

# O USO POLÍTICO DAS MÍDIAS DIGITAIS NA GUINÉ-BISSAU: O FACEBOOK NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2019<sup>1</sup>

**Resumo:** O crescimento da comunidade guineense nas redes sociais nos últimos anos gerou novos conflitos sociais e políticos, que transformaram essas redes em espaços de ação coletiva e discordância política, usados pelos cidadãos para defender suas convicções ideológicas e partidárias. Perante a esse contexto, observa-se a polarização de opiniões e ataques aos adversários, comportamentos recorrentes da comunidade guineense nas redes sociais. Este artigo tem como objetivo analisar o uso do Facebook como o instrumento de comunicação nas eleições de presidenciais da Guiné-Bissau de 2019, a partir da análise das interações, discussões políticas e discordância de opiniões. Conclui-se que as mídias digitais são um mecanismo de participação dos cidadãos no debate público assim como um recurso para arremeter eleitores nas campanhas eleitorais.

**Abstract:** *The growth of the Guinean community on social networks in recent years has generated new social and political conflicts, which have transformed these networks into spaces for collective action and political disagreement, used by citizens to defend their ideological and party convictions. In this context, there is a polarization of opinions and attacks on opponents, recurring behaviors of the Guinean community on social networks. This article analyzes the use of Facebook as a communication tool in the 2019 Guinea-Bissau presidential elections, based on the analysis of interactions, political discussions and disagreement of opinions. It is concluded that digital media are a mechanism for citizen participation in public debate, as well as a resource to enlist voters in electoral campaigns.*

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo Jaquité (2015), o fluxo de emigração dos guineenses para a diáspora e a classe empresarial contribuíram para a propagação das mídias digitais na Guiné-Bissau. O golpe de Estado de 2012 e a queda do governo do Partido Africano da Independência Guiné e Cabo Verde (PAIGC), liderado por Domingos Simões Pereira, em 2015, foram marcos importantes para o engajamento dos guineenses nas redes sociais. Por outro lado, o crescimento da comunidade nas redes sociais foi influenciado pela perseguição e cerceamento dos órgãos de comunicação social, que começou desde períodos coloniais até a abertura democrática em 1991. Ao longo desses períodos, a liberdade de expressão e a liberdade de manifestação têm sido restringidas, com cidadãos sendo ameaçados por emitirem opiniões críticas ao regime. O legado histórico das perseguições políticas e instabilidades políticas influenciaram o engajamento dos cidadãos nas redes sociais, usando esse espaço para se expressar livremente e pressionar o estado.

Nos últimos anos, o crescimento dos guineenses nas redes sociais fez os partidos políticos adotarem novas estratégias, criando suas próprias plataformas digitais para facilitar a comunicação com os eleitores que estão no território nacional e na diáspora. A grande parte dos candidatos que participaram das eleições presidenciais de 2019 privilegiaram as plataformas digitais e fortaleceram os seus canais de comunicação nas redes sociais, com estratégias definidas e equipes organizadas para confrontar os adversários e conquistar novos eleitores, levando à polarização entre os apoiadores dos candidatos nas redes sociais. Além das discussões e comentários que acontecem nas redes dos próprios candidatos, as pessoas formam suas opiniões nas páginas de notícias, usando esse canal para criar laços sociais e atacar os adversários. Diante disto, as redes sociais não apenas foram canais de comunicação e mobilização, como também espaço de disputas ideológicas sobre as diferentes visões de mundo.

Nas eleições de 2019 participaram 12 candida-

tos: Domingos Simões Pereira, candidato do PAIGC; Umaro Sissoco Embaló, candidato apoiado pelo Movimento de Alternância Democrática (MADEM-G15); Idríça Djaló, candidato apoiado pelo Partido da Unidade Nacional (PUN); Nuno Gomes Nabiam, candidato apoiado pelo Partido de Renovação Social (PRS) e Assembleia do Povo Unido – Partido Democrático da Guiné Bissau (APU-PDGB); Baciro Djá, candidato do partido Frente Patriótica de Salvação Nacional (FREPASNA); Vicente Fernandes, candidato apoiado pelo Partido Convergência Democrática (PCD); António Afonso Té, candidato apoiado pelo Partido Republicano para Independência e Desenvolvimento (PRID); Mamadu Iaia Djaló, candidato do Partido da Nova Democracia (PND); Mutaro Intai Djabi, candidato do Partido Unido Social Democrata (PUSD); Carlos Gomes Júnior, Gabriel Fernando Indi e José Mário Vaz, estes três últimos candidatos são independentes, sem apoio partidário. Entre os participantes da corrida, as candidaturas de Domingos Simões Pereira e de Umaro Sissoco Embaló conquistaram o maior número de votos no primeiro turno das eleições, levando a disputa para o segundo turno. No entanto, com o apoio dos partidos e candidatos derrotados na primeira volta, o Umaro Sissoco Embaló conseguiu ser eleito como presidente da república.

Durante o período da campanha eleitoral, os apoiantes das candidaturas usaram o Facebook como canal de mobilização e expressão política, com as estratégias baseadas nos discursos polarizados atrelados às questões étnicas e religiosas, com as acusações, ataques e insultos. As brigas partidárias envolveram também altos dirigentes do governo que, durante as eleições, usaram suas páginas de redes sociais para se defender e atacar os adversários. A divergência de opiniões, os discursos de ódio, as disseminações de informações falsas e discursos étnicos foram os principais destaques na campanha eleitoral.

