Tal fenômeno estabelece um paralelo com a disseminação das notícias falsas na contemporaneidade, uma vez que essas informações manipuladas influenciam a opinião pública, desestabilizam figuras políticas, interferem em processos eleitorais e comprometem a formação de uma sociedade crítica e bem informada.

Assim, os efeitos da desinformação tornam-se ainda mais preocupantes em países como Moçambique, onde os baixos níveis de escolaridade limitam a capacidade da população de analisar criticamente as informações que circulam, sobretudo nas plataformas digitais, como o *Facebook*.

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e25032, p.1-18, 2026.

DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.25032.

Segundo dados da Associação ESMABAMA (s.d.), mais de 50% da população moçambicana não possui escolarização formal, sendo as mulheres o grupo mais afetado por essa realidade. Essa vulnerabilidade amplia o potencial de influência das notícias falsas sobre a opinião pública e os processos democráticos, situação que também é agravada pela ausência de departamentos especializados em verificação de fatos (*fact-checking*) nas redações dos veículos de comunicação e pela inexistência de agências independentes de checagem de notícias. Esse cenário compromete os mecanismos de validação da informação, favorece a circulação de conteúdos desinformativos e dificulta o acesso da população a informações confiáveis e verificadas. Diante desse cenário, este artigo analisa a (in)existência e os impactos da desinformação na candidatura presidencial da Frelimo durante as eleições de 2024. Além disso, justifica-se pela escassez de estudos dedicados à desinformação no contexto moçambicano, lacuna identificada na literatura existente que evidencia a necessidade de investigações mais aprofundadas e abrangentes acerca do fenômeno e de seus reflexos na dinâmica política do país.

Moçambique é um país localizado no sudeste da África. Ao norte, faz fronteira com a Tanzânia; ao oeste, com Malawi, Zâmbia, Zimbábue e Eswatini (antiga Suazilândia); e ao sul, com a África do Sul. A leste, é banhado pelo oceano Índico. Assim como no Brasil, Moçambique foi uma colônia portuguesa. Historicamente, os portugueses chegaram a Moçambique por volta de 1498 e só três anos depois instalaram o governo colonial, ficando o território dependente do Estado da Índia até 1752. Estes entraram em Moçambique numa primeira fase como negociantes, principalmente na mercantilização do ouro. Só depois avançaram para o mercado de Marfim e de pessoas escravizadas, que foi o negócio do século na Europa. 25 de junho de 1975 é tido como o dia em que o país conquistou a independência depois de 10 anos de luta armada contra a dominação colonial. Hoje, Moçambique é um país de 32 milhões de habitantes com mais de 22 línguas locais, sendo que o português se configura como a língua oficial. Maputo é a capital do país que também faz parte de dez províncias.

A presente pesquisa caracteriza-se como exploratória na medida em que procura desenvolver, esclarecer e modificar ideias ou conceitos a partir de um levantamento bibliográfico, como argumenta Minayo (1999) no texto “O desafio do conhecimento, uma pesquisa qualitativa em Saúde”.

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e25032, p.1-18, 2026.

DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.25032.

Quanto à natureza, a pesquisa é de caráter qualitativo, pois procura explorar um fenômeno natural, já que, para Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa explora elementos intangíveis como normas sociais, papéis de gênero, estatutos socioeconômicos e fatores afins.

Outra técnica utilizada para a seleção dos conteúdos foi a de maior engajamento, que inclui curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos, visualizações de vídeo e alcance. Entendemos que essa técnica é valiosa no combate à desinformação. Isso se deve ao fato de que informações falsas, especialmente aquelas criadas com a intenção de enganar, são frequentemente desenhadas para provocar reações fortes, maximizar interações e, conseqüentemente, sua disseminação. Portanto, um engajamento atipicamente alto pode funcionar como um indicador relevante, sugerindo que tal conteúdo merece uma análise mais criteriosa quanto à sua veracidade, pois pode ter sido estrategicamente impulsionado para disseminar narrativas falsas.

O estudo se estrutura por seções, começando com a fundamentação teórica, contextualizando o fenômeno da desinformação, a checagem dos factos como ferramenta elementar nas redações jornalísticas, além de discuti-las no contexto em que a sua ausência em países pobres como Moçambique dificulta a observância de quais informações que estão sendo consumidas são verdadeiras ou falsas. Discute-se ainda a inexistência e inoperância dessa ferramenta em contexto de campanhas eleitorais, que aumentam as chances de circulação de *fake news* enfocando as eleições gerais moçambicanas. E na seção final reservou-se à apresentação e discussão dos achados da análise realizada, na qual se notou a divulgação de dois conteúdos falsos e de outro parcialmente falso dos três analisados nas duas últimas semanas das eleições de 15 de novembro de 2024.

