

Factsheet sobre **DESINFORMAÇÃO NO ESPAÇO DIGITAL EM MOÇAMBIQUE**

(JANEIRO-MARÇO DE 2026)

INTRODUÇÃO

O presente relatório documenta a situação de desinformação em Moçambique ao longo dos meses de Janeiro, Fevereiro e Março de 2026, identificando os principais temas, padrões e actores envolvidos na produção e disseminação de informações falsas. No documento, o leitor encontrará uma caracterização detalhada das narrativas predominantes, bem como uma tipologia das formas de desinformação mais recorrentes e das técnicas






utilizadas na sua construção. São igualmente examinados os meios de propagação, com destaque para o papel central da rede social Facebook, e as vítimas mais frequentes, desde instituições públicas e figuras políticas até à população em geral. Por fim, o relatório apresenta conclusões e propõe recomendações estratégicas com vista à mitigação do fenómeno.

METODOLOGIA

Este factsheet é produzido com recurso a dois métodos de recolha de dados: um automatizado e outro manual. Inicialmente, uma plataforma automatizada de monitoramento, que inclui utilização de inteligência artificial, rastreia, em tempo real, conteúdos que circulam no espaço digital moçambicano com elevado potencial de desinformação. Num segundo momento, as informações recolhidas são submetidas a um exercício de verificação de factos. O processo manual inclui a análise cruzada de fontes credíveis, a consulta de dados oficiais e a utilização de ferramentas digi-

tais de verificação de autenticidade de conteúdos. Finalmente, os casos de desinformação confirmados são classificados pela sua natureza, como política, sociedade, economia, saúde, entre outras, e categorizados de acordo com o tipo de manipulação observada, como o falso, informação manipulada/enganosa, informação não comprovada, sátira ou paródia. Esta abordagem combinada permite não só a quantificação da desinformação, mas também a interpretação dos seus padrões e dinâmicas.

IMAGEM 1: Graus de Veracidade da Informação – MISACheck

 <p>VERDADE Informação confirmada e factual.</p>	 <p>FALSO Informação fabricada completamente falsa e inventada.</p>
 <p>INFORMAÇÃO NÃO COMPROVADA Quando ainda não se reuniu dados suficientes para categorizar a informação.</p>	 <p>INFORMAÇÃO MANIPULADA/ENGANOSA Alterações intencionais em textos, fotos, vídeos ou áudios para enganar ou induzir ao erro.</p>
 <p>SÁTIRA OU PARÓDIA Conteúdo humorístico ou satírico com potencial para enganar.</p>	

Durante o primeiro trimestre de 2026 foram identificados 22 casos de desinformação, todos classificados como falsos. Em comparação com o trimestre anterior (Outubro a Dezembro de 2025), observou-se uma ligeira diminuição no número total de ocorrências (de 23 para 22 casos), mantendo-se, contudo, uma forte predominância de conteúdos falsos.

PRINCIPAIS CONSTATAÇÕES

Ao longo do período em análise, observou-se o predomínio de conteúdos de natureza política. Estas narrativas focaram-se sobretudo em influenciar a perceção pública sobre decisões governamentais, atores políticos e o funcionamento das instituições. Em segundo lugar, surgem os temas ligados à economia e às finanças públicas, destacando-se alegações sobre a gestão de fundos do Estado e os preços de bens essenciais. Seguem-se conteúdos sobre segurança e justiça, frequentemente associados a detenções, corrupção e processos judiciais. Por fim, temas diversos, como clima e infraestruturas que, apesar de menos frequentes, tiveram forte impacto devido ao seu potencial de gerar alarmismo.

Em Janeiro, apesar do menor volume de casos, temática desinformação foi mais diversificada em termos de temas envolvidos. Circularam, por exemplo, alegações de que o Governo moçambicano teria emitido um ultimato aos Estados Unidos — informação totalmente falsa — e conteúdos que indicavam que o ex-presidente da Re-

Mês	Nº de casos
Janeiro	7
Fevereiro	9
Março	6
Total	22

TABELA 1: Distribuição Mensal da Desinformação

pública, Joaquim Chissano, estaria hospitalizado, recorrendo a imagens manipuladas. Estes casos ilustram dois padrões recorrentes: a fabricação de declarações diplomáticas e o uso de conteúdos manipulados para dar credibilidade às narrativas.

