



UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

Faculdade de Letras e Ciências Sociais

Departamento de Ciência Política e Administração Pública

Licenciatura em Ciência Política

O papel dos manifestos na mobilização do eleitorado nas eleições autárquicas de 2013 e 2018 (Cidade de Maputo): uma análise a partir da Frelimo, Renamo e MDM

Nilza Domingos Siteo

Supervisor: Jaime Guiliche, MA

Maputo, Novembro de 2023

O papel dos manifestos na mobilização do eleitorado nas eleições autárquicas de 2013 e 2018 (Cidade de Maputo): uma análise a partir da Frelimo, Renamo e MDM

Trabalho de fim de Curso apresentado em cumprimento dos requisitos exigidos para obtenção do grau de Licenciatura em Ciência Política, na Faculdade de Letras e Ciências Sociais da Universidade Eduardo Mondlane.

Júri

Presidente -----

Supervisor -----

Oponente -----

Maputo, Novembro de 2023

Índice

DECLARAÇÃO DE HONRA	i
DEDICATÓRIA	ii
EPÍGRAFE	iii
RESUMO	iv
AGRADECIMENTOS	v
LISTA DE ABREVIATURAS	vi
CAPÍTULO I	1
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Problematização	2
1.2. Justificativa	3
1.3. Objectivos	7
Geral:	7
Específicos:.....	7
1.4. Metodologia	7
1.5. Referencial teórico	9
1.5.1. Institucionalização	9
CAPÍTULO II	11
2. GÉNESE E PROFISSIONALIZAÇÃO DOS PARTIDOS POLÍTICOS	11
2.1. Origem dos Partidos	11
2.2. Institucionalização dos Partidos Políticos	15
2.3. A Configuração dos Partidos Frelimo, Renamo e MDM	16
2.4. Dinâmica e funcionamento dos três maiores partidos de Moçambique	16
2.5. Correspondência entre a organização interna dos três maiores partidos moçambicanos e os resultados eleitorais	20
CAPÍTULO III	23
3. A RELAÇÃO ENTRE OS MANIFESTOS ELEITORAIS E O COMPORTAMENTO ELEITORAL DOS CIDADÃOS DA CIDADE DE MAPUTO	23
3.1. A Dinâmica Do Voto Na Cidade De Maputo	23
3.2. A Importância Do Manifesto Eleitoral Na Determinação Do Voto Dos Cidadinos	25
3.3. O Comportamento Eleitoral Dos Cidadãos Da Cidade De Maputo	27
CAPÍTULO IV	29
4.O PODER DO MANIFESTO ELEITORAL NA MOBILIZAÇÃO DO ELEITORADO DA OPOSIÇÃO (Renamo e MDM)	29
4.1. As Campanhas Eleitorais	29
4.2. Os Meios Digitais na Arena Política.....	31
4.3 O Sistema De Financiamento das Campanhas Eleitorais em Moçambique.....	33

4.4. O Nível de Acessibilidade dos Três Maiores Partidos de Moçambique aos Meios De Comunicação na Cidade de Maputo em Tempos de Campanha.....	37
4.5. O Impacto das Redes Sociais na Determinação do Voto na Cidade De Maputo.....	40
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43

DECLARAÇÃO DE HONRA

Declaro por minha honra, que este trabalho de fim de curso nunca foi apresentado, na sua essência para obtenção de qualquer grau académico, e que ele constitui o resultando da minha investigação pessoal, estando citadas no texto e na referencia bibliográfica as fontes que utilizei na concepção do mesmo.

O Licenciando

Nilza Domingos Siteo

Maputo, Novembro de 2023

DEDICATÓRIA

À minha Mãe, Maria Tovela e,

Aos meus irmãos:

Nelson e Nilton

(Meus pontos seguros)

EPÍGRAFE

A política é a arte ou ciência de governar e os seus requisitos são: amor e honestidade no trato das coisas públicas.

Adelmar Marques Marinho

RESUMO

O acordo de Roma, ao estabelecer a paz e as regras de incorporação da Renamo na sociedade moçambicana, significou a possibilidade prática de aplicar os novos princípios constitucionais nomeadamente a realização de eleições multipartidária e, nesse sentido, foi-se avançando num processo sem precedentes, para a possibilidade de construção de uma sociedade democrática pluralista. Porém, o facto de as negociações e o processo de transição política até as eleições terem sido conduzidos apenas pelas duas partes beligerantes, cada uma delas preocupada em garantir o máximo de vantagens para si próprio, significou também uma polarização do espaço político nascente a sua volta.

Ao contrario do que se passava ao nível nacional, onde o resultando eleitoral girava em torno dos dois partidos (Renamo e Frelimo), os municípios tem conhecido um crescimento da participação eleitoral e da competição política, tendo sido palco das primeiras alternâncias na governação local. Foi também aí onde nasceu e se afirmou um novo partido, o Movimento Democrático de Moçambique (MDM), que rapidamente se tornou na terceira força política. No em tanto assim como a nível nacional a nível local, nota-se a falta de seriedade dos partidos políticos em cumprir com as suas promessas aumentando desta forma o desinteresse dos eleitores pelos manifestos eleitorais a fim de influenciar o seu voto.

Palavras-chave: Manifestos, Voto, Eleições, Campanha Eleitoral

AGRADECIMENTOS

Parece ser um costume e normal acordar todos os dias com vida e saúde. Mas não, a quem incansavelmente tem cuidado dessa base fundamental para o desempenho de qualquer outra que seja a actividade. Mas que merecido o meu muito obrigado endereço-a Deus. Seguidamente a mulher que é o canal da minha existência, em ti tenho uma mãe um pai, uma conselheira, tenho a mulher mais saíba que poderia conhecer em toda a minha existência. As suas palavras valem mais que o ouro e prata, mulher de fibra, de certeza que o meu pai deixou-nos a melhor mãe do mundo.

Aos meus irmãos Nelson Siteo, Nilton Siteo, Sónia Siteo e Rafael Siteo, em particular aos dois primeiros que tem sido meus pilares, pelo apoio financeiro, emocional, pela presença, por serem como os meus segundos pais, pela amizade e confiança em meus sonhos e projectos.

Agradeço ao meu supervisor Jaime Guiliche, pois o alcance de muitos êxitos só tornaram-se possível graças a sua aceitação para monitorar-me, pelas correcções e comentários em cada terminável página, pela paciência de continuar a supervisionar-me mesmo em momentos de baixa onde parecia não acatar os seus comentários, digno é, da minha gratidão meu supervisor. Os meus agradecimentos são extensivos ao corpo de docente da FLCs, por incansavelmente nos passar os saberes que de certeza são como um instigador para dar continuidade no cultivo do saber. Sem me esquecer de agradecer ao Dr. Estêvão Filimão do ISArc pelo imenso apoio nesse processo e ao Dr. Mbuyamba do OCPA, pela confiança deposita.

Quero, também, agradecer aos meus queridos e estimados companheiros da longa jornada do aprendizado, Abdina da Cruz, Marlene Mudiue, Lúria Mabui, Adil Sadeia e a todos os colegas que podemos discutir o conhecimento e trocar experiências. Aos meus amigos que são mais achegados que um irmão, Jorge Meza, Jéssica Perreira, Elsa Matate e Ruthe Nos, pelo companheirismo. Ao Ivan e a todos que directamente e indirectamente deram o seu contributo para o fim dessa etapa.

Por fim, não menos importante ao protagonista dessa história. “Eu mesma”, pela firmeza de dar continuidade mesmo com os altos e baixos.

LISTA DE ABREVIATURAS

AR	Assembleia da República
CRM	Constituição da República de Moçambique
EUA	Estados Unidos da América
FRELIMO	Frente de Libertação de Moçambique
MDM	Movimento Democrático de Moçambique
OE	Orçamento do Estado
RENAMO	Resistência Nacional de Moçambique

CAPÍTULO I

1. INTRODUÇÃO

O século XX foi caracterizado por uma série de transformações tanto a nível social, económico e político. Uma das referências políticas resultantes das inúmeras transformações é a transição democrática assistida hoje nos países africanos e asiáticos. Nesta ordem de ideia, temáticas como eleições, governação, e sobretudo governos formados por meio das eleições começam a ganhar espaço e Moçambique não é excepção.

Essas reformas deram uma nova era ao país, onde a única forma de se chegar ao poder passa a ser por via das eleições, passando os manifestos eleitorais a ser um instrumento fundamental nas mãos dos partidos políticos para convencer o eleitorado a depositar o voto a favor dos seus ideais, valores, ideias, projectos e vários outros aspectos que se identificam com o partido.

Buscado debruçar de diferentes elementos que ajudam-nos a compreender o assunto manifesto eleitoral, esta pesquisa centrará a análise a partir do ano de 2013 e 2018. Estes anos são marcados por mudanças na forma como se transmitiam os manifestos eleitorais porque, para além das formas tradicionais como a televisão, rádio, comícios e campanhas porta-a-porta, os partidos políticos passam a ter à sua disposição, o suporte de redes sociais e a propagação do uso da internet. Tendo a Frelimo e a Renamo conseguido divulgar o seu manifesto eleitoral a todos os níveis, apostando na continuidade dos projectos que já vinham se desenvolvendo e procurando atingir um novo eleitorado. Lembrar que, nas eleições autárquicas de 2013, a Renamo não fez as divulgações a todos os níveis nas autarquias, porque não participou das mesmas, alegando não reconhecer o escrutínio, tendo apenas participando nas de 2018. Já o MDM, participou pela segunda vez desde a sua fundação, tendo sido na altura considerado o segundo maior partido da oposição depois da Renamo e obteve o segundo maior número de votos na cidade de Maputo, isso depois do partido vencedor a Frelimo.

Este estudo tem como objectivo compreender o papel dos manifestos eleitorais na mobilização do eleitorado, observando o nível de organização interna dos partidos, Frelimo, Renamo e MDM e o seu papel na elaboração dos programas/manifestos eleitorais, nas eleições autárquicas de 2013 e 2018 na cidade de Maputo. Também é objectivo desta pesquisa, identificar os factores explicativos de como são apresentados os manifestos eleitorais aos eleitores.

1.1.Problematização

No início dos anos 90, Moçambique esteve mergulhado num processo de transição para o sistema político multipartidário que transformaram a todos os níveis a sociedade moçambicana. Onde a descentralização tem sido um dos aspectos centrais na política de ajuda internacional ao país. Brito (2013), afirma que, a expectativa dos doadores era de que a descentralização não só reforçasse a democratização através da formação de governos locais eleitos e da transferência de poderes de decisão para o nível local, mas que também resultasse numa mais eficaz e melhor prestação de serviços aos cidadãos. Porém, depois de cerca de duas décadas, os resultados são limitados e os desafios numerosos até aos dias de hoje.

Cahen (2020), refere que, a cultura política vigente em Moçambique, o leva a aferir que, a população moçambicana não possui grande tradição democrática e como consequência disso ela não é lá muita atenta às questões políticas especialmente fora do pleito eleitoral. Este é um desafio que consistentemente se impõe às instituições e actores políticos, com destaque aos partidos políticos, que são um instrumento de promoção de uma maior participação cidadã nos processos políticos, considerando as propostas de políticas públicas dos partidos ou manifestos.

Do ponto de vista eleitoral, o Manifesto Eleitoral, é a declaração de interesse, em prol de uma acção política para chamar a atenção do público-alvo e desta forma ganhar legitimidade para representar o mesmo povo. Em tempos de campanha os partidos políticos estão mais preocupados em esgotar os seus argumentos, para convencer o eleitorado, tendo como meta ganhar as eleições¹. O manifesto é uma longa lista de mentas que desenham um *Estado capitalista, social, liberal e de desenvolvimento* (Cahen, 2020: 102).

Olhando para esses pressupostos, é esperado que os partidos políticos transformem os manifestos em algumas políticas públicas. Porém, como refere Brito (2013) “*os desafios são inúmeros*”, isso em parte deve ter sua explicação olhado para o Moçambique pós-independência, onde percebe-se que, Moçambique, após a independência, inicia um novo campo político onde o funcionário substitui o soldado guerrilheiro nas novas tarefas atribuídas à Frelimo.

Em relação ao caso de Moçambique os manifestos eleitorais são aprovados pelos Comitês Centrais dos Partidos Políticos, estando sempre em consonância com as linhas orientadoras

¹Victor Fazenda 2019, www.dw.com/eleicoes-em-moçambique, publicado a 03 de Outubro de 2019, (acesso à 3 de Março de 2023).

da Constituição da República. Estes manifestos reflectem a aglutinação das agendas dos partidos, mas também das necessidades sociais, económicas, de segurança, etc., que envolvem o país, a região, a província ou ainda um determinado município (Cahan, 2020). Porém, raramente os partidos organizam no seu seio um processo programático, com reuniões locais e províncias preparatórias para finalmente, organizar um congresso ou uma conferência nacional que adopta o programa. Salvo, em parte a Frelimo. O manifesto representa um sector para os partidos e não uma actividade constante dos seus membros (ibdem).

Pressupondo-se que, o manifesto é um instrumento de mobilização nas mãos dos partidos políticos, a forma de organização do partido poderá determinar significativamente a forma como o manifesto é produzido e divulgado, daí que, a institucionalização partidária é, particularmente indispensável na compreensão do manifesto, já que partidos estáveis podem ser cruciais na viabilidade e funcionamento da democracia.

Em Moçambique, com a municipalização a nível local, a assembleia municipal ou povoação torna-se um órgão representativo da autarquia local dotado de poderes deliberativos, onde a ascensão ao poder é por meio do voto (Cistac, 2012), o partido usa o manifesto para convencer o eleitor para que deposite o voto a seu favor. Em Moçambique temos eleições para escolher os nossos representantes. Daí que é importante a organização dos indivíduos em forma de partidos políticos.

Porém, os partidos em Moçambique têm o desafio de tentarem ser menos conservadores, pois, estão meio aprisionados às primeiras estruturas e não estão sendo mais criativas, modificando as suas estruturas, seguindo as novas dinâmicas da sociedade e terem estratégias mais abrangentes, capazes de alcançar todos os níveis. E essa falta de dinamismo é notória desde à apresentação dos manifestos.