Contextualização

Giuliano da Empoli (2020), argumenta que a circulação de informações falsas não é um fenômeno exclusivo da contemporaneidade. Durante as monarquias, líderes utilizavam veículos de informação para disseminar informações falsas como forma de consolidar e prolongar seu poder. Esse contexto histórico demonstra que a desinformação não é uma prática restrita às plataformas digitais modernas, embora estas tenham potencializado significativamente sua disseminação.

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e25032, p.1-18, 2026.

DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.25032.

Portanto, a desinformação deve ser compreendida como uma prática histórica que, embora tenha adquirido novas dinâmicas com a digitalização, é inerente às estratégias de manipulação de poder ao longo do tempo. A chegada da internet gerou nas sociedades um profundo processo de dependência, tornando-se gradualmente uma ferramenta indispensável no cotidiano das pessoas. No campo político, como campo social, essa tecnologia também se infiltrou, transformando práticas e dinâmicas tradicionais. As campanhas eleitorais que antes estavam limitadas a veículos de comunicação tradicionais, como jornal, rádio e televisão, onde a comunicação era unidirecional, com pouca interação, hoje têm alcance global e instantâneo, com políticos interagindo diretamente com o seu eleitorado.

Nesse novo mundo com regras próprias (sem regras ou com poucas regulamentações), a disseminação de informações falsas ganha dinamismo principalmente em épocas eleitorais. Nos últimos dez anos, o fenômeno das *fake news*, cujo impacto inicial foi amplamente observado nos Estados Unidos durante as eleições de 2016, rapidamente se disseminou para o Brasil dois anos depois, tornando-se uma poderosa ferramenta de vantagem política (Cruz, 2024, p. 12).

Silva (2019) afirma que a lógica da desinformação é publicar aquilo que as pessoas querem ler, ouvir ou ver sem se importar com a origem e veracidade daquela informação desde que se repita várias vezes e se torne real. O termo desinformação “refere-se à informação produzida intencionalmente por meio de emulação de formatos como os jornalísticos, por exemplo, a fim de obter vantagens ou causar danos de natureza política ou econômica” (Bontcheva; Posetti, 2020 apud Gadbem, 2024, p. 4). Essas vantagens ou consequências apresentadas neste conceito também são apontadas por outros autores; Silva (2019), por exemplo, menciona a destruição de reputações e o fomento do ódio como pontuais problemas da desinformação. Já Melo (2019) classifica a desinformação como o fenômeno que gera desconfiança entre os atores políticos e confunde a opinião pública. Entretanto, quem se utiliza deste fenômeno consegue desestabilizar os adversários e controlar as narrativas, isto é, em situações de crise, a desinformação pode servir como uma “cortina de fumaça” para direcionar a atenção pública para assuntos menos importantes.

A desinformação encontra no campo político e nas plataformas digitais terreno fértil, pois é onde esse fenômeno se desenvolve com naturalidade. De acordo com Cruz (2024):

A desinformação vem ganhando espaço no cenário político, especialmente durante campanhas eleitorais. Este fenômeno, que não é exclusivamente ocidental, países africanos e latinos, passam hoje pela mesma problemática, na qual quem se utiliza da ferramenta influencia processos sociais, culturais e políticos, como eleições gerais de 2024 em Moçambique. A cada eleição, o mundo nota novas formas de desinformação: o que era só um post na rede social hoje é amplificado intencionalmente pelo algoritmo, além do uso de *bots* em fazendas de dados. A desinformação polui o debate e gera incertezas e desconfiança, mas o mais perigoso talvez seja sua capacidade de alimentar e aumentar a polarização das opiniões na sociedade. A polarização pode ser vista como a infecção, enquanto a desinformação é uma de suas febres (Cruz, 2024, p. 15).