Fevereiro foi o mês com maior volume de desinformação, com uma concentração significativa em temas económicos e de segurança. Um dos casos mais relevantes foi a alegação de desvio de fundos do Fundo de Desenvolvimento Económico Local (FDEL), baseada em valores inflacionados e incorretos. Outro exemplo foi a circulação de um vídeo que anunciava a chegada de um ciclone ao país, posteriormente identificado como sendo gerado por inteligência artificial. Estes casos demonstram o uso de dados manipulados e tecnologias digitais para criar conteúdos aparentemente reais, mas falsos, frequentemente explorando preocupações reais da população.

Em Março, manteve-se uma forte incidência de conteúdos políticos, com destaque para narrativas relacionadas com relações internacionais

e economia. Um exemplo foi a alegação de que Moçambique teria ameaçado o Irão com uma resposta militar, informação sem qualquer base factual. Outro caso relevante foi a notícia falsa sobre a saída de uma grande empresa mineira do país

MEIOS DE PROPAGAÇÃO, VITIMAS E AUTORES DA DESINFORMAÇÃO

No que diz respeito aos meios de propagação, o Facebook destacou-se como a principal plataforma de disseminação. A circulação ocorreu sobretudo através de páginas de acesso livre, grupos fechados e partilha de links para blogs externos, gerando uma rápida viralização de conteúdos sensacionalistas.

As principais vítimas da desinformação no período em referência foram o Governo moçambicano, a Presidência da República e outras instituições públicas, frequentemente associadas a alegações falsas de má gestão ou decisões inexistentes. Figuras políticas e empresas também foram visadas, enquanto a população em geral foi afectada de forma indireta, sobretudo através de conteúdos alarmistas.

Por fim, os autores e disseminadores da desinformação são, na sua maioria, actores não verificados, incluindo páginas genéricas, perfis anónimos, grupos de Facebook e blogs externos. Estes operam com base em conteúdos sensacionalistas, sem fontes credíveis, formando uma rede descentralizada que facilita a rápida propagação da desinformação e dificulta a sua contenção.

(Kenmare), sugerindo um cenário de crise económica. Neste período, destacaram-se também práticas como a descontextualização de vídeos e a disseminação de informações não confirmadas sobre processos judiciais.

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

O período analisado evidenciam predomínio absoluto de conteúdos falsos. Destaca-se uma forte politização da desinformação, com a maioria dos conteúdos direccionados a figuras políticas, instituições públicas e decisões governamentais, o que pode ser uma tentativa de influenciar o debate público e moldar percepções.

Adicionalmente, confirma-se o Facebook como epicentro da disseminação, especialmente através de grupos fechados e páginas não verificadas. Outro elemento relevante é o crescimento do uso de inteligência artificial, sobretudo em conteúdos visuais, o que revela uma sofisticação crescente das técnicas de desinformação.

Face a este cenário, impõe-se a adopção de medidas específicas por diferentes actores.

RECOMENDAÇÕES PARA O GOVERNO:

- Reforçar mecanismos de comunicação institucional rápida e transparente, capazes de responder prontamente a informações falsas.

- Criar ou fortalecer unidades de monitorização da desinformação, com foco especial nas redes sociais digitais.
- Promover campanhas públicas de educação mediática, em parceria com instituições de ensino e organizações da sociedade civil.
- Produzir conteúdos explicativos que ajudem a população a compreender como funciona a desinformação.

RECOMENDAÇÕES PARA OS MEDIA CONVENCIONAIS:

- Intensificar práticas de verificação de factos (fact-checking) e ampliar a sua divulgação junto do público.
- Evitar a reprodução de conteúdos virais sem validação prévia, mesmo quando já amplamente disseminados.

RECOMENDAÇÕES PARA A SOCIEDADE CIVIL:

- Promover iniciativas de literacia mediática e digital, com foco em comunidades mais vulneráveis à desinformação.
- Incentivar uma cultura de verificação antes da partilha, combatendo a propagação involuntária de conteúdos falsos.