Assim, foi formulada a seguinte pergunta de pesquisa: **em que medida a profissionalização dos partidos políticos influencia na apresentação do manifesto e seus resultados eleitorais?**

1.2. Justificativa

A escolha deste objecto de estudo deve-se essencialmente a três factores principais. Primeiro, pelo facto de canonicamente os partidos políticos serem o instrumento fundamental para a participação democrática dos cidadãos na governação do país e ganham mais importância

numa fase em que a democracia moçambicana ainda está a seguir os primeiros passos rumo à sua estabilização. Segundo, pela necessidade de analisar o nível de atenção e de interesse dos cidadãos perante os manifestos eleitorais dos principais partidos da arena política moçambicana, e se estes cidadãos fazem o uso destes manifestos como forma de inspeccionar os planos de governação e alterar o seu sentido de voto. Por último, como interesse pessoal, a aquisição de conhecimento científico acerca dos partidos políticos e aceder uma visão crítica sobre o seu papel e perfil no contexto político actual.

É igualmente do interesse dessa pesquisa, fazer uma análise comparativa dos dois últimos manifestos eleitorais das eleições autárquicas de 2013 e 2018 dos três maiores partidos de Moçambique, sem deixar de fazer a contextualização dos primeiros manifestos eleitorais apresentados ao eleitor. De salientar que a opção ontológica de estudar os manifestos das duas últimas eleições autárquicas foi motivada pela necessidade de pretender analisar como os partidos políticos têm se relacionando com o eleitorado, nas suas diferentes formas. Isto é, o contacto entre o partido e os eleitores, tem sofrido metamorfoses, dignas de realce, ou seja, evolui-se de uma perspectiva de contacto promovido meramente por comícios populares, afixação de cartazes e dísticos, distribuição de camisetas, aparições nas redes televisivas e radiofónicas para uma nova lógica de interacção que envolve sobremaneira a inclusão de meios digitais, tais como páginas *web*, *FB*, *Instagram*, *twitter*, *linkedin*, telegrama e várias outras plataformas online, em que os eleitores passam a ter as informações conteúdos produzidos pelos partidos políticos de uma maneira mais fácil e rápido.

De referir que a questão do uso dos meios digitais na arena política no que concerne à mobilização do eleitorado começou com Barack Obama em 2008 (Costa 2018), que fez a história por ter sido o primeiro presidente negro a ser eleito unindo marketing digital e política de uma maneira jamais vista antes, revolucionando a maneira de fazer a campanha eleitoral. Assim fazendo, Obama alcançou o resultando desejado, estabelecendo desse modo novos padrões de campanha em todo mundo. Doravante, a internet tornou-se um grande aliado na arena política também para a conquista de cargos mais altos no governo. Recorde-se que a campanha de Obama, não foi o primeiro marco no uso da internet para se alcançar um cargo de tamanha importância, mas foi o primeiro candidato a fazer dessa tecnologia sua mídia principal na sua comunicação, diferenciando-se desse modo dos outros candidatos que viam a internet apenas como um meio de suporte para o que era realizado nas mídias tradicionais e offline (Freitas, et all, *apud* Costa, 2018).

A campanha eleitoral hoje em dia tem à sua disposição diversificados meios de comunicação para disseminar a informação e mobilizar o eleitorado. Analisar até que ponto o uso dos wib sites nas campanhas tem tornado os partidos, associações concorrentes às eleições balizados com as demandas do povo e como pretendem lidar com as novas configurações da sociedade, as estratégias que pretendem adaptar para lidar com os problemas emergentes na sociedade moçambicana e muito em particular na cidade de Maputo, tendo em conta que os factores que contribuía para a falta da paz nos anos 90 tem se estendido aos dias actuais.

Por outro lado, pretende-se compreender as condições que incentivam as estruturas partidárias nas novas democracias a investir na institucionalização dos partidos políticos. Entende-se por institucionalização, nesta pesquisa e nas demais literaturas sobre a matéria, como sendo um processo de cristalização de procedimentos, comportamentos, ou seja, a enraizamento de valores e normas ou regras. A institucionalização é a acção de institucionalizar ou, tornar-se uma instituição compreendida desde o processo de assemelhação ou transformação de alguma coisa em instituição (Forquilha e Aslak2012, Nuvunga e Siteo 2013, Cistac 2012, Sanches 2014).

Do ponto de vista da sociologia de voto, Oliveira (2012), referir que temos 3 abordagens: a abordagem sociológica, psicológica e da escolha racional. A abordagem sociológica sugere que o voto não é uma decisão unilateral, mas o resultado de uma correlação de factores sociais, económicas, políticos de uma sociedade que acaba criando divisões sociais com base em classes, renda e escolaridade. A abordagem psicológica compreende o comportamento eleitoral a partir de uma perspectiva micro, onde o centro da análise é o indivíduo que se encontra inserido em um contexto social. A terceira e última abordagem pressupõe que o eleitor pauta a sua conduta seguindo os seus próprios interesses, considerando o pressuposto de que as pessoas são racionais e se comportam de conformidade com lógicas de cálculo de custos/benefícios nas suas acções, onde o objectivo final é a maximização dos ganhos e a minimização dos custos (Oliveira, 2012).

Assim sendo, importa-nos tratar aqui o modelo sociológico de Motta (2012), onde refere que o voto do cidadão é o resultado de uma complexidade de factores, que se escalonam desde o contexto social em que o eleitor está inserido até aos demais factores. Almond e Verba (1963), argumentam que a cultura cívica ou política, baseia-se na consciência pública participativa, dado que, a cultura cívica é o resultado de uma mistura de traços, onde o nível educacional é uma variável que tem uma relação muito forte com as atitudes políticas dos

indivíduos. Mas, a escolha de estudar a cidade de Maputo nesta perspectiva foi motivada pelo facto de ser a cidade capital e a mais desenvolvida, nível considerando de industrialização, escoamento de produtos, abrigo de diversificados serviços (maiores hospitais com melhores especialistas do país, acesso melhor à educação, concentração das sedes ministeriais).

A capital do país que abriga uma maior diversidade populacional a diferentes níveis, (social, económico, político), e com uma maior concentração de quadros pressupondo isso que, quanto maior informado ou estudado o indivíduo expectável que, maior seja a sua participação ou desempenho cívico, porém apenas 50,39% dos eleitores inscritos se fizeram às urnas. Por outro lado, temos o facto de a Renamo não ter concorrido às eleições de 2013, mas tendo concorrido nas de 2018. De frisar que nas eleições de 2013 apenas dois partidos tiveram assentos na assembleia municipal, Frelimo com 37 mandatos e MDM com 27 mandatos. Embora a associação Juntos pela cidade tenha obtido um número mais elevado (4093) voto, comparado ao número de votos obtidos na cidade da Matola não ocupou nenhum assento pois, o número de votos que a associação obteve traduz-se apenas em 1,37% o que não lhe permite ter mandatos (Acórdão nº27/CC/2018).

Nas eleições de 2018 como antes ficou referido nota-se que a candidatura da Renamo, apesar de esta ter sido excluída em 6 autarquias pode ser admitida em outras, incluindo a cidade de Maputo, apesar da troca do cabeça de lista. Nessa luta pelo poder, mais uma vez a Frelimo teve a maior percentagem de votos obtendo 56,95%, MDM 5,13% e a Renamo 36,43%. E os demais obtiverem no seu todo um acumulo de 1,49% (Acórdão nº27/CC/2018).

O desempenho da Frelimo é em parte explicado pelo acesso favorável aos meios de comunicação tradicional, que são excludentes (requerem recursos financeiros altos, e, a Frelimo comparando a outros partidos tem mais recursos). Neste contexto a oposição tem por opção explorar mais os meios digitais para comunicar-se com o eleitorado. De considerar que, no contexto actual as redes sociais têm o poder de difusão rápida de informação, forma abrangente e económica. Porém a Renamo e a MDM, embora tenham páginas oficiais a divulgação, porém de informação nestas plataformas não têm sido recorrentes.

Pretende-se também, com a escolha deste tema dar um contributo no que concerne a importância de o cidadão votar no seu candidato tendo como base o seu manifesto eleitoral. Ampliar a compreensão da importância de ter uma cultura política, e mais ainda, a capacidade de fazer uma análise sobre o até que ponto um manifesto eleitoral pode ser produzido fora da sua realidade.

1.3.Objectivos

Com vista a responder ao problema de pesquisa, foram formulados os seguintes objectivos.

Geral:

- Analisar o desempenho da comunicação política dos partidos políticos mediante a sua profissionalização com vista à promoção da participação política nas eleições autárquicas de 2013 e 2018 no Município de Maputo.

Específicos:

- Avaliar o grau de profissionalização dos partidos políticos (Frelimo, Renamo e MDM) com vista a compreender a dinâmica do manifesto eleitoral e posteriormente a sua influência nos resultados das eleições de 2013 e 2018;
- Estabelecer uma relação entre os manifestos eleitorais e o comportamento eleitoral dos cidadãos da cidade de Maputo;
- Compreender como a oposição, Renamo e MDM, pode ser forte ou franca a partir do manifesto eleitoral.

1.4.Metodologia

Para a materialização dos objectivos desta pesquisa, recorreu-se, a diversos métodos e técnicas. Que utilizou-se a modalidade de revisão da literatura (clássica e contemporânea) incluindo a literatura nacional do tema em discussão, empregando-se o método qualitativo socorrendo-se dos dados quantitativos para analisar os resultados eleitorais. Fez-se também, o uso das entrevistas semi-estruturadas e abertas, assim como inquéritos. Igualmente, fez-se uma análise comparativa, recorrendo-se as técnicas do método comparativo, para analisar a evolução ou não dos manifestos eleitorais de 2013 e 2018 dos três maiores partidos.

Foi empregado o método de abordagem indutiva, para a manipulação das variáveis, partindo do caso particular ou da observação de factos e fenómenos para conhecer uma generalidade. Referente ao procedimento, fez-se uma dicotomia entre a abordagem história e comparativa, pois, para compreender a actual configuração das instituições é necessário conhecer as suas origens. E no caso das instituições partidárias moçambicanos é relevante compreender a sua

dinâmica procedimental assim como funcional tendo em conta as diversas reformais governamentais.

Para a operacionalização desses objectivos e estratégias desenhadas, auxiliamo-nos da pesquisa bibliográfica e documental, ou seja, das fontes primárias e secundárias. Para a maximização de tempo e custo na realização do estudo optaremos em trabalhar com a amostra do nosso universo, a ser detalhada mais abaixo. De salientar que a escolha dessa população deve-se ao facto da heterogeneidade da mesma tendo em cota que a cidade de Maputo por ser a capital do país tem recebido pessoas oriundo de todas as províncias abrigando desse modo um eleitorado pluralista, o que torna esta pesquisa probabilística.

Para obter a informação, com uma certa margem de erro ou, um erro calculável que é possível tornar suficientemente pequeno faremos uma amostra da nossa população em questão de modo a tornar possíveis as generalizações, assim sendo, foi escolhida a amostragem estratificada, uma vez que, esta técnica de amostragem usa a informação existente sobre a população, para que o processo de amostragem seja mais eficiente. A lógica que assiste à estratificação de uma população é a de identificação de grupos que variam muito entre si no que diz respeito ao parâmetro em estudo, mas muito pouco dentro de si, ou seja, cada um é homogéneo e com pouca variabilidade (Sousa e Baptista, 2011:75).

A amostra estratificada tem três etapas que são: definir os estratos, seleccionar os elementos dentro de cada estrato mediante um processo aleatório simples, conjugar os elementos seleccionados em cada estrato, que, na sua totalidade, constituem a amostra (ibidem).

Nas etapas acima referidas apenas nos interessa a segunda que é a amostragem aleatória simples, que segundo (Gil, 2008), consiste em atribuir a cada elemento da população um número único para depois seleccionar alguns desses elementos de forma casual. Nessa caso em particular foram entrevistadas 37-40 cidadãos da Cidade de Maputo aleatoriamente escolhidos dentro do estrato por nos desenhando que melhor responde a nossa pesquisa de Maputo dos quais 4 jovens que votaram pela primeira vez em 2013 e 2018, 4 que votaram pela primeira vez em 2013 e de 2018 foram a sua segunda vez, 10 votantes de mais de duas vezes, 4 votantes desde as primeiras eleições em 1998 até 2018, 2 membros de cada partido em análise, 2-4 especialista na área de ciência política, 4 funcionários públicos e privados, 2 estudantes de curso de ciências naturais e 2 de ciências sócias, 2 do ensino secundário e 2 vendedores observado o equilíbrio de género. Com o objectivo de ter uma compreensão sobre o objecto em estudo nas diferentes classes, categorias e níveis académicos.

1.5.Referencial teórico

Nesta sessão serão discutidas as principais teorias como a institucionalização, que nortearam a nossa pesquisa, bem como o pensamento de autores que influenciam a mesma.

1.5.1. Institucionalização

Corresponde a acção de institucionalizar ou, tornar-se uma instituição compreendida desde o processo de assemelhação ou transformação de alguma coisa em instituição (Forquilha e Aslak 2012, Nuvunga e Siteo 2013, Cistac 2012, Sanches 2014).

A institucionalização partidária em direcção à consolidação se manifesta em duas propriedades internas: a rotinização, uma dimensão estrutural que se refere a processos guiados por regras entre um partido e seus seguidores. Infusão de valores, uma dimensão latitudinal que se refere à afiliação emocional dos seguidores ao seu partido (Rondall e Svâsand, 2002, Levitsky, 1998 *apud* Bollyer, Ruth, 2017). Panebianco (2005), refere que, a institucionalização é, de facto, o processo pelo qual a organização incorpora os valores e propósitos dos fundadores do partido. O grau da institucionalização de um partido tem um impacto, portanto, sobre o seu grau de coalizão e influências dominantes (*ibdem*).

Para Michels (2001), quem diz organização diz oligarquia. A política interna das organizações partidárias é hoje absolutamente conservadora, a política desses organismos conservadores seria ousado e revolucionário, que o centralismo antidemocrático do poder.