O fenômeno da desinformação bem interconectado cria uma imagem que desestabiliza oponentes políticos como aconteceu nas últimas eleições estadunidenses (eleição presidencial de 2024) quando Donald Trump e seus correligionários da direita, disseminaram informações falsas sobre a existência de imigrantes “ilegais” que estão comendo cães e gatos ou que o furacão Milton que atingiu o estado da Flórida teria sido artificialmente fabricado e direcionado pelos democratas para a região devido à predominância de cidadão com ideologias de direita ou “republicana!”. Quando essas narrativas são criadas intencionalmente com o objetivo de demonizar os adversários políticos em época eleitoral, definem a essência da desinformação.

Segundo Joanguete (2020), a desinformação possui uma outra característica que é a descredibilização dos órgãos noticiosos para permitir que os conteúdos geralmente satíricos e difamatórios circulem nas redes sociais sem que haja um processo de *fact-checking*, já que em muitos países as ferramentas de verificação estão atreladas a veículos de comunicação. Essa estratégia cria a possibilidade de disseminação e circulação de informações falsas sem a devida verificação, uma narrativa que aumenta em épocas eleitorais. E o fato da não regulação do ciberespaço acaba elevando esta situação ao nível mais crítico, o que reforça a ideia do letramento midiático como forma de estimular nas pessoas a capacidade racional de verificar e até certo ponto criticar as informações que aparecem em suas redes sociais devido à mineração de dados algorítmicos.

Fact-Checking

O *fact-checking*, ou, em português, a verificação de fatos, é um processo que consiste na verificação de informações e conteúdos antes de sua divulgação ao público. Originalmente, essa prática era amplamente realizada nas redações jornalísticas de forma sistemática, com o objetivo de garantir a precisão e a credibilidade das notícias publicadas. Entretanto, com o advento e a massiva disseminação de informações falsas e tendenciosas através das plataformas digitais, bem como a atuação de veículos de comunicação frequentemente alinhados a ideologias partidárias, a dinâmica do *fact-checking* passou a enfrentar novos desafios. O contexto digital contemporâneo exige não apenas uma maior vigilância, mas também a adaptação dos métodos tradicionais de verificação para responder à velocidade e ao alcance com que as informações falsas se propagam na atualidade. Joanguete (2020) afirma que

A verificação de factos é uma forma de prestação de contas no jornalismo, porque as declarações geralmente são feitas por políticos, fontes oficiais do governo ou outras posições de grande relevo social que são responsabilizadas por suas palavras e ações. Portanto, o trabalho requer fontes originais, pesquisa intensa e dados de alta qualidade (Joanguete, 2020, p. 9).

A checagem dos fatos ganhou mais notoriedade na última década, atuando como ferramenta anti-fake news de conteúdos falsos publicados majoritariamente nas redes sociais; no entanto, segundo Dourado e Alencar (2019), o *fact-checking* “iniciou na televisão durante a cobertura das eleições norte-americanas em 1991” (Dourado; Alencar, 2014, p. 5). Na época, “Brooks Jackson, que atuava na TV CNN, fez a checagem da veracidade do que era dito por pré-candidatos à presidência dos Estados Unidos em propagandas eleitorais” (Dourado; Alencar, 2014, p. 5).

Com a velocidade que hoje caracteriza a circulação e difusão de notícias em ciberespaços e em plataformas de rede social como o Facebook, as ferramentas de checagem da informação se tornam ainda mais valiosas. Em muitos países há um investimento em agências de checagem de notícias, o que significa que a verificação dos fatos transcende os processos editoriais de um veículo de comunicação. Segundo Joanguete (2020), a *Duke Reporters*, centro de pesquisa em jornalismo da Universidade de Duke, consolidou e atualizou os dados, em 2019, evidenciando a existência de pelo menos 210 plataformas de verificação de fatos em 68 países.

O Brasil aparece com cinco destes, nomeadamente a Agência Lupa, Fato ou Fake, Aos Fatos, Comprova e FactCheck.org (Albuquerque, 2020).

A Agência Lupa, por exemplo, funciona fora dos parâmetros de um órgão de notícias. Fundada em 2015, dois anos depois, é credenciada pela *International Fact-Checking Network* (IFCN), uma rede global de checagem de fatos criada pelo Poynter Institute (uma prestigiada escola de jornalismo americana). A Agência Lupa adota nove categorias para classificar as notícias analisadas, entre elas: “falso”, “verdadeiro”, “contraditório” (quando a informação diverge de outra previamente divulgada pela mesma fonte), “ainda é cedo para dizer”, “insustentável” e “de olho” (quando o conteúdo permanece sob monitoramento). Essas categorias são utilizadas para atribuir uma classificação às informações após análise criteriosa da agência.

De maneira semelhante, a agência Fato ou Fake, gestada pelo Grupo Globo, possui como objetivo verificar notícias amplamente compartilhadas nas redes sociais. Conforme Albuquerque (2020), o processo de checagem envolve a investigação da origem das informações e a análise das imagens para verificar se estão relacionadas ao conteúdo divulgado. Fato ou Fake utiliza três classificações principais: “fato” (para conteúdos completamente verdadeiros), “não é bem assim” (quando o conteúdo apresenta inconsistências, exageros ou informações parciais que demandam contextualização) e “fake” (para conteúdos sem base em fatos comprovados).

A Agência Comprova é uma iniciativa colaborativa entre as redações de veículos de comunicação como Estadão, Exame, Nexo e Nova Escola. Reunindo 28 jornalistas destes quatro veículos, a verificação da informação acontece a partir de um método chamado *cross-checking*, que significa checagem cruzada³. O Comprova tem apoio financeiro da *Google News Initiative* e do *Meta Journalism Project*.

Aos Fatos, por outro lado, se concentra em checar as informações que vêm dos políticos e tem alto índice de engajamento. Recebe financiamento do *crowdfunding*, um sistema de financiamento coletivo. E, por fim, o FactCheck.org é o mais antigo delas, fundado em 2003, fazendo parte das primeiras agências de verificação de informações falsas.

³ Cruzamento da informação suspeita com o de outras fontes. Na agência comprova, esse processo acontece em quatro etapas, ou seja, cada veículo faz a verificação do conteúdo e passa para outro órgão de comunicação e assim sucessivamente.

Neste momento, a Aos Fatos se concentra em acompanhar as informações de políticos estadunidenses com maior engajamento em redes sociais e blogs. Esta pesquisa opta por utilizar os selos da Agência Lupa, pois entende-se que a categorização pode contribuir para a construção de uma narrativa analítica mais aprofundada.

Em Moçambique, o processo de verificação de informações falsas ainda é uma miragem. De acordo com Uamusse (2024), as redações moçambicanas não utilizaram nenhuma ferramenta de *fact-checking* durante a campanha para as eleições gerais de 2024. O que indica maior probabilidade de circulação de informações falsas durante aquele escrutínio eleitoral.

As desinformações naquelas eleições foram marcadas majoritariamente por acusações de partidos políticos concorrentes e de seus candidatos. O candidato da oposição, Ossufo Momade, chegou a afirmar nas redes sociais que o partido Frelimo, que governa o país há quase 50 anos, é responsável e atua diretamente em conluio com o grupo jihadista que perpetua ataques violentos no norte de Moçambique, principalmente na província de Cabo Delgado. A acusação, ainda que não seja meramente nova, não existe nenhuma prova que ligue os dois grupos, o que, mais uma vez, fica evidenciado de que, em tempos eleitorais, prevalece a lógica de que vale tudo para alcançar vantagem política.

Circulou, ainda durante o período eleitoral, várias outras desinformações com ataques entre a oposição e o partido no poder. Uma das publicações que teve maior engajamento no X (antigo Twitter), posteriormente republicada em outras plataformas de mídia social como Facebook e Whatsapp, no dia 10 de outubro de 2024, é a postagem supostamente do antigo presidente dos Estados Unidos da América, Barack Obama, na qual dizia: “*Queridos amigos moçambicanos, não confiem na Frelimo*”, como se pode ver na captura de tela da figura abaixo.

Figura 1 - Imagem de uma publicação falsa do ex-presidente estadunidense



Fonte: Tsandzana (2024)

Ainda que os veículos moçambicanos não tenham sequer nenhum departamento ou agência de verificação de notícias, existe, no entanto, o uso de ferramentas de checagem gratuitas como *Duplichecker*, *Ground News* e *Google* (Uamusse, 2024). O autor afirma que o maior entrave para o não uso massivo de ferramentas de checagem é a falta de financiamento; por isso, essas ferramentas gratuitas têm suprido esta questão econômica ainda que de forma elementar.

Considerando a falta de recursos dos jornalistas moçambicanos, a escolha diz respeito ao preço: no caso de *Duplichecker* e *Google*, o acesso é gratuito. O *Ground News*, apesar de ser pago, possui um baixo custo de 0,83 dólares mensais, que em moeda local corresponde a 53 meticais. A maioria dos jornalistas entrevistados afirmou usar o *Google* no que diz respeito à apuração das imagens (Uamusse, 2024, p. 2).