A assembleia municipal ou povoação é um órgão representativo da autarquia local dotado de poderes deliberativos, por outras palavras, é o fórum das correntes políticas e ideológicas existentes na autarquia local (Cistac, 2012).

A manifestação desses processos desencadeia-se no argumento de Heywood (2002:223), ao referir que, as eleições constituem o cerne da ciência política, já que são mecanismos de designação de dirigentes, ao mesmo tempo o momento em que os eleitores e a elite política se influenciam mutuamente, pois elas visam premiar ou sancionar os governos. E o mesmo autor na sua obra (2013), defende que, é por meio das eleições que as pessoas podem controlar o seu governo ou ainda expulsar os malandros, deste modo, aceitamos ou negamos as pessoas que irão nos representar. Por sua vez, Fernandes (1994:210), advoga que as

eleições ou escolha é um processo que concretiza-se através do voto onde cada indivíduo manifesta a decisão de influenciar nos destinos da sua comunidade.

E a institucionalização é importante na medida em que, partidos estáveis são cruciais para a viabilidade e o funcionamento da democracia, pois, os partidos institucionalizados tendem a estar firmemente acordados na sociedade, o que os ajuda a superar os problemas de acção colectiva, permitindo também a efectiva canalização das preferências dos cidadãos para as elites partidárias inseridas nas instituições democráticas. Por outro lado, a institucionalização partidária pode estabilizar os padrões de competição partidária e assegurar a responsabilidade eleitoral dos políticos perante os seus eleitores, tornando-se o partido deste modo um mero instrumento para alcançar um conjunto de objectivos (Bollyer, Ruth, 2017).

Manifesto eleitoral é um instrumento importante na mobilização do eleitorado. Este, nas mãos dos partidos políticos pode ser um instrumento de poder para a mobilização quando bem encaminhado ou utilizado. Nesse âmbito serão discutidos no capítulo a seguir a génese dos partidos políticos, a institucionalização e vários outros aspectos espelhando uma melhor compreensão do funcionamento e postura dos actores partidários.

CAPÍTULO II

2. GÉNESE E PROFISSIONALIZAÇÃO DOS PARTIDOS POLÍTICOS

O presente capítulo tem como objectivo abordar a origem e profissionalização dos partidos políticos, que é uma variável explicativa para compreender o procedimento e o tratamento dado ao manifesto eleitoral pelos partidos políticos considerado as origens e a organização. Para tal, o capítulo encontra-se dividido em cinco partes, a saber: A origem dos partidos políticos; institucionalização dos partidos políticos na sua generalidade, Institucionalização dos partidos Frelimo, Renamo e MDM, configuração dos partidos Frelimo, Renamo e MDM, dinâmica e funcionamento dos três principais partidos de Moçambique, Correspondência entre a organização interna dos três maiores partidos moçambicanos e os resultados eleitorais.

2.1. Origem dos Partidos

A origem dos partidos está associada ao desenvolvimento de grupos parlamentares. Muitas associações e clubes nos séc.XVIII e XIX, com a extensão do sufrágio universal, formaram grupos parlamentares que vieram a originar os partidos de origem exterior (Rebello, 2014). Segundo o mesmo autor, no séc.XIX, os partidos políticos encontravam-se numa fase de negação, dado as organizações partidárias eram consideradas como facções que supostamente iam contra os sistemas.

Esse cenário começa a mudar a partir da ideia de que a construção de um sistema democrático viria com a organização de um parlamento fundamentado na participação dos partidos políticos. Os fenómenos políticos da época (a ampliação do sufrágio, a mobilização das massas e da restauração da democratização de vários países vítimas de regimes totalitários) acabaram convertendo os partidos em algo necessário para as instituições representativas, inclusive para a organização das eleições com um corpo eleitoral amplo, resultado do sufrágio universal (Sospedra, 1996, apud Santano, 2016:16).

No séc.XIX, pouco a pouco os partidos foram compondo o quotidiano da organização das classes sociais, tanto como forma de manifestação de demandas quanto de reivindicação de direitos. As organizações começaram por meio das camadas mais abastadas da sociedade, o avanço do género de partidos foi inevitável pela gradual extensão do sufrágio e da acentuação das lutas de classes, começam a existir, surgindo paralelamente os partidos de massa (Guerra, 1977, apud Santano, 2016:11).

Com a ampliação do sufrágio a estrutura dos partidos foi radicalmente alterada, chegando as organizações de massa a ampliarem de forma expressiva a participação da população como membros dos partidos, militantes não activos na vida partidária do que eleitores ou simpatizantes. Refere-se ainda que, o processo de ampliação das bases eleitorais partidários não ocorrem repentinamente, nem todo o grupo poderia aspirar a transformar-se em partido político (Rebello, 2014).

Com o espaço aberto a uma nova concepção de partidos políticos, houve oportunidade mais significativas dos partidos desempenhar a sua função, embora houvesse acabado a situação gerada pela ignorância frente a essas organizações. Tal reconhecimento também contou com algumas contradições com o pensamento liberal predominante naquele momento, sendo corrigidas somente quando a democracia pluralista encontrou-se frente às ascensões totalitárias em diversos países (Verdú, 1984 e Cotarelo, 1984 apud Santano, 2016).

Importa também destacar nesta secção que para além dos partidos de origem externa temos partidos de origem interna. Duverger (1951 apud Rebello, 2014:2), na génese dos partidos encontra a designação para um novo tipo partidário: o partido de quadros, um tipo de partido que está relacionado com grupos parlamentares, onde os vínculos dos adeptos dos partidos, a sua base social é muito fraca em relação à organização partidária, e onde os principais membros são formados por notáveis, pessoas ilustres servindo para obter votos. E estes, detêm uma boa penetração nos sectores privados, como bancos e indústrias financiando as suas actividades partidárias através de doações. Não obstante, a manutenção partidária possui baixo custo financeiro uma vez que as actividades partidárias são poucas e não exigem grandes gastos.

Por outro lado, temos o modelo capitalista que alterou a dinâmica de manutenção das ideologias partidárias, e se antes havia uma crescente necessidade de ter cada vez mais recursos económicos para as campanhas eleitorais, gerou-se outra modificação na tipologia de partidos, dando origem aos partidos “*catch-all*” (Guerra, 1977 apud Santano 2016:12). Esses se tornariam aliados de uma transformação em todo o processo de como fazer a política. Trata-se de organizações custosas, a partir dos gastos crescentes com os meios de comunicação e a profissionalização da política em um panorama de desvalorização da militância e da vulnerabilidade das ideologias, para obter maior número de votantes possível (Santano, 2016). Os partidos *catch-all* vieram acompanhados de algumas mudanças como, a drástica redução de conteúdo ideológico dos partidos com a ampliação do leque eleitoral das

legendas. O discurso dos líderes das organizações fica mais pelo grau de eficiência do que pelas metas organizacionais por correligionários, ou seja, os líderes ganham autonomia (Kirchheimer, 1966, apud Rebello, 2014).

Com esse novo ambiente, os partidos políticos foram lentamente ganhando espaço dentro dos ordenamentos jurídicos de diversos países, sendo os EUA os pioneiros em reconhecê-los legalmente no início do séc.XIX, tendo também a preocupação de democratizá-lo desde o início, com a adoção de eleições primárias (Santano, 2016).

Começa-se a olhar para os partidos políticos não já como facções, mas como organizações importantes na viabilização e dinamização da democracia na nova realidade de restauração da mesma. A profissionalização dos partidos políticos começa a fazer parte da realidade social, com o reconhecimento jurídico dos partidos, motivada pelo facto do mundo ter experimentado um período de colapsos dos sistemas políticos, causados pelo surgimento de regimes totalitários. Os governos sentiram a necessidade de reconhecer legalmente a profissionalização das actividades dos partidos políticos.

“Esses eventos deixaram claro que os partidos exerciam uma função bastante importante caso se quisesse instaurar a democracia, fazendo da sua integração no ordenamento jurídico algo previsível e genuíno” (Santano, 2016:14).

Panbianco (2005), olha para os modelos partidários numa perspectiva idealista. Na sua visão todos os modelos de partidos têm características partilhadas em termos teóricos. A sua distinção pode ser observada quando as organizações forem analisadas empiricamente. Por outro lado, o autor destaca a questão da profissionalização numa perspectiva negativa pois para ele, a profissionalização partidária enfraquece a organização; em sua perspectiva havia um processo de desinstitucionalização uma vez que os partidos seriam muito dependentes do eleitor, possuindo desde modo menor autonomia, o eleitor embora mais autónomo em relação a organização estaria mais desorientado (Rebello, 2014).

À semelhança do contexto global, em Moçambique, o surgimento dos partidos políticos não é um processo fácil. Tanto que,

“o aparecimento de partidos políticos em 1990 confundiu muitas pessoas, incluído alguns académicos, para quem a existência de muitos partidos políticos era sinonimo de ameaça a unidade nacional. Talvez isto tenha a sua razão de ser, porque na verdade a primeira república empenhou-se no combate a diferenças incluído,

sobretudo, a diferença política isto propiciou, entre 1990 e 1993/4, a que os partidos políticos da oposição procurassem a sua afirmação a partir dos elementos como a proveniência” (Nuvunga, 2007:70).

Logo após a independência, a Frelimo viu-se confrontada com dois grandes desafios intimamente ligados entre si: por um lado, assegurar a gestão e a transformação da economia colonial e por outro, enfrentar a reação dos poderes brancos da Rodésia e da África do Sul, que se sentiam ameaçados pelo avanço das forças de libertação, agora instaladas directamente nas suas fronteiras (Brito, 2010). Foi nesse contexto de tentativa de construção de um poder político monopartidária, de crise económica interna e de confrontação política regional que surgiu a Renamo, logo depois da proclamação de independência. Organizada inicialmente com o apoio da Rodésia e posteriormente da África do Sul, a Renamo conduziu uma guerra que se espalhou rapidamente a todo o país (Ibdem).

O acordo de Roma, ao estabelecer a paz e as regras de incorporação da Renamo na sociedade moçambicana, significou a possibilidade prática de aplicar os novos princípios constitucionais nomeadamente a realização de eleições multipartidária e, nesse sentido, foi-se avançando num processo sem precedentes, para a possibilidade de construção de uma sociedade democrática pluralista. Porém, o facto de as negociações e o processo de transição política até as eleições terem sido conduzidos apenas pelas duas partes beligerantes, cada uma delas preocupada em garantir o máximo de vantagens para si próprio, significou também uma polarização do espaço político nascente a sua volta. Num certo sentido, pode-se dizer até que a democracia foi confiscada por estes dois partidos, não tendo havido um ambiente favorável para a expressão de outras forças e interesses provenientes da sociedade civil (Brito, 2010: 23-24).

A vontade de restringir o acesso o espaço político de outras forças era particularmente notória da parte da Renamo. Com efeito, no acordo de Roma, estava previsto que haveria uma barreira a representação parlamentar que poderia variar de 5% a 20%. Ora, a proposta de estabelecer a barreira ao nível de 20% foi da Renamo, em total contradição com espírito do sistema de representação proporcional, ele próprio adoptado em Roma sob proposta da Renamo (Brito, 2010: 24). Ao contrario do que se passava ao nível nacional, onde o resultando eleitoral girava em torno dos dois partidos (Renamo e Frelimo), os municípios tem conhecido um crescimento da participação eleitoral e da competição política, tendo sido palco das primeiras alternâncias na governação local. Foi também ai onde nasceu e se

afirmou um novo partido, o Movimento Democrático de Moçambique (MDM), que rapidamente se tornou na terceira força política do país (Brito, 2013).

2.2. Institucionalização dos Partidos Políticos

A institucionalização, refere-se a um processo pelo qual uma prática ou organização se torna bem estabelecida e amplamente conhecida, se não universalmente aceite. Os actores desenvolvem expectativas, orientações e comportamentos baseados na premissa de que essa prática ou organização prevaleceria no futuro previsível. Institucionalização significa que os actores políticos têm expectativas claras e estáveis em relação ao comportamento dos outros actores (Mainwaring e Torcal, 2005).

Nas palavras de Huntington (1968:12), a institucionalização é um processo pelo qual as organizações e os procedimentos adquirem valor e estabilidade, em que o comportamento partidário prevaleceria no futuro. A institucionalização partidária capta o desenvolvimento de um partido em direção à consolidação.

O conceito de institucionalização do sistema partidário traz consigo pressupostos que determinam as possíveis consequências da não institucionalização; a baixa institucionalização incentiva o personalismo, gerando o aumento da corrupção e dos riscos de ruptura do regime (Arquer e Vasque, 2019). Resumidamente a institucionalização tem pontos fortes e fracos (não institucionalização). Na institucionalização os vínculos programáticos ou ideológicos estão na raiz dos vínculos estáveis entre eleitores e partidos, onde a escolha do eleitor, é com base em preferências ideológicas ou programático (Mainwaring e Torcal, 2005).

O frágil enraizamento manifesta-se da seguinte maneira: os vínculos entre eleitores e candidatos são mais personalistas, os eleitores escolhem os candidatos com base em suas características pessoais sem levar muito em conta o partido, ideologia ou questões programáticas, havendo mais vulnerabilidade permitindo, que políticos anti-partido cheguem ao poder (Ibdem).

Quando se fala de partidos institucionalizados refere-se a partidos com raízes estáveis na sociedade e que, tenham uma aceitação global no seu território e onde a manutenção das relações com o eleitor é baseado em ideologias, programas (manifestos), procedimentos comportamentais cristalizados de regras e valores enraizados. Importa salientar que, a institucionalização é importante na medida em que, partidos estáveis são cruciais para a viabilidade e o funcionamento da democracia.