A forma mais comum de verificação de informação no país continua a ser o modelo tradicional, onde os jornalistas vão diretamente às fontes verificar se a informação posta a circular condiz com a verdade ou foi manipulada. A técnica é utilizada até por veículos como a Rádio Moçambique, Televisão de Moçambique e Soico TV, maiores veículos de comunicação daquele país do sudeste africano.

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e25032, p.1-18, 2026.
DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.25032.

Em relação às eleições, o partido Frente de Libertação de Moçambique (Frelimo) foi apresentado como candidato, Daniel Chapo. A Resistência Nacional Moçambicana (Renamo)⁴ indicou Ossufo Momade, líder daquela formação política. Para o Movimento Democrático de Moçambique (MDM)⁵ teve como candidato Lutero Simango. Por fim, Venâncio Mondlane concorreu como candidato independente, com o apoio do partido PODEMOS, e assim, o cenário político estava definido para a realização das sétimas eleições gerais no país.

Com o advento da internet, muitas personalidades políticas no mundo passaram a utilizar plataformas digitais para divulgar suas atividades políticas. Nesse contexto, as campanhas eleitorais destacam-se como períodos em que essas estratégias de comunicação ganham maior relevância nas redes sociais. Moçambique, como parte dessa aldeia global, tem replicado essas práticas, com os candidatos à presidência adotando estratégias digitais para interagir com os eleitores. No cenário eleitoral, os quatro candidatos utilizaram a ferramenta, criando páginas ou contas ativas no X, no *Instagram* e no *Facebook*. É importante referenciar que este estudo focaliza apenas no candidato do partido Frelimo no *Facebook*, a plataforma de rede social mais popularizada no país. Analisamos a veracidade das informações disseminadas por meio de sua página nessa rede social.

Durante a campanha eleitoral, Daniel Chapo usou a sua página oficial no Facebook, que possui mais de 170 mil inscritos. Esse número é relevante num contexto em que o país tem apenas 1/3 da população com acesso à internet⁶ e destes, 3 milhões têm acesso à plataforma *Facebook*. De acordo com o relatório da *DataReportal*, o *Facebook* é a rede social mais utilizada pelos moçambicanos, seguida de *TikTok* e *Instagram*. A análise concentrou-se nas duas últimas semanas da campanha eleitoral (21 de setembro a seis de outubro de 2024), considerando que esse período é caracterizado por uma intensificação das estratégias de persuasão dos candidatos, que buscam maximizar seu impacto sobre o eleitorado.

⁴ A Resistência Nacional Moçambicana, mais conhecida pelo acrônimo RENAMO, é o segundo maior partido político de Moçambique. O seu líder histórico foi Afonso Dhlakama.

⁵ O Movimento Democrático de Moçambique (MDM) é um partido político de Moçambique, criado a partir de uma dissidência da Resistência Nacional Moçambicana (RENAMO).

⁶ De acordo com o relatório da *DataReportal*, Moçambique conta com 7,96 milhões de utilizadores de Internet, correspondendo a 23,2% da população.

Nesse intervalo, observam-se níveis mais elevados de atritos e acusações entre os concorrentes, fatores que ampliam significativamente as condições para a disseminação de informações falsas.

A técnica escolhida para a seleção dos conteúdos a analisar nas duas semanas destacadas é o engajamento dos conteúdos naquela rede social, isto é, quanto maior o engajamento de um conteúdo, mais relevante ele é considerado para o estudo. A primeira informação analisada foi divulgada na página oficial no Facebook, em 29 de setembro (Figura 3).

Figura 2 - Captura de tela do vídeo referente ao dia 29 de setembro



Fonte: Página do Facebook de Daniel Francisco Chapo, 2024.

O conteúdo destacou-se pelo alto nível de engajamento, contabilizando cerca de 2 mil comentários, mais de mil curtidas e mais de 500 compartilhamentos. Na publicação, o candidato da Frelimo, Daniel Chapo, afirmou no distrito de Montepuez, na província de Cabo Delgado, que “o seu partido é detentor de todos os bens que o país possui e se hoje os moçambicanos possuem melhores condições de vida graças à sua formação política que libertou o país do colonialismo português”.

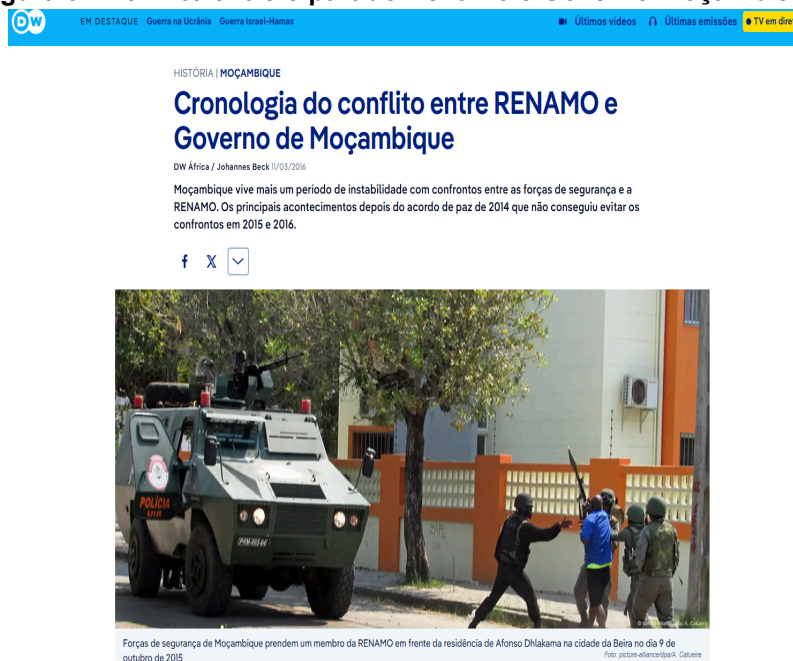
Checação: Não é bem assim. A Frelimo, ainda que seja o partido que governa, não é dona de todos os bens do país. O partido possui infraestruturas que servem como sedes partidárias e outros patrimônios ligados diretamente às suas atividades. Contudo, de acordo com o artigo 98 da Constituição da República de Moçambique (CRM), os bens do Estado moçambicano pertencem a todos os cidadãos do país, independentemente da filiação partidária. Esse posicionamento é reforçado pelo Princípio da Despartidarização do Estado (Artigo 249) que proíbe explicitamente que as infraestruturas do aparelho do Estado sejam utilizadas ou designadas a um determinado partido político.

Fonte: Constituição da República de Moçambique (CRM)

Conclusão: Falso, a informação não confere.

Em 30 de setembro de 2024, Daniel Chapo, candidato nas eleições gerais, prometeu resolver problemas cruciais na província de Tete, como abastecimento de água e vias de acesso, visando atender às necessidades da população local. No entanto, ele também responsabilizou o partido Renamo pelas dificuldades em resolver esses problemas, alegando que as tensões políticas e militares de 2014-2016 impediram o progresso do governo (Figura 3).

Figura 3 - Conflito entre o partido Renamo e Governo moçambicano



Fonte: Deutsche Welle (2016)

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e25032, p.1-18, 2026.

DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.25032.

Checagem: Durante esses conflitos armados entre o governo da Frelimo e a Renamo, em nenhum momento houve ataques na província de Tete. Os conflitos se restringiam apenas à província de Sofala, concretamente no distrito de Gorongosa⁷ e na Estrada Nacional Número 1 (EN1) que liga o sul ao norte do país, sem conexão nenhuma com a província central de Tete.

Fonte: DW

Conclusão: Falso, a informação não confere.

No dia dois de outubro de 2024, o candidato da Frelimo fez campanha na cidade de Quelimane, capital da província da Zambézia, tendo proferido que o Governo do seu partido construiu uma ponte sobre o rio Licungo, que facilitou a ligação entre os distritos de Pebane, Maganja da Costa e Mocubela e o resto da província. Além de construir mais de 30 centros de saúde naquela região que acabou com o sofrimento da população zambeziana. Na fala de Chapo reproduzida na notícia publicada em “O País”, ele afirma que a população dará seu voto a ele e irá agradecer pelas realizações feitas em prol da população (O País, 2024).

Figura 4 - Daniel Chapo na Zambézia



Fonte: O País (2024)

⁷ A distância entre a província de Tete e o distrito de Gorongosa, que era o foco dos conflitos militares, é de aproximadamente 700 Km.