2.3.A Configuração dos Partidos Frelimo, Renamo e MDM

De acordo com os pressupostos da origem dos partidos políticos, Moçambique, enquadra-se nos partidos de origem externa. Os partidos desta natureza são aqueles que buscam dar relevo a uma classe social (as massas), organizadas em comités, constituindo uma filiação numerosa e homogénea (mais quantidade do que qualidade, ou seja, recrutamento massivo). Eles têm funções não apenas institucionais, mas também sociais de integrar as massas na sociedade e torná-las indivíduos politicamente educados. Assim sendo, a opinião pública torna-se algo a ter em conta para a sua ação. As massas têm dentro do partido um papel meramente formal, onde verifica-se a supremacia dos dirigentes internos. É uma organização muito estruturada com uma burocracia própria, misturando profissionais políticos, actividade política permanente e mobilização e consciencialização das massas (Sell 2006 e Maurice Duverger 1951).

Olhando para a sua dinâmica e funcionamento eles enquadram-se na mais recente classificação dos partidos políticos denominados “*catch-all*”, tratando-se de partidos com uma drástica redução de conteúdo ideológico, mais preocupados com a ampliação do leque eleitoral, das legendas, apresentando em acréscimo, objectivos atractivos e ambíguos todos eles de alcance geral. O discurso dos líderes das organizações fica mais pelo grau de eficiência do que pelas metas organizacionais por correligionário. Os “*catch-all*”, são caracterizados também por recrutar em todos os estratos sociais. Tratando-se de um partido popular, ou de toda a gente, procura estabelecer constantes ligações com os mais diversos grupos para o fortalecimento crescente dos políticos situados nas esferas (Sell 2006, Maurice Duverger 1951, Kirchheimer, 1966 e Rebello, 2014).

2.4. Dinâmica e funcionamento dos três maiores partidos de Moçambique

A Frelimo surge em 1962 como um movimento, porém em 1974, após o Acordo de Lusaka que previa a instalação de um novo governo, de transição que estava a cargo da Frelimo começa a deixar para trás a lógica de movimento para tornar-se um partido. A 25 de Abril de 1975, houve alguns grupos políticos que se formaram ou reaparecidos na cena moçambicana os seus esforços no sentido de participar no processo de descolonização foram vãos. A independência seria proclamada pela Frelimo, partido único consagrado na primeira constituição como dirigente do Estado e da sociedade (Brito, 2010).

Ainda durante o período do governo de transição a Frelimo, cuja ação implementada pouco excedia a sua presença nas zonas libertadas situadas nas regiões mais remotas de Cabo Delgado e Niassa, viu-se obrigada a responder à necessidade de garantir a sua presença efectiva em todo o território nacional. Para tal, foi lançado um movimento de formação de grupos dinamizadores, compostos por militantes e simpatizantes da Frelimo, abrangendo tanto os locais de residência como os locais de trabalho, dependentes das sedes distritais do partido, estes tornaram-se os órgãos da Frelimo das zonas libertadas (Brito, 2010:19).

Refere o 11º congresso da Frelimo em seus estatutos do partido que, a Frelimo é um partido patriótico, independente de qualquer organização política ou social, estado, governo, confissão religiosa ou entidade supranacional. Congregando, numa vasta frente, moçambicanos de todas as classes e camadas estando também, determinado a defender os valores de liberdade nacional, paz de democracia, igualdade de solidariedade e de justiça social, nos termos dos seus estatutos e programas.

O mesmo congresso, artigo 5 alínea b), define o objectivo do partido Frelimo como sendo o de promover e defender uma sociedade democrática e socialista, fundada num estado unitário, de direitos, moderno, assente em valores éticos de humanismo e de justiça. Devendo definir e assegurar uma política económica e social que promova a elevação do nível de vida do povo e que preste particular atenção as camadas sociais mais desfavorecidas.

Refere também a necessidade de assegurar um quadro institucional que satisfaça de modo crescente os interesses dos grandes grupos sociais: da criança, do jovem, da mulher dos idosos, dos veteranos e das vítimas de guerra, além de debater e tomar posição perante os problemas da vida nacional e internacional; agir de modo a influenciar as actividades do estado, das autarquias locais e de outras entidades públicas.

A Frelimo, prossegue, é um partido que continua a acção e tradição gloriosa da Frente de Libertação de Moçambique; ela assenta o seu projecto nacional de sociedade na unidade nacional, defesa dos direitos humanos e do cidadão, princípios do socialismo democrático, da auto-estima e da cultura da paz (Ibdem).

O artigo 5 nº 3, refere que, a frente de libertação nacional, partido da independência nacional e da transformação, age de modo a adequar-se permanentemente à realidade nacional e internacional, valorizando a experiência da luta de libertação nacional e a acumulada à proclamação da independência, para no. número 5 defender a Frelimo ser defensora da

cultura, considerando também a interação entre os valores culturais do povo moçambicano e as aquisições culturais da humanidade considerados factores de riquezas do país e do povo.

Porém nota-se que, desde a introdução do multipartidarismo, após as primeiras eleições, onde a Frelimo foi o vencedor - uma vez adquirida a vitória em condições que não exigiam nenhuma concessão política em termos de governação, ou seja, com uma maioria absoluta parlamentar que lhe permitia fazer aprovar as leis sem nenhuma negociação, a Frelimo adoptou também uma linha de consolidação do seu poder, sem partilha (Brito, 2010:23).

Por outro lado, temos a Renamo que surge num contexto de tentativa de construção de um poder político monopartidário da Frelimo. Esta força política apresenta-se inicialmente aos moçambicanos como uma negação ao partido único Frelimo. O seu surgimento é marcado com a emergência da guerra civil e, mais tarde, com a assinatura do acordo de Roma tornando-se no maior partido de oposição e o segundo maior partido em Moçambique.

Pelo boletim da república nº40 (2013), a Renamo é um partido político constituído por moçambicanos, sem distinção de sexo, raça, etnia, crença, religião, profissão, lugar de nascimento ou de domicílio. No seu artigo, 4 alínea a) é referido que faz parte dos objectivos do partido a eliminação total das sequelas do sistema político-económico marxista-leninista e suas consequências na vida social; para na alínea b) mencionar-se a defesa dos direitos do povo moçambicano à terra, ao trabalho, à educação, à saúde, à água, à vida ao bem-estar social e moral, explorados pelo regime marxista-leninista; e por fim, na alínea c), afixar-se a promoção do desenvolvimento equilibrado do país.

Nos termos do artigo 5 a), é tarefa do partido promover a união de todos os moçambicanos patriotas num esforço comum pela paz, liberdade e desenvolvimento. Na alínea b) o partido é referido como organizando, mobilizando e unindo todos os moçambicanos, no processo de construção do país, respeitando sempre as tradições nacionais e a consciência individual para na alínea c) declarar-se que o mesmo partido informa e consciencializa o povo moçambicano nos princípios fundamentais da democracia e dos direitos dos povos.

Olhando para os elementos acima elencados referentes à Frelimo e à Renamo nota-se similaridades e diferenças, e a questão da mobilização e elaboração dos programas de governação faz parte das tarefas dos partidos. Importa frisar que, as diferenças observadas são na verdade negação dos pressupostos do outro (Frelimo), a dinâmica e funcionamento destes foi girando nessa luta bilateral até que nos anos 2000 surge uma terceira força política

ameaçadora para ambos os partidos, assim sendo a lógica da dinâmica e funcionamento destes passa a ser de três.

O MDM, foi criado a 7 de março de 2009, firmando-se como alternativa governativa baseada na boa governação, gestão profissional, atendimento aos anseios do desenvolvimento socioeconómico dos moçambicanos, na perspectiva de um Moçambique para todos. O MDM, assume não ser mais qualquer uma força política, mas uma força política capaz de preencher o enorme vazio existente na vida dos moçambicanos. Diz ainda o MDM que, espera aglutinar no seu pensamento as aspirações de todas as classes sociais, incluindo os marginalizados e desiludidos. Para tal, propõe-se a criação de um programa de acção claro assim como uma capacidade organizativa e mobilizadora (Boletim informativo, 2014).

Segundo Chichava (2010), o surgimento do MDM incomodou bastante a Frelimo. O filho de Uria Simango era visto como ameaça, não só do ponto de vista do poder, para evitar que a Frelimo obtivesse a maioria qualificada tanto desejada por este partido, mas também por ser movido de um ódio profundo pelo facto da Frelimo ter executado o seu pai. A rivalidade não era apenas, por conseguinte, entre o MDM e a Renamo. Aliás, desde o princípio que a Renamo também se sentia bastante incomodada com o MDM, tendo-se rejubilado pela exclusão deste partido em alguns eleitorados (Ibidem).

À semelhança da Frelimo acusada de ser partido dominado por changanas, grupo étnico da província de Gaza ou a Renamo acusada de ser dominada por *ndaus*, um dos grupos étnicos da província de Sofala; alguns sectores da sociedade moçambicana acusam igualmente o MDM de ser também dominado por pessoas de Sofala, em particular dos *ndaus*; o MDM é ainda acusado de estar ao serviço dos interesses da família Simango (Chichava, 2010).

Essas acusações devem-se a factores como os que seguem: os cabeças de lista e a vitória que os partidos em questão têm conseguido nessas regiões. Como exemplo temos o caso particular da Cidade de Maputo, deste ponto de vista, faz parte dos *changanes*, zona sul do país, nesse espaço territorial a Frelimo obteve sempre a vitória.

2.5. Correspondência entre a organização interna dos três maiores partidos moçambicanos e os resultados eleitorais

Os partidos Frelimo, MDM e Renamo têm o seguinte organograma:

Frelimo	MDM	Renamo
-Congresso	-Congresso	-Congresso
-Comité Central	-Presidente	-Presidente
-Secretariado do Comité Central	-Conselho Nacional	-Conselho Nacional
-Comité de verificação dos Comités Central	-Comissão Política Nacional	-Comissão Política Nacional
	-Conselho Jurisdicional	-Conselho Jurisdicional
	-Secretariado Geral	-Secretariado Geral ²

Importa referir que esta estrutura é do organograma a nível central, e para o nível local os partidos têm uma outra estrutura que de uma forma muito particular influencia para os resultados das eleições autárquicas (eleições ao nível local) ou para o bom desempenho na mobilização do eleitorado.

De acordo com uma entrevista feita ao gabinete do secretariado da Frelimo para a área de mobilização e propaganda na Cidade de Maputo, a estrutura local do partido (Célula, círculo, órgãos de localidade, zona, distritais, provinciais, comités e o secretariado) em cooperação com a comissão documental. Com efeito, esta, é criada às vésperas das eleições, já que é aprovado em Julho do mesmo ano das eleições, sendo descritos como fundamentais para o bom desempenho da mobilização do partido Frelimo. Referira-se ainda que esta comissão é a principal responsável pela compilação do manifesto - que acontece num período de 3-5 meses, antes do período da campanha eleitoral seguinte. Prosseguindo, refere que o produto final do manifesto é o resultado da auscultação do eleitor, feita num período pós-eleições, pelos órgãos da estrutura a nível local, repassando em seguida a informação recolhida na sociedade cível, nas visitas aos mercados, igrejas, ou nas campanhas porta-a-porta. E isso, numa reunião dos quadros com a comissão. O entrevistado afirma ainda que a Frelimo produziu, em média, 5mil exemplares de manifesto em cada pleito eleitoral, a nível da Cidade de Maputo.

² Combinação de informação do estatuto e organograma da Renamo, estatutos da Frelimo no 11º-congresso e entrevista ao cabeça de lista da Cidade de Maputo para o partido MDM Augusto Mbazo

Enquanto isso, para o MDM, numa entrevista feita ao chefe da área de mobilização e actual cabeça de lista do partido para a Cidade de Maputo, à semelhança da Frelimo, cria-se um gabinete funcional, só para o período eleitoral, que trabalha na compilação da informação recolhida simultaneamente pela liga da juventude, liga das mulheres (órgãos de apoio ao partido), bem como dos dados resultantes da auscultação à sociedade civil (ordem dos engenheiros, dos médicos, advogados etc) e do uso proactivo da informação de todos os que fazem chegar a informação ao partido, visto o imperativo de produzir o manifesto até 5 dias antes da campanha eleitoral. Afirma também não terem produzido, para as últimas duas eleições autárquicas, exemplares de manifestos eleitorais para a cidade de Maputo em específico, já que a opção foi a da divulgação digital, ou seja, o uso das redes sociais para vender o seu produto ao seu eleitor.

Por fim temos a Renamo que, à semelhança dos dois partidos acima mencionados, cria um gabinete funcional só para o período eleitoral que trabalha na compilação da informação recolhida num período de 2-3 três meses antes das eleições no ano da sua realização. Esta actividade fica ao cargo do grupo responsáveis pela informação a nível local onde, posteriormente, toda a informação desagua na sede, lugar onde existe uma equipe heterógena, responsável pela produção do manifesto eleitoral com especialistas em diversos assuntos sectoriais, a fim de viabilizar o processo de produção do manifesto com a devida qualidade, sendo preciso lembrar que esta comissão foi criada no período do ciclo eleitoral (Chefe adjunto da Renamo do departamento dos estudos).

O manifesto é apresentado na generalidade e na especificidade tendo em conta as particularidades de cada município. Depois de a comissão finalizar a compilação da informação ela passa para à comissão política que faz a sua apreciação. Posteriormente, a comissão passa a informação para o conselho nacional que fará a apreciação final. Este processo ocorre num período compreendido entre 2-3 meses a fim de que o produto final seja apresentado num período de 1-2 meses, antes do início das campanhas.

Para finalizar é importante referir que o manifesto eleitoral não é produzido com o intuito de fazer-se uma distribuição ao eleitor, caso este desejasse tê-lo deveria dirigir-se à administração provincial da sua respectiva cidade. Quando questionada acerca do número de exemplares produzidos para a cidade de Maputo respondeu que não se tinha ainda um número estimado vista a inexistência de financiamento perante a necessidade de se fazer uma boa gerência dos gastos, um factor que influencia a não distribuição ao eleitor.

Resumidamente, nota-se pouco desempenho por parte da Renamo naquilo que é a auscultação e muito desempenho na montagem da estrutura de produção do manifesto nas eleições autárquicas; em contrapartida, uma montagem robusta na auscultação por parte da Frelimo e uma estrutura não muito robusta, comparado a Renamo, na estrutura de produção do manifesto.

E, por fim, o MDM que tem uma estrutura aproximada à da Frelimo, desde o sistema de auscultação à estrutura de produção do manifesto, o que nos leva à explicação dos seguintes resultados para a Cidade de Maputo: O MDM teve um total de 39,97%, enquanto a Frelimo atingia os 58,44% e a Renamo nenhum por não ter participado do processo no ano 2013; e para o ano 2018 observam-se os seguintes resultados: a Frelimo teve 56,95%, o MDM 5,13% e a Renamo 36,43% (Acórdão nº27/CC/2018).

CAPÍTULO III

3. A RELAÇÃO ENTRE OS MANIFESTOS ELEITORAIS E O COMPORTAMENTO ELEITORAL DOS CIDADÃOS DA CIDADE DE MAPUTO

O presente capítulo tem como objectivo descrever a relação existente entre os manifestos eleitorais e o comportamento eleitoral dos cidadãos da cidade de Maputo. Para tal, são apresentadas três partes, que são: a dinâmica do voto na Cidade de Maputo, a importância do manifesto eleitoral na determinação do voto dos cidadãos e o comportamento eleitoral dos cidadãos da cidade de Maputo.

3.1.A Dinâmica Do Voto Na Cidade De Maputo

Vivemos um cenário onde as democracias estão a se tornar cada vez mais complexas, razão pela qual demandam por uma maior compreensão do comportamento do eleitor, o que contribui para a própria gestão da democracia (Linhares e Simioni, 2021). Destacar que, a Escola de Michigan, reconheceu o papel da alienação enquanto instrumento deturpador do processo democrático, caracterizando quatro factores para a existência dessa alienação política, nomeadamente:

- i) O sentimento individual de que o eleitor comum não consegue ter influência sobre as acções do governo;
- ii) A impressão de que as decisões políticas são totalmente imprevisíveis para o cidadão comum;
- iii) A anomalia gerada pela percepção de que, embora as regras que organizam as relações políticas sejam aceites por todos, elas tendem a ser constantemente desrespeitadas pela elite política e, por fim, a convicção de que
- iv) Parte da rejeição às normas políticas são aceites por outros membros da sociedade, mas não por indivíduos que tendem a se isolar (ibidem).

Por outro lado, temos a terciarização do voto, em que eleitores com baixo grau de interesse na política podem usar atalhos informacionais para decidir o voto. Um desses principais atalhos seria por meio da confiança na opinião dos outros, principalmente de pessoas que gozam de prestígio público. Em face do exposto, podemos concluir que o nível educacional é também um factor explicativo do processo de decisão do voto, pois deixa de ser um reflexo mecânico do uso da experiência diária ou das informações da média, passando a envolver o raciocínio,

a correlação entre as informações sobre o desempenho do governo e as políticas governamentais (Linhares e Simioni, 2021).

Os nossos entrevistados (vendedores) da Cidade de Maputo, usam o seguinte argumento para explicar o porque é que, nas eleições de 2013 e 2018, votaram num determinado partido confirmando deste modo o referido por Linhares e Simioni (2021), em termos de que, o sentimento individual do eleitor comum não consegue ter influência sobre as acções do governo e muito menos marcar a diferença com o seu voto, pois, segundo os mesmos vendedores, o vencedor já está determinado, antes mesmo das eleições. Parece-nos ser pertinente observar os guias de mobilização de cada partido para compreender minimamente a dinâmica do apoio do eleitor de cada partido.

Segundo o manifesto eleitoral de 2013 e 2018 da Cidade de Maputo, a Frelimo no seu manifesto dos anos referidos teve como seus pilares os seguintes pontos: melhoramento da governação local e participativa; desenvolvimento das finanças autárquicas, economia local e social; desenvolvimento de infra-estruturas municipais e prestação de serviços básicos aos munícipes; consolidação da unidade nacional, paz e reconciliação nacional e água e saneamento (ampliação de mercados, iluminação pública para todos, habitação); desenvolvimento social e humano (educação, saúde, acção social).

O MDM teve os seguintes pilares para o ano 2013 e 2018: desenvolvimento de infra-estruturas (melhoramento das vias de acesso e criação de novas), uso e aproveitamento dos resíduos sólidos, saneamento (abertura de novos mercados para tirar munícipes que fazem comercio a bera das estradas, melhorar o sistema do uso e aproveitamento da terra) e preservação do meio ambiente olhado para a questão dos resíduos sólidos (manifesto de MDM 2013 e 2018, Cidade de Maputo).

A Renamo para 2018 teve os seguintes pilares: gestão de resíduos sólidos; gestão territorial; mobilidade; mercados, feiras e sector informal; reforma institucional e gestão financeira do município e por fim a questão das áreas sociais (manifesto da Renamo de 2018, Cidade de Maputo).

Os nossos entrevistados na cidade de Maputo referiram que esperavam do município a resolução dos problemas típicos do ambiente no qual estavam inseridos. Para o caso dos vendedores, informais nesta parcela do país, eles queriam mais mercados; para as pessoas residentes em bairros com problemas de enchentes de água em época chuvosa eles esperavam um pronunciamento dos governantes locais no sentido da resolução do seu problema. No

entanto, a resposta do município, no geral, às expectativas é a de que o eleito resolva os seus próprios problemas. A análise dos resultados eleitorais em vários tipos de eleições parece mostrar que os eleitores fazem as suas opções considerando diferentes factores, também em função do tipo de eleição em causa (Antunes, 2008).

Os eleitores, incapazes de lidar com a complexidade e o excesso de informação, usam determinados indicadores como fontes que lhes permitem deduzir a sua posição em relação ao posicionamento, intensidade ou direcionalidade das propostas dos candidatos (Lupia, McCubbins, Popkin, 200 et all, apud, Antunes, 2008:62). A influência dos factores de curto prazo na determinação do voto está ligada à capacidade das campanhas eleitorais que contribuem para determinar as escolhas dos eleitores (ibdem).

3.2. A Importância Do Manifesto Eleitoral Na Determinação Do Voto Dos Cidadãos

A assunção de que a informação desempenha um papel decisivo na escolha eleitoral pressupõe que os eleitores sejam capazes de identificar e avaliar as suas próprias preferências políticas e que sejam igualmente capazes de se posicionarem face às posições políticas apresentadas e defendidas pelos partidos políticos que se apresentam às eleições (Antunes, 2008:61).

Cruzando as respostas dos entrevistados às questões colocadas (quando começou a votar? Alguma vez já teve acesso ao manifesto eleitoral? Já sofreu influência do manifesto para a determinação do seu voto?), verificamos que dos 38 sujeitos da nossa amostra, 94,11% ou 35 nunca tiveram acesso ao manifesto em tempos de campanha e 7,89% ou 3 tiveram acesso embora não tenham sofrido influência do mesmo na determinação do voto.

Os motivos que levaram 52,63% ou 20 sujeitos em 2018 a votarem em um partido diferente daquele em que haviam votado nas eleições de 2013 deve-se à insatisfação com o não cumprimento das promessas das campanhas eleitorais, o aumento do custo de vida e o não fácil acesso a alguns serviços públicos.

Os nossos entrevistados frisam que, a opção de votar num determinado partido, nunca foi influenciado pelo manifesto eleitoral; antes pelo contrário, a história do partido (percepção que o eleitor tem em relação a sua conduta, desde a sua origem até o momento do voto) é o principal factor que influencia em quem votar, isso é, a acessibilidade dos manifestos eleitorais, não é disponibilizado pelos partidos políticos aos eleitores, por outro lado, a não

confiança dos eleitores nas promessas dos novos candidatos e ou, partidos (isto devido a experiência que os eleitores dizem terem com o partido no poder, com os deputados da Assembleia da República tanto do governo assim como dos partidos da oposição, depois de chegar ao poder não fazem valer as suas promessas feitas durante as campanhas, limitam-se apenas a acomodar-se ao sistema estruturada pelos governantes) tem em parte criando o desinteresse de correm atrás do manifesto eleitoral para fazerem uma apreciação do mesmo. Em particular, a oposição não motiva os eleitores pelo facto de se distanciarem dos eleitores durante longo período de tempo, e só reaparecerem em tempos do ciclo eleitoral. Desta forma, os nossos entrevistados sugerem a necessidade da oposição firmar-se, deixando de aparecer só em tempos de eleições. Colocam a sugestão de desenvolverem pequenas actividades comunitárias que não carecem de custos financeiros (uma vez que, a falta de fundos financeiros para manter-se tem sido a justificação do seu desaparecimento), buscando mostrar alternativas antes do pleito eleitoral para que possam fazer-se face ao partido no governo.

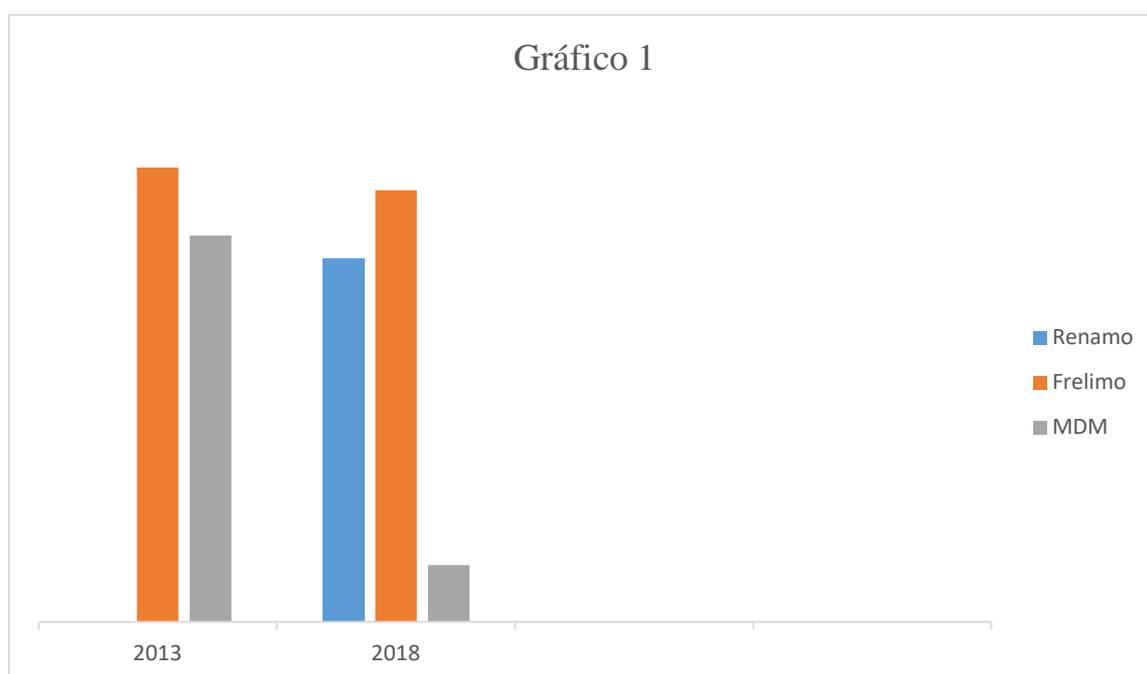
Os partidos devem buscar estratégias para serem auto-suficientes, a fim de manterem-se como existentes aos olhos dos eleitores, mesmo em tempos não electivos, fazendo assim parte do quotidiano do povo, a fim de que o tempo das eleições e campanhas eleitorais seja apenas um período complementar da venda do seu produto e da mobilização do eleitorado. Pois, enquanto a oposição não se mostrar forte, em suas palavras o eleitor afirma, ser preferível manter no poder o que já conhecem do que engrenar numa nova realidade desconhecida ou seja, há uma preferência em manter os riscos minimamente calculáveis do que entrar numa nova dinâmica na qual não há uma estimativa do sucesso ou insucesso, contra um voto cego. Ou seja, o manifesto eleitoral não exerce influência sobre o comportamento do eleitor maputesse, mas sim a proactividade do partido.

No capítulo anterior buscamos compreender a relação existente entre o manifesto eleitoral e a forma como o eleitorado da cidade de Maputo se comporta. Também foram expostos argumentos que ajudaram a perceber melhor, até que ponto o manifesto foi um instrumento importante na determinação do voto dos cidadãos Maputesse nas eleições autárquicas de 2013 e 2018. No capítulo seguinte serão discutidas questões como o papel dos manifestos em tempos de campanhas eleitorais, a influência do financiamento e das finanças para a distribuição dos manifestos eleitorais nas autarquias em tempos de campanha eleitoral.

3.3. O Comportamento Eleitoral Dos Cidadãos Da Cidade De Maputo

As mensagens usadas nas campanhas políticas são construídas em torno de uma ideia simples que consiste em fornecer uma razão para votar num candidato e não votar no outro (Antunes, 2008). Esta realidade é um facto no contexto moçambicano. Importa-nos nesta sessão de um modo resumido explicar como o eleitor ‘maputense³’ vota. Para tal faremos uma apresentação grávida com vista a entender a distribuição do voto para as eleições autárquicas 2013 e 2018 na Cidade de Maputo.

Gráfico da distribuição de voto de cada partido no ano 2013 e 2018 ⁴



Estes dados revelam que, a não concorrência da Renamo deu uma grande vantagem para o MDM, no ano de 2013, como bem ilustra o gráfico. O MDM teve a segunda maior votação na Cidade de Maputo. Embora, em outras autarquias observa-se uma realidade semelhante,

³ Expressão utilizado popularmente para descrever pessoa que vive ou é natural de Maputo.

⁴ CONSELHO CONSTITUCIONAL DE MOÇAMBIQUE, Acórdão n°4/CC/2014 de 22 de Janeiro.

CONSELHO CONSTITUCIONAL DE MOÇAMBIQUE, Acórdão n°27/CC/2018 de 13 de Novembro.

não nos importa tratar aqui, devido a clara delimitação do nosso campo de estudo que limita-se a Cidade de Maputo. No caso da Frelimo nota-se uma estabilidade de resultados nas duas eleições em estudo 58,44% de 2013 contra 56,95% para 2018. A concorrência da Renamo em 2018 trás uma baixa para o MDM e devolve de forma clara a hegemonia dos resultados ao posicionar-se como o segundo maior partido. Torna-se também, evidente que a maioria do eleitor maputesse que se dirige as urnas, é frelimista. Porém, a que considerar a grande probabilidade desse mesmo eleitor ser capturado pela Renamo ou por outra força política opositora que o eleitor maputesse considere-o melhor à responde as suas preferências e ou, interesses num futuro próximo segundo essa tendência de voto aqui ilustrado pelo gráfico.