Checação: O Governo da Frelimo construiu sim uma ponte sobre o rio Licungo, mas o número de hospitais apontados como feitos da Frelimo não condiz com a verdade. Segundo o jornal DW, mais de 20% da população da província da Zambézia, em Moçambique, não tem acesso à medicina moderna devido à escassez de hospitais e postos de saúde.

Muitas unidades de atendimento funcionam em estruturas precárias, como tendas adaptadas pela OMS, remanescentes da pandemia de COVID-19. Além disso, o governo moçambicano constrói, em média, apenas 60 hospitais ou centros de saúde por ano em todo o país (Diário Económico, 2023). Diante desse cenário, é inviável que 50% dessas infraestruturas sejam destinadas a uma única província.

Fonte 1: Diário Económico, 2023. **Fonte 2:** Jornal O PAÍS, 2024.

Conclusão: Parcialmente falso.

Quadro 1 - Representação geral da checagem

Figuras	Declaração do candidato	Checação dos fatos	Base legal/evidências	Classificação
Figura 2	Daniel Chapo afirmou, durante campanha em Montepuez (Cabo Delgado), que a Frelimo é detentora de todos os bens do país e que as melhores condições de vida dos moçambicanos existem graças ao partido que libertou Moçambique do colonialismo português.	A afirmação não corresponde aos fatos. Embora a Frelimo possua patrimônios próprios, os bens públicos pertencem ao Estado moçambicano e a todos os cidadãos. A Constituição estabelece o princípio da despartidarização do Estado.	Constituição da República de Moçambique (Art. 98 e Art. 249).	Falso
Figura 3	Daniel Chapo atribuiu à Renamo a responsabilidade pelos problemas em Tete, alegando que os conflitos de 2014–2016 impediram o desenvolvimento da província.	Os confrontos ocorreram principalmente em Sofala (Gorongosa e EN1), sem evidências de impactos diretos na província de Tete.	Deutsche Welle (2016).	Falso
Figura 4	Daniel Chapo afirmou que o Governo da Frelimo construiu uma ponte sobre o rio	A ponte foi construída, mas os dados disponíveis não sustentam a	Diário Económico (2023); Deutsche Welle; Jornal O País (2024).	Parcialmente falso

	Licungo e mais de 30 centros de saúde na Zambézia.	alegação sobre mais de 30 centros de saúde. A província continua apresentando déficit de infraestrutura de saúde.		
--	--	---	--	--

Fonte: Autor (2026)

Considerações finais

A desinformação é um problema que não afeta apenas o processo eleitoral, mas também compromete a confiança nos veículos de comunicação e glorifica as plataformas digitais, um faroeste digital sem regras claras, que propicia a circulação de informações falsas, muitas vezes influenciando a opinião pública. Os casos analisados neste texto representam apenas uma fração de um contexto mais amplo da desinformação criada pelos políticos em momentos eleitorais para desacreditar adversários, prejudicar sua imagem ou influenciar a opinião pública com informações falsas ou enganosas, fato que prejudica a competitividade democrática de opositores políticos. É nesse âmbito que as agências de verificação de fatos se tornam cruciais para separar informações “verdadeiras” das “falsas” e, em países como Moçambique, onde inexistem esses organismos, a população é mais suscetível à desinformação.

As publicações falsas divulgadas pelo candidato presidencial da Frelimo, Daniel Chapo, atualmente Presidente da República de Moçambique, em sua página oficial no *Facebook* configuram um caso de desinformação eleitoral. Ao apresentarem declarações enganosas como se fossem fatos verídicos sobre as realizações do governo do seu partido, essas publicações podem ter contribuído para ampliar o seu apoio popular, especialmente entre eleitores com menor acesso à informação crítica.

Esse cenário torna-se ainda mais relevante ao considerar que, de acordo com o estudo do Instituto Nacional de Estatística (INE) publicado em 2024, cerca de 39% da população enfrenta barreiras relacionadas ao analfabetismo, condição que pode limitar o acesso crítico à informação e aumentar a vulnerabilidade à desinformação. Nesse contexto, tais fatores podem ter influenciado a eleição de Daniel Chapo à Presidência da República, demonstrando como narrativas não verificadas podem exercer influência sobre os resultados democráticos.