CAPÍTULO IV

4.O PODER DO MANIFESTO ELEITORAL NA MOBILIZAÇÃO DO ELEITORADO DA OPOSIÇÃO (Renamo e MDM)

Importa referir que o enfoque na oposição deve-se ao facto desde argumentar a falta de finanças para fazer a campanha devidamente. Em contrapartida nos tempos actuais, o mundo apresenta-nos novas ferramentas de comunicação que são relativamente de baixo custo, porém com um grande alcance da população. Por isso, neste capítulo buscamos perceber a dinâmica e o engajamento da oposição no uso dessa nova ferramenta que é o Web 2.0 para divulgar as suas ideias, projectos, e ou, o manifesto sem precisar de expedir altos custos financeiros, e por outro lado perceber o nível de alcance do eleitor maputesse pela oposição em detrimento do partido no poder pelos meios digitais (redes sócias), particularmente o facebook.

4.1. As Campanhas Eleitorais

As campanhas eleitorais são um período em que os candidatos divulgam as suas ideias, programas, ideologias num processo que leva à escolha dos representantes para os cargos públicos, o que é crucial não apenas para a legitimação e o controlo da classe política, mas também para o fluxo de informação que se cria entre os actores políticos, os meios de comunicação e os eleitores. A interação entre estes três elementos caracteriza o tipo de campanhas e as modalidades de comunicação política (Lisi, 2011). O objectivo da campanha política é influenciar o processo e o desenrolar da governação, para a conquista do poder. Consiste essencialmente num esforço de comunicação organizado, envolvendo o papel de uma ou mais agências (partidos, candidatos, instituições governamentais ou organizações de interesses especiais), que procuram influenciar o desenlace do processo de decisão política, moldando a opinião pública (Caetano, 2015).

Os actores políticos fazem campanha porque esperam que o apoio do público, ou dos sectores relevantes do público, ajudem a promover as suas causas políticas, e com o passar dos anos a relação entre a política e os meios de comunicação social foi-se estreitando e os jornais, as rádios, e sobretudo as televisões, passaram a ser vistos de outra forma pelos actores da vida política, uma vez que permitem uma presença constante e uma maior proximidade aos cidadãos (Lopes, 1999, Farrell e Schmitt-Beck, 2002, apud Caetano, 2015).

É em tempos de campanhas que, os candidatos ou actores políticos buscam convencer o seu eleitorado a depositar o voto a seu favor. Santo (2015), defende que, a persuasão é tanto mais eficaz quanto mais vai de encontro às expectativas que os grupos da sociedade civil (que produzem as exigências) desencadeiam. Porém, nota-se que em geral, os partidos políticos não prevêm estatutariamente uma estrutura organizativa responsável pela campanha eleitoral. Na maioria dos partidos o processo eleitoral é gerido por equipas informais e temporárias, vinculadas mais ou menos estritamente aos principais órgãos partidários (Lisi, 2011).

Naquilo que Morozov (apud Tsandzana, 2018) chama “net desilusion”, mostra que as redes sociais estão longe de constituir espaços de consenso sobre a participação e mobilização política, pois não basta o seu acesso, torna-se importante dominar o uso, pois, quanto mais acesso se têm, vários países e dirigentes políticos preparam-se para controlar ou limitar o uso dessas redes sociais como instrumentos de participação e mobilização política. O impacto mais óbvio das redes sociais sobre a democracia pode ter sido a sua capacidade de “perturbar as práticas e instituições políticas tradicionais”, para as quais é claramente necessário evitar optimismo utópico sobre a existência de uma “democracia digital” (Loader apud Tsandzana, 2018).

No caso de Moçambique, o nosso entrevistando Tsandzana refere que, falar dos meios digitais em nosso contexto, pressupõe voltar aos anos de 2008, marcada por uma mobilização a grave usado os meios de comunicação ditais, notando-se cada vez mais a propagação de uso dos mesmos na arena política. E quanto a mobilização durante os tempos de campanha nota-se as primeiras tentativas com Guebuza na campanha de 2009. A semelhança das eleições legislativas de 2009 onde Guebuza fez o uso dos meios digitais as autárquicas começam a ter também, os medias digitais como uma ferramenta alternativa na propagação dos manifestos. A Renamo assim como a Frelimo em 2013 e 2018 tinham pelo menos uma página no facebook. Em destaque a nossa análise importa referir que, o Facebook, em Moçambique, representa, de forma recorrente, um espaço galvanizador, uma rede de dois milhões de utilizadores activos por mês (Tsandzana, 2018).

Em Moçambique, as redes sociais transformaram-se num tubo de escape de políticos para contornar as barreiras dos media tradicionais. Como constatação de realce, pode-se destacar que as redes sociais da Internet têm sido usadas pelos políticos que encontram barreiras em transmitir a sua comunicação por intermédio dos media tradicionais, sendo que as redes

socias tornaram-se um “tubo de escape”. Este facto pode dever-se ao historial passado e presente do desempenho dos media em períodos eleitorais em Moçambique. De facto, vários relatos já mostraram que a actuação de alguns órgãos de informação, sobretudo públicos, age em benefício dos actores políticos no poder (Tsandzana, 2020).

No caso da oposição, se percebe com a Renamo que, para o ano de 2018 os meios digitais foram usadas como um instrumento de mobilização na Cidade de Maputo a medida que, Venâncio Mondlane, cabeça de lista da Renamo após ser Chumbado como candidato a Cidade de Maputo em 2018, em um contexto que já tinha iniciado a protagonização das suas ideias como um futuro governante na página e contas próprias do facebook, optar por mudar de forma radical o tipo de publicações, que no princípio eram eminentemente concentradas sobre a promoção da sua própria imagem, e engajaram-se no apoio aos candidatos indicados como representantes para o seu partido numa espécie de cooptação política interna. De forma concreta, viu-se Venâncio Mondlane a apoiar Hermínio Morais. É possível constatar que se cristaliza um pensamento político segundo o qual as redes sociais da Internet, sobretudo o Facebook e WhatsApp, podem ser espaços que facilitem a comunicação entre políticos e eleitores (Tsandzana, 2020).

4.2. Os Meios Digitais na Arena Política

As tecnologias de informação oferecem aos activistas coisas que eles não tinham antes como, por exemplo: redes de informação que não são facilmente controladas pelo estado e ferramentas de coordenação que já estão embutidas em redes confiáveis de familiares e amigos.

Com a difusão dos meios de comunicação de massas, a crescente mobilização cognitiva dos cidadãos e a profissionalização dos jornalistas, houve uma crescente interdependência entre meios de comunicação e políticos (Blumler e Gurevitch 1981, apud Antunes, 2015). Nesta perspectiva o contacto entre o partido e os eleitores assim como as campanhas eleitorais sofreram metamorfoses, tendo se evoluídas de uma perspectiva de contacto promovido meramente por comícios populares e afixação de cartazes, às campanhas eleitorais a serem distinguidas em pelo menos três etapas, de acordo com as diferentes características de eleitorado, dos média, dos partidos e dos instrumentos utilizados para a comunicação e a propaganda (Farrell, 1996; Norris, 2004, apud Lisi, 2011).

Importa referir que as campanhas possuem diferentes fases. A fase de campanha pré-moderna que vigorou entre meados do século XIX e dos anos 50 do século XX, sendo de curta

duração, concentravam-se na comunicação directa entre candidatos e cidadãos e onde a imprensa partidária era o principal meio de divulgação, com a entrada de agências de comunicação para a elaboração de spots publicitários e realização de sondagens; as designadas de campanhas pós-modernas surgem em 1990, com uma personalização da política, em que o candidato é trazido para o centro do espaço público, em detrimento do partido (Caetano, 2015). E temos também a terceira fase referida à campanha pós-moderna, caracterizada por combinar traços das duas modalidades anteriores através da utilização intensiva das novas tecnologias de comunicação (Lisi, 2011).

Tendo em vista a descentralização no que se refere à transmissão de informações no ambiente digital, pode-se dizer que as relações que envolvem a disputa pelo poder político ganham uma dimensão distinta daquela testemunhada nos suportes “tradicionais” de comunicação. Lançar mão da internet como ferramenta para agregar visibilidade às opiniões e projectos de seus candidatos tornou-se essencial aos partidos, cujo intuito é abranger, naturalmente, a maior parcela possível do eleitorado.

Para as agremiações políticas e os candidatos, existe a possibilidade de se formarem novas redes de contacto, de alcançar audiências particulares, de padronizar mensagens e, logicamente, de adoptar estratégias organizacionais internas mais eficazes. A depender da cultura política de cada sociedade democrática, os “*new media*” se mostram eficientes, como o demonstra a campanha presidencial de Barack Obama, em 2008, por exemplo, e que foi a primeira grande demonstração do poder de mobilização e do uso efectivo da internet para fins eleitorais. O sucesso de Obama na *web* passou a ser a referência para qualquer campanha eleitoral empreendida desde então (Marques, Silva e Matos, 2010).

Usar os meios digitais como um campo de investigação em Moçambique é uma tarefa extramente complicada e limitadora. Isto porque o uso dos mesmos é desordenado, a exemplo desde fenómeno são as limitações que a nossa investigação sofreu ao tentar fazer uma comparação do desempenho das páginas oficiais de cada partido no ano 2018, para perceber é que medida foram usadas as redes sociais na mobilização do eleitorado nas eleições autárquicas observado as publicações em torno dos assuntos ligados a campanha, no entanto encontramos categorias diferentes para o partido Renamo e Frelimo (Partidos que tinham paginas na altura), entre tanto apresentam-se com a mesma modalidade de funcionamento, enquanto a Renamo publicava os seus conteúdos de campanha na página liga da juventude da Renamo a Frelimo publicava na Frelimo Cidade de Maputo. Desta forma, devido a dinâmica

do funcionamento e finalidade das páginas em questão que decidimos continuar com a comparação dos dados que buscam compreender a relação entre a mobilização dos novos meios com os resultados eleitorais. A serem representados graficamente no desenrolar do capítulo.

O desenvolvimento das actividades de campanha, partilha de manifestos, assim como outros artigos que promove os programas, projectos, ideias entre outro, dos partidos políticos envolvem custos financeiros. Daí que, importa-nos aqui destacar a questão do financiamento das eleições com enfoque nas autárquicas para compreender e explicar a dinâmica que a propagação e distribuição dos manifestos eleitorais autárquicos têm correlação com o financiamento.

Na entrevista a Tsandzana refere que, a comunicação digital precisa de grande investimento financeiro, isso porque a competência técnica digital é indispensável para a materialização da comunicação política, implicado deste modo, a contratação de profissionais para operarem na área. Neste contexto que o nosso entrevistando refere que, em 2013 e 2018 só a Frelimo tinha essa capacidade de usar os novos meios de comunicação como instrumento de mobilização com eficiência nas eleições autárquicas, por ser o partido com mais recursos financeiros. Salientar que, para o nosso entrevistando especialista na área, estas exigências financeiras deve-se a conjuntura que uma comunicação bem-feita exige, isso é: a imagem a redação do texto entre outros aspectos. Refere ainda que, o uso dos meios digitais como instrumento de mobilização acaba sendo funcional para os partidos da oposição, a medida que o seu acesso e o uso amador não é custoso em detrimento da sua operacionalização explorada com boa qualidade e técnicas devidamente implementadas.

4.3 O Sistema De Financiamento das Campanhas Eleitorais em Moçambique

Para o debruçar desse tema no contexto moçambicano importa primeiro compreender o contexto global, onde o tema do financiamento de partidos e de campanhas adquiriu uma importância cada vez maior porque, afora seus pontos positivos, costuma ser associado lamentavelmente com escândalos de corrupção política e tráfico de influências.

Com efeito, na América Latina, a crise dos partidos tem, em boa medida, vinculação com os escândalos provocados por seu financiamento ilegal, o mau uso e abuso do poder, de origem pública ou privada, para fins partidários ou pessoais, através da violação de normas de

direito, que se manifesta sob diversas modalidades que vão desde a compra de votos e do uso de fundos ilegais, até a venda de nomeações e o abuso dos recursos estatais (Zovatto, 2005).

Zovatto (2005) advoga que o financiamento eleitoral tem uma intrínseca ligação com fenómenos tais como:

- ✓ o uso para fins partidários ou eleitorais de dinheiro derivado de actividades corruptas;
- ✓ o uso indevido de recursos do Estado com fins político-partidários ou proselitismo, inclusive o desvio de serviços e tempo dos funcionários públicos;
- ✓ suborno antecipado: a aceitação de dinheiro de pessoas ou empresas em troca de promessas ou favores ilícitos em caso de ascensão a postos públicos;
- ✓ suborno: pagamentos a funcionários por parte de fornecedores do Estado em retribuição por favores recebidos: a aceitação de contribuições de fontes questionáveis;
- ✓ participação e favorecimento de negócios ilícitos (tóxicos, armas, jogo, prostituição etc.).

No campo político pós-eleitoral, a influência económica pode direccionar os rumos das licitações públicas para o fornecimento de bens e serviços ao governo de forma a favorecer determinados grupos financiadores da campanha, bem como facilitar a concessão de empréstimos, incentivos fiscais e outros benefícios ou, ainda, decisões legislativas e de políticas, o dinheiro das doações privadas não compra necessariamente votos, mas sim acesso aos políticos. Há também os apoiadores que fazem as doações aos políticos que já estão alinhados aos seus interesses. Os lobbistas engajados em influenciar as políticas adoptadas em benefício próprio, incentivam os gastos eleitorais de candidatos que possam vir a fazê-lo. E estes candidatos, com a ajuda financeira obtida, podem ampliar as suas chances de sucesso na disputa eleitoral (Tonial e Oliveira, 2014).

Quando tratamos do sistema de financiamento nas campanhas eleitorais temos três abordagens a considerar: a abordagem do sistema de financiamento público, sistema de financiamento privado e sistema de financiamento misto.

Tonial e Oliveira, 2014, defendem que o financiamento privado é o mais antigo entre os modelos de arrecadação de verbas pelos partidos políticos, consiste, basicamente, na contribuição dos filiados, doações de pessoas físicas ou jurídicas e, ainda, recursos do próprio candidato à sua campanha eleitoral. Este modelo nos traz argumentos favoráveis ao seu

funcionamento no que se refere à natureza dos partidos políticos como associações privadas e de participação voluntária.

A origem dos recursos deriva directamente dos cidadãos, como uma prova do enraizamento sadio dos partidos na sociedade em que actuam, sempre e quando existam limitações com respeito a sua origem, limites quanto a seus montantes, mecanismos de controlo efectivos e uma série de garantias voltadas para evitar o abuso e a desigualdade. Além disso, a necessidade de colectar dinheiro pode ter efeitos colaterais positivos, pois constitui um poderoso incentivo para recrutar novos membros. Do mesmo modo, as actividades de busca de fundos têm o efeito de criar redes de simpatizantes que, em tempos de campanha, estarão mais bem preparados para cumprir tarefas políticas. A principal característica que esse tipo de financiamento nos coloca diz respeito à relação entre os doadores e os destinatários desses recursos (Zovatto, 2005).

Por outro lado temos o financiamento público que visa menor influência do particular nas funções partidárias. Tem como objectivo principal a maior fiscalização dos gastos e, conseqüentemente, da corrupção, bem como a igualdade na disputa partidária, não permitindo que os partidos se tornem vítimas de interesses económicos, um dos objectivos do modelo público é o maior nível possível de equidade entre os competidores de forma a possibilitar um nível de escolha desapegado do vultoso marketing despendido nas campanhas. Assim, os candidatos seriam eleitos por preferência dos eleitores ao plano de governo proposto, e não em função de maiores ou menores recursos financeiros, que poderiam transformar os processos eleitorais em meros ritos democráticos, com ganhadores e perdedores pré-determinados (Tonial e Oliveira, 2014: 111).

A intenção é conjurar, até onde seja possível, os riscos palpáveis que significa para a competição democrática o fato de que os partidos possam ser prisioneiros de grandes agentes do mercado, ou inclusive, de grupos de interesse que operam à margem da legalidade (Woldenberg, 2003, apud Zavatto, 2005: 299).

E por fim temos o financiamento misto, que pressupõe, a conjugação do sistema público e privado. O financiamento misto tem a vantagem de manter a aproximação da militância, filiados, simpatizantes e da própria sociedade aos partidos. Além disso, mantém a autonomia dos partidos em relação ao Estado, sem perder o carácter público de representação do "povo" ou comunidade. Sendo assim, a maioria das democracias adopta este modelo, até mesmo como forma de buscar inserir apenas o "lado positivo" dos modelos exclusivos. Entretanto,

sabemos que os prejuízos são inerentes a qualquer sistema que se opte, sendo possível apenas a amenização, mas não abolição dos malefícios (Tonial e Oliveira, 2014).

Para o caso concreto de Moçambique, o Estado moçambicano, através de seu orçamento geral, tem prevista uma verba para financiamento dos partidos políticos. Ele garante o mínimo básico para as actividades dos partidos. Com efeito, o regime jurídico sobre financiamento dos partidos políticos veda a possibilidade de qualquer outro tipo de financiamento pelas pessoas colectivas de direito privado e utilidade pública que não seja o previsto pelo Orçamento do Estado (OE). Com o financiamento através do OE a grande parte dos partidos políticos quase que se concentra nos períodos eleitorais, após a aprovação para participar no escrutínio. Aliás, esta deve ser uma das justificações que explica o facto de grande parte dos partidos políticos aparecerem sobretudo neste período eleitoral e se mantêm relativamente desaparecidos após as eleições (Guambe, 2021).

Materialmente, o financiamento através do OE ocorre sobretudo nos momentos de intensidade política, no ciclo eleitoral, particularmente através do financiamento às campanhas eleitorais. Em momentos fora do ciclo eleitoral, apenas os partidos com assento no Parlamento é que são contemplados neste caso (Frelimo, Renamo e MDM). Outras formas de canalização de recursos públicos para os partidos encontram-se camufladas na fluidez entre a administração do Estado e interesses político-partidários como, por exemplo, no Estatuto Especial do Líder do Segundo Partido com assento parlamentar ou ainda nas Presidências de Conselho de Administração das empresas participadas pelo Estado. Com efeito, seja o financiamento através de OE, assim como outros financiamentos têm tendência a se basearem na disposição de assentos parlamentares pelos partidos políticos (Ibdem).

O quadro legal de financiamento aos partidos políticos não define precisamente a que se refere de "outras formas de financiamento" dos partidos políticos. Pode-se subentender que "outras formas de financiamento" sejam os "apoios indirectos". Tratamos resumidamente de dois mecanismos de financiamento indirecto aos partidos políticos, sendo o primeiro referente ao (a) acesso aos meios de comunicação pública e privada pelos partidos políticos e, outro, ao (b) apoio proporcionado pelas Organizações Não-Governamentais (Guambe, 2021).

O tempo de antena atribuído aos partidos políticos em tempos eleitorais nos órgãos de comunicação públicos pode ser considerado como um financiamento indirecto. Mesmo o uso de órgãos de comunicação privados, apesar de não existir uma obrigatoriedade legal, tende a ser uma prática que permite o equilíbrio de presença dos partidos em programas.

Obviamente, estes espaços são também dominados pelos partidos com assento na Assembleia da República (Guambe, 2021).

No caso concreto das eleições autárquias em Moçambique, importa referir que, o OE não prevê nenhuma forma de financiamento directo, limitando-se apenas no financiamento indirecto, que é materializado com a acessibilidade a televisão pública e a rádio para os partidos fazerem campanha dentro das normas estabelecidas. Porém, os partidos políticos não estão vendados a terem outros tipos apoio ou financiamento indirecto, por parte dos simpatizantes, empresários e outras entidades, colectivas ou individuais que o partido poder arrecadar fundos para o financiamento da sua campanha.

4.4. O Nível de Acessibilidade dos Três Maiores Partidos de Moçambique aos Meios De Comunicação na Cidade de Maputo em Tempos de Campanha

Da análise da Cobertura Mediática das Eleições Autárquicas de 2013 destaca-se que a Renamo não concorreu às eleições de 2013 (particularmente na Cidade de Maputo). Percebe-se que a distribuição de frequências desta análise mostra que o partido FRELIMO foi o partido que recebeu a maior cobertura eleitoral, com 47.3% da cobertura total feita pelos média (Nhanale, Raposo e Gemusse, 2013).

A FRELIMO é seguida pelo MDM, com 41.5%. Os restantes 16 partidos políticos e movimentos cívicos ficaram com uma cobertura de cerca de 11.2%. Esta cobertura maioritária (cerca de 88 por cento) para os partidos MDM e FRELIMO pode, principalmente, justificar-se pelo facto de os dois terem concorrido em todas as autarquias do País, preenchendo uma maior hipótese de merecerem uma cobertura. Este interesse e tendência de bipolarização da cobertura mediática para os dois partidos (MDM) e FRELIMO foi verificada, sobretudo nas manchetes e destaques, nos quais os jornais e os programas de radiodifusão sobre a campanha eleitoral abriam com actividades de campanha destes dois candidatos (Ibdem).

Ainda em relação à distribuição de frequência de cobertura pelos partidos políticos é preciso realçar o facto de grande parte dos partidos concorrentes na cidade de Maputo terem tido uma maior hipótese de terem as suas actividades reportadas nos *média*, e isto acontece porque grande parte das redacções centrais dos meios de comunicação estão localizados na cidade de Maputo, havendo uma grande concentração de meios. Deve-se também ao facto de grande

parte dos média (sobretudo os jornais privados) não terem tido meios para estarem em todas as autarquias (Nhanale, Raposo e Gemusse, 2013).

Nos jornais diários, há que destacar o facto de ter havido uma cobertura, maioritariamente, caracterizada por falta de isenção. Destaca-se o dado de 60 por cento de cobertura positiva realizada em três jornais a favor do partido FRELIMO e, em poucos casos, para o MDM. O jornal Domingo foi muito caracterizado por uma cobertura favorável ao Partido FRELIMO e seus candidatos, com quase 92 por cento da sua cobertura e 7.0 por cento de artigos com valências negativas para o MDM e outros partidos, movimentos cívicos concorrentes. O Savana, embora tenha um menor número de artigos classificados, teve uma tendência ao equilíbrio, mas descaindo para uma cobertura negativa para o partido FRELIMO (Ibdem).

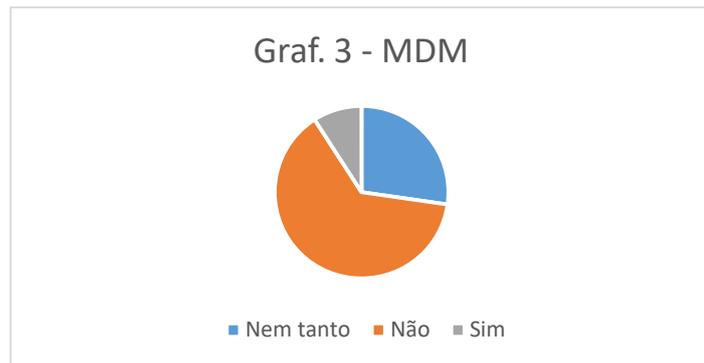
Por seu turno, o Magazine Independente teve uma tendência ao equilíbrio, sem muita cobertura negativa, mas positiva em relação ao MDM. Os Jornais Zambeze e Canal de Moçambique, embora percentualmente diferenciados, tiveram uma caracterização contrária ao Domingo: uma campanha negativa sobre a FRELIMO e positiva para o MDM. Esta última tendência foi também verificável no A Verdade, embora em baixos níveis (Nhanale, Raposo e Gemusse, 2013).

Em relação à análise da Cobertura Mediática das Eleições Autárquicas de 2018 para os três maiores partidos percebe-se a mesma dinâmica das eleições de 2013 quanto à sua cobertura. Muitas vezes cidadãos e organizações (Partidos Políticos) criticam o governo por alegada tentativa de controlar a informação através de barreiras impostas ao acesso às fontes de informação (Coelho, 2004: p. 56).

Para Ngoenha (2015) a alienação da *média* pelo Estado ou pelos partidos políticos em particular o partido no poder fazem deles uma ocasião problemática. Eles podem fornecer ocasião hipotética de participação do maior número, mas também de alienação e mesmo falsificação dos pleitos eleitorais. Podem ainda dar também uma falsa impressão de participação.

A este propósito, Mário (2012:14) considera que o papel dos média em sistemas democráticos relaciona-se, de forma umbilical, com a sustentabilidade da própria democracia, onde os cidadãos devem ser informados sobre os factos e acontecimentos que ocorrem à sua volta e que determinam o curso das suas vidas, enquanto indivíduos dotados de direitos individuais.

No geral percebe-se haver uma cobertura defeituosa para os partidos da oposição. Desta forma, é necessário que a oposição use as redes sociais como meio de propagação política para fazer chegar a sua mensagem ao eleitorado. Neste contexto apresentaremos o gráfico de resposta dos nossos entrevistados quando questionados o seguinte: “ a existência de páginas por parte da Renamo, MDM e a Frelimo fez uma diferença no conhecer as suas propostas de políticas públicas do seu governo caso ganhem as eleições?”, nesta dinâmica de pesquisa foram obtidos os seguintes resultados para cada partido em estudo:



A conjugação destes dados revelam que, nas eleições de 2018 para o caso da oposição (em particular a Renamo) se percebe que o uso das redes sociais tem fornecido ao partido um desempenho positivo na propagação das suas ideias e ou proposta de futuras políticas pública caso ganhe as eleições. Ao usar as redes sociais, a Renamo ganha maior alcance do eleitorado comparado a época do não uso das redes sociais. O MDM, não regista melhorias significativas no alcance do novo eleitor com a propagação usado os meios digitais, podendo isso, ser justificado pela falta de páginas oficiais até o ano de 2018⁵. Nesse caso, o sim na representação gráfica é condicionada a medida que, esta informação, os eleitores só tiveram acesso por iniciativa própria de pesquisa e partilha entre si nas redes. No caso da Frelimo, não regista-se mudanças significativas, pois, antes mesmo das redes sociais este partido já tinha um

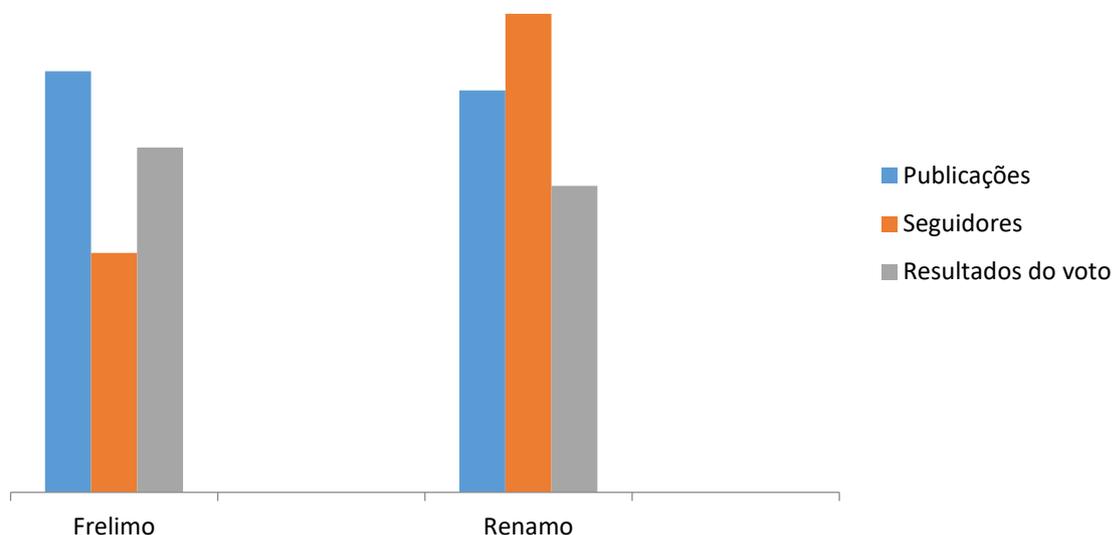
⁵ Facebook

alcance de um eleitorado elevado as redes sociais apenas passaram a conjugar os meios de comunicação ou, mobilização das tradicionais com as modernas.