Diante desse cenário, constata-se que a ampliação do uso de ferramentas de verificação de informações falsas é fundamental para mitigar os impactos da desinformação nos processos eleitorais. Contudo, essa medida deve ser acompanhada por esforços sistemáticos voltados ao fortalecimento do letramento midiático da população. Esse aspecto é especialmente relevante no contexto de Moçambique, onde uma parcela significativa da população enfrenta barreiras relacionadas ao analfabetismo, tornando-se, assim, mais vulnerável à manipulação e propagação de informações falsas.

Referências

- ALBUQUERQUE, L. **Contra as fake news: conheça 5 agências de checagem de notícias**. 2020. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/fact-checking-conheca-5-agencias-de-checagem-de-noticias/>. Acesso em: 20 dez. 2024.
- ASSOCIAÇÃO ESMABAMA. **Educação em Moçambique**. Beira: ESMABAMA, [s.d.]. Disponível em: <https://esmabama.org/pt/educacao-mocambique/>. Acesso em: 17 jul. 2026.
- CHAPO, D. F. *Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/ChapoPresidente/>. Acesso em: 21 dez. 2024.
- CRUZ, M. F. da. **O impacto das fake news nas eleições**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2024.
- DEUTSCHE WELLE. **Partidos políticos moçambicanos: Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO)**. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-002/frente-de-libertação-de-mocambique-frelimo/t-17418268>. Acesso em: 20 dez. 2025.
- DIÁRIO ECONÓMICO. **Governo projecta construir 60 hospitais distritais até 2024**. Maputo, 14 set. 2023. Disponível em: Diário Económico – Governo projecta construir 60 hospitais distritais até 2024. Acesso em: 17 jul. 2026.
- DOURADO, J. L.; ALENCAR, M. T. Agência Lupa: fact-checking como modelo de negócio na Internet. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 21, n. 46, p. 105-123, maio/ago. 2020. DOI: 10.13037/ci.vol21n46.6388.
- EMPOLI, G. Da. **Os engenheiros do caos**. Tradução de Arnaldo Bloch. 1. ed. 3. reimp. São Paulo: Vestígio, 2020. (Coleção Espírito do Tempo).
- GADBEM, A. de A. **Estratégias de desinformação em posts oficiais da campanha nas eleições presidenciais de 2022 no Brasil**. In: COLÓQUIO INTERPROGRAMAS:
- Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v.13, n. 1, e25032, p.1-18, 2026. DOI: 10.5212/RevistaPautaGeral.v.13.25032.

COMUNICAÇÃO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO SOCIAL, 8., 2024, Brasília, DF. Anais [...]. Brasília, DF: Universidade Católica de Brasília, 2024.

GERHARDT, T. A.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (INE). **Mulheres e Homens em Moçambique: 2022–2023**. Maputo: Instituto Nacional de Estatística, 2024.

JOANGUETE, C. *O jornalismo moçambicano e as fake news: o novo desafio para a qualidade da informação*. **Comunicação & Sociedade**, n. 9-10, 2019/2020. Disponível em: <https://www.cec.org.mz/revista-comunicacao-sociedade-2019/>. Acesso em: 21 dez. 2024.

MELO, M. C. de. **A pauta da desinformação: "fake news" e categorizações de pertencimento nas eleições presidenciais brasileiras de 2018**. 2019. 185 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 6. ed. São Paulo: Hucitec; Rio de Janeiro: Abrasco, 1999.

O PAÍS. **Chapo volta a caçar voto na Zâmbézia**. O País, [2024]. Disponível em: <https://opais.co.mz/chapo-volta-a-cacar-voto-na-zambezia/>. Acesso em: 18 jul. 2026.

ORWELL, G. **1984**. 29. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2005.

SILVA, D. R.; KERBAUY. Eleições 2018 e a forte influência das redes sociais. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (orgs.). **Liberdade de expressão: questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019. p. 125-143.

TSANDZANA, D. *Entre a oscilação da internet e a desinformação: o enredo das eleições municipais em Moçambique*. **Comunicação & Sociedade**, v. 13, n. 1, p. 41-56, 2024.

UAMUSSE, P. **Jornalismo em Moçambique dá os primeiros passos para a verificação de fatos**. Maputo, 2024. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/jornalismo-em-mo%C3%A7ambique-d%C3%A1-os-primeiros-passos-para-verifica%C3%A7%C3%A3o-de-fatos>. Acesso em: 20 dez. 2024.

Submissão: 24 mai. 2025

Aceite: 09 jul. 2026