4.5. O Impacto das Redes Sociais na Determinação do Voto na Cidade De Maputo

Importa realçar neste ponto, a afirmação semelhante dos membros partidários em estudo, que tivemos o privilégio de entrevistar tendo referido que as redes sociais haviam virado o foco na mobilização em tempos de campanhas eleitoral, em particular para a Cidade de Maputo, onde a maior parte da população é urbanizada. Desde já destacar que a cidade de Maputo tem cerca de 1.968.906 habitantes a maioria da população adulta usa um smartphone⁶. Para fazer esta análise termos como indicadores: as publicações e os seguidores. E serão usadas categorias diferentes para comparar, devido, as limitações mencionadas no início do desenvolvimento do capítulo. Porém, o facto de terem a mesma modalidade de funcionamento e finalidade, torna-se possível a sua comparação.

Gráfico 5



A representação gráfica acima ilustrada, resumidamente apresenta-nos o manuseia das redes sócias pelos partidos políticos em estudo, muito em particular o facebook por parte dos partidos Renamo e Frelimo para o ano 2018. Referir que, para o ano 2013 as redes não foram

⁶ www.pmaputo.gov.mz acesso à 14 de Setembro de 2023.

utilizadas pelos partidos políticos como um instrumento potencial na mobilização do eleitor particularmente o maputense. Notando-se a não existência ou criação de página para o partido Frelimo e MDM, destacar que este ultima só veio a criar uma rede social no ano 2019. Explicando deste modo, a sua não representação pelo facto do nosso campo de estudo estender-se até o ano de 2018. Importa frisar que Renamo é uma excepção para o ano 2013 a quanto de existência de pagina uma vez que a liga da juventude neste ano em Julho criou uma pagina onde fazia publicações e criava um espaço de interacção com o eleitor nesta pagina do facebook.

Lembrar que, o destacamento do facebook, deve-se ao facto de não haver registo de existência de páginas nas outras plataformas sociais para os partidos em estudo. E por fim, de modo resumido percebe-se que o maior partido da oposição de Moçambique tem feito um uso massivo das redes sócias para mobilizar o eleitor a depositar o voto à seu favor comparado à outros partidos da oposição, sendo talvez uns dos motivos explicativo dos resultados obtidos por este partido, que geralmente se aproximam aos resultados da Frelimo, partido no poder desde a independência de Moçambique.

CONCLUSÃO

É importante ter partidos institucionalizados porque estes tendem a estar firmemente ancorados na sociedade, ajudando-os a superar os problemas de ação colectiva, permitindo também a efectiva canalização das preferências (voto) dos cidadãos para as elites partidárias inseridas nas instituições democráticas. Por outro lado a institucionalização partidária pode, estabilizar os padrões de competição partidária e assegurar a responsabilidade eleitoral dos políticos perante os seus eleitores, tornando-se o partido deste modo um mero instrumento para alcançar um conjunto de objectivos. O grau de institucionalização de um partido tem impacto, sobre o seu grau de coalizão e influências dominantes; por outro lado da devida importância concedida ao manifesto eleitoral, resulta a necessidade de ser um instrumento mobilizador consequente do eleitorado.

Os manifestos eleitorais não têm desempenhado o seu papel com eficácia de servir de instrumento de mobilização do eleitor em Moçambique e muito em particular n Cidade de Maputo, devido há não institucionalização dos partidos políticos moçambicanos (medida com o profissionalismo no desenvolvimento das suas actividades como partido, alcance e aceitação nacional, a observação à normas para justificar o seu procedimento, a imparcialidade na aplicação da disciplina partidária para com os membros do partido), embora alguns estejam em um passo de institucionalizar-se. Por causa dessa não institucionalização inclusive do partido no governo, nota-se uma grande descredibilidade das instituições políticas moçambicanas, provocado desde modo um voto alienado ou seja, um voto que não sofre influência do manifesto. Para o eleitor Moçambicano, e em particular Maputense o vencedor é conhecido antes de o jogo iniciar. Situação esta, que no domínio de boa governação eleitoral não pode ocorrer, pois é o dever das instituições políticas de governação eleitoral garantir a certeza procedimental a fim de se ter uma incerteza eleitoral. Em geral, precisa-se da institucionalização bem como da credibilidade das instituições para que o eleitor vote no candidato que melhor o seduzir durante a campanha, na certeza de que, a escolha da maioria dos eleitores prevalecera. Por fim temos a média que coopera na acessibilidade dos manifestos. Pois, o acesso aos espaços mediáticos transformou-se, nos últimos tempos, em verdadeira manifestação democrática, onde os actores políticos se digladiam para expôr os seus ideais de ação política. Esta credibilidade que os *médias* têm na produção de informação de interesse público torna- os num espaço de interesse estratégico e de disputa dos partidos políticos com o objectivo de obterem uma cobertura positiva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMOND, Gabriel, VERBA, Sidney, “The civic culture: political attitudes and democracy in five nation”, Princeton: University Press, 1963.

ALVEZ, Felipe, “*Marketing político e eleitoral: um estudo sobre as estratégias e ferramentas necessárias para a construção de uma campanha política*”, Rio de Janeiro: UFRJ, 2018.

ANTUNES, Joana, LISI, Marcos, “*As eleições legislativas de 2011 na imprensa: partidos, candidatos e temas da campanha eleitoral*”, in campanhas eleitorais, debates televisivos e propaganda. Comunicação política e as eleições legislativas de 2011, Marcos Lisi, Paula do Espírito (coord), Livros LabCom, 2015.

ARQUER, Monize, VASQUEZ, Victor, “Institucionalização dos sistemas partidários”, in revista brasileira de ciências sócias, vol. 34, nº 100, 20019.

ASLAK, Orre, SALVADOR, Forquilha, “*Conselhos locais e institucionalização democrática em Moçambique*”, Maputo: IESE, 2012.

BAPTISTA, Cristina, SOUSA, Maria, “*Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios*”, Lisboa: Informática, 2011.

BOLLEYER, Nicole, RUTH, Saskia, “*Investimento da elite na institucionalização do partido nas novas democracias: Uma abordagem bidimensional*”, in o jornal da política, volume 80, nº 1, 2017.

BRITO, Luís, “*O sistema eleitoral uma dimensão crítica da representação política em Moçambique*”, in Desafios para Moçambique 2010, Maputo: IESE, 2010.

BRITO, Luís, “*Breve reflexão sobre autarquias, eleições e democratização*”, in Desafios para Moçambique 2013, Maputo: IESE, 2013.

BRITO, Luís, “*A Frelimo, o marxismo e a construção do Estado Novo 1962-1983*”, Maputo: IESE, 2019.

CAETANO, Filipe, “*A construção da mensagem dos candidatos nos debates televisivos pré-eleitorais: o caso da legislativa de 2011*”, in campanhas eleitorais, debates televisivos e

propagada. Comunicação política e as eleições legislativas de 2011, Marcos Lisi, Paula do Espírito (coord), Livros LabCom, 2015.

CAHEN, Michel (2020). “*Programas, sim, mas para fazer o quê? Uma análise dos manifestos eleitorais dos partidos políticos para as eleições moçambicanas de 15 de Outubro de 2019*” in *Desafios para Moçambique 2020*, Maputo: IESE, 2020.

CHICHAVA, Sérgio, “*Movimentos democráticos de Moçambique: uma nova força política na democracia moçambicana?*”, Maputo: cadernos IESE, nº 2, 2010.

CISTAC, Gil, *institucionalização, organização e problemas do poder local*, Lisboa: jornadas de direito municipal comparado lusófono, 2012.

COELHO, C., *Experiência do controle social do poder político ao nível da imprensa. In Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS), controle social do poder político em Moçambique divisão de poderes*, Maputo, 2004.

FERNANDES, António José, “*introdução à ciência política: teorias, métodos e temáticas*”, Porto: Porto Editora, 2008, pp. 210.

GEMUSSE, Constantino, RAPOSO, Egídio, “*Análise da cobertura mediática das eleições autárquicas de 2013 em Moçambique*”, Maputo: CEIC, IREX, 2013.

GIL, António, “*Métodos e técnicas de pesquisa social*”, São Paulo: ATLAS.S.A., 6ª edição, 2008.

GUAMBE, Egídio, SALEMA, Ericino, “*Proposta de lei de radiodifusão na agenda do A.R. oportunidade para os médias moçambicanos se afirmarem como agentes de peace building*”, Maputo: EISA, policy brief nº 13, 2021.

HEYWOOD, Andrew, *Politics*, New York: Palgrave Macmillan, 2002, pp.223.

HEYWOOD, Andrew, *Politics*, New York: Palgrave Macmillan, 4ª edição, 2013.

LINHARES, António, SIMIONI, Carlos, “*Elementos determinantes do voto*”, in cadernos da escola superior de gestão pública, Curitiba, volume nº 4, 2021, pp:150-163.

LISI, Marcos, “*A profissionalização das campanhas em Portugal: partidos e candidatos nas eleições legislativas de 2009*”, in *Revista de ciências sociais e política*, Lisboa: Universidade nova de Lisboa, 2011.

MAINWARING, Scott, TORCAL, Mariano, “*Teoria e institucionalização dos sistemas partidários após a terceira onda de democratização*”, in *opinião pública, campinas: volume XI, nº 2, 2005, pp. 249-286.*

MARQUES, Francisco, MATOS, Nina, SILVA, Fernando, “*Estratégias de comunicação política online: uma análise do perfil de José Serra no twitter*”, S/L: UFC, 2010.

MICHELS, Robert, “*The Oligarchic tendencies of organization*”, in *Political Parties, a sociological study of the oligarchical tendencies of modern democracy*, S/L, 2001, pp: 218-246.

MOTA, Juliana Carla, “*Comportamento Eleitoral e Propaganda Política: Principais conceitos e reflexões*”, Curitiba: universidade Federal do Paraná, 2012.

NGOENHA, Severino, *Terceira Questão*, Maputo: UDM, 2015.

NUVUNGA, Adriano, “*Experiências com Partidos Políticos em Novas Democracias. O ‘deixa andar’ no quadro institucional em Moçambique*”, In *Cadernos Adenauer VIII, nº 3, 2007.*

NUVUNGA, Adriano, SITOIE, Eduardo, “*Institucionalização do partido em Moçambique: O partido do Estado contra a Oposição*”, in *Jornal das Eleições africanas, Volume 12, nº 1, 2013.*

OLIVEIRA, Elton, TONIAL, Raissa, “*Os modelos de financiamento de campanhas eleitorais*”, Porto Alegre: vol.40, nº1, 2014, p.106-199.

PANEBIANCO, Ângelo, *Modelos de Partido: Organização e poder nos partidos políticos*, São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REBELLO, Maurício, “*Os partidos políticos: uma nova evolução de tipologias sob novos contextos*”, Brasil: universidade federal do pampa, 2014.

SELL, Eduardo, “*Introdução à sociologia política: política e sociedade na modernidade tardia*”, Petrópolis: vozes, 2006, pp. 153-156.

TSANDZANA, Dércio, “*Juventude urbana e redes sociais em Moçambique: a participação política dos conectados desamparados*”, in *Os estudos lusófonos e as ciências da comunicação, vol.34, 2018, pp. 235-250.*

TSANDZANA, Dércio, “*Redes Sociais da Internet como “Tubo de Escape” Juvenil no Espaço Político Urbano em Moçambique*”, in Caderno de Estudos Africanos 40, 2020, posto online no dia 29 maio 2021, consultado o 06 junho 2021. URL: <http://journals.openedition.org/cea/5500> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/cea.5500>.

ZOVATTO, Daniel, “*Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América latina*”, in opinião pública, campina: vol. XI, n°2, 2005, p.287-336.

FAZENDA, Victor, 2019, [www.dw.com»eleicoes-em-moçambique](http://www.dw.com/eleicoes-em-moçambique), publicado à 03 de 10 de 2019, (acesso à 3 de Dezembro de 2021).

Legislações

BOLETIM DA REPUBLICA, I Serie, lei n° 14, 18 de Dezembro de 2018.

BOLETIM DA REPUBLICA, III Serie, n° 40, 21 de Maio de 2013.

BOLETIM DA REPUBLICA, III Serie, n° 59, 25 de Junho de 2013.

BOLETIM INFORMATIVO, ano III, n° 5, Marco de 2014.

CONSELHO CONSTITUCIONAL DE MOÇAMBIQUE, Acórdão n°4/CC/2014 de 22 de Janeiro.

CONSELHO CONSTITUCIONAL DE MOÇAMBIQUE, Acórdão n°27/CC/2018 de 13 de Novembro.

CONSTITUIÇÃO DA REPUBLICA DE MOÇAMBIQUE, Maputo: 2004.

Monografias

ANTUNES, Rui Jorge, “*Identificação partidária e comportamento eleitoral. Factores estruturais, atitudes e mudanças no sentido de voto*”, Coibra: 2008.

COSTA, Julia, “*Redes sociais e eleições: o uso das novas mídias em campanhas eleitorais brasileiras*”, Rio de Janeiro: 2018.

OLIVEIRA, Isabel, “*Teoria da escolha racional e o comportamento eleitoral neopentecostal*”, Pelotas, 2012.

SANTANO, Ana, “*Do surgimento à constitucionalização dos partidos políticos: uma revisão histórica*”, 2017.

Regulamentos

ESTATUTO DO PARTIDO, 11º congresso, Matola, 01 de outubro de 2017.

MANIFESTO ELEITORAL DA RENAMO, 2013 e 2018.

MANIFESTO ELEITORAL DO MDM, 2013 e 2018.

MANIFESTO ELEITORAL DA FRELIMO, 2013 e 2018.