A polarização política entre os apoiadores dos candidatos à presidência da república na Guiné-Bissau em 2019, observada nas redes sociais, despertou o meu interesse em estudar o uso político das

**Dauda Uali**

Licenciado em Ciências Sociais pela Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Mestrando em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

**Contato:**

<daudauali11@gmail.com>

**Palavras-chave:**

Guiné-Bissau; Mídias Digitais; Participação política; Campanha eleitoral; Facebook.

**Keywords:**

Guinea-Bissau; Digital Media; Political participation; Election campaign; Facebook.

**1** Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao curso de Licenciatura em Ciências Sociais da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Campus dos Ma-lês, sob a orientação da Profa. Zelinda Barros.

**2** A escolha do tema ocorreu após a minha participação como bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/FAPESB), no projeto “Participação de Mulheres Afro-brasileiras e Africanas no Processo de Produção e Pesquisa sobre Tecnologias Digitais” (2019–2020), coordenado pela Prof<sup>a</sup> Zelinda Barros, no qual desenvolvemos a pesquisa de caráter exploratório, identificando as pesquisadoras negras nas Universidades Públicas de PALOP e Brasil que atuam sobre as temáticas ligadas a tecnologias digitais (BARROS; FONSECA & UALI, 2022).

**3** Para a escolha do Facebook e categorias selecionadas para análise, tomou-se como base as observações realizadas em diferentes plataformas virtuais, redes sociais e páginas de notícias. Essas observações permitiram chegar à conclusão que evidencia que, no período da campanha eleitoral presidencial guineense de 2019, o Facebook foi principal canal da comunicação e das discussões políticas. Entretanto, por ser uma das redes sociais mais destacadas, isso acaba tornando essa rede um espaço de comunicação fortemente engajado que proporciona às pessoas trazerem para o debate questões complexas, ligadas à política nacional, usando esse meio para se posicionar, defender seus líderes políticos e afrontar os adversários.

mídias digitais<sup>2</sup>, com olhar específico para as divergências de opiniões das discussões políticas no Facebook.

Para a realização da pesquisa que originou este artigo, foi adotado o método da pesquisa netnográfica qualitativa adaptada a redes sociais (FRAGOSO; RECUERO & AMARAL, 2011; KOZINETS, 2014). Tendo em vista que o Facebook foi principal rede da comunicação e discussões políticas durante a campanha presidencial de 2019<sup>3</sup>, analisei as postagens publicadas e os comentários trocados entre seguidores desta rede, precisamente nas páginas de notícias de Rádio TV Bantaba, Bissau On-line e Rádio Jovem Bissau, durante o período de dezembro de 2019, no segundo turno das eleições presidenciais.

O artigo está estruturado em três seções: na primeira, introduzimos as reflexões teóricas sobre democracia e participação política na era das mídias digitais; na segunda, traço um panorama da história dos órgãos de comunicação social e mídias digitais na Guiné-Bissau, apontando o regime autoritário e as instabilidades políticas como os principais fatores que estimularam o engajamento dos guineenses nas redes sociais; na terceira e última seção, apresento os procedimentos metodológicos e os resultados da análise da pesquisa, constituído por postagens nas páginas de TV Bantaba, Bissau On-line e Rádio Jovem Bissau, do Facebook, no período de dezembro de 2019.

## 2. PARTICIPAÇÃO POLÍTICA NA ERA DAS MÍDIAS DIGITAIS

A internet surgiu na segunda metade do século XX, nos Estados Unidos da América, como parte de um projeto militar, e seu uso começou a se disseminar a partir da década de 1970 (LÉVY, 1999). Com a sua popularização, o ciberespaço transformou-se não só num novo espaço de conhecimento a serviço do mercado, mas também de organização e aproximação de mundos através de redes de comunicação onde é possível construir laços sociais. As mudanças também impactaram o funcionamento das instituições políticas, no âmbito da comunicação e da participação dos cidadãos da esfera pública. Nos regimes democráticos, a internet está se tornando um espaço da agregação de valores democráticos onde diferentes grupos sociais se organizam para pressionar o Estado, rompendo com a burocratização dos meios de comunicação tradicionais.

Revisando a história da democracia, desde a ascensão da democracia ateniense, a participação política e representação política têm sido fenômenos mais destacados no campo da teoria democrática, começando por autores clássicos até aos dias atuais (BOBBIO, 1986). Essas análises têm gerado disputas no campo teórico entre os filósofos, sociólogos e cientistas políticos. O debate em pauta adquiriu maior visibilidade nos países ocidentais nas décadas de 1940 e 1950, posteriormente envolvendo grupos sociais, culturais e econômicos em disputa dos espaços decisórios. O significado descritivo da democracia deriva do poder que pertence ao povo, o único soberano com a legitimidade de estabelecer as normas da república (BOBBIO, 1986). Na sua concepção mais clássica, a democracia foi designada como um conjunto de liberdade civis que envolve participação direta dos cidadãos na escolha dos seus represen-

tantes. Do ponto de vista convencional, a democracia seria então uma forma de governo oposto aos regimes autocráticos. No sentido mais genérico, o regime democrático seria caracterizado pelo conjunto de regras institucionais, que estabelecem os procedimentos legais para formação do governo. A participação política neste contexto se limitava ao processo eleitoral, depois disso o povo não exerce qualquer função política no plano da governação. Com o crescimento de ondas de protestos e crises políticas institucionais, esse modelo da democracia entrou em colapso devido à fraca participação do povo nos espaços decisórios. O colapso é a consequência do isolamento da esfera política do restante mundo social e o esvaziamento do poder da soberania popular em detrimento dos privilégios dos aristocratas e a classe burguesa (MIGUEL, 2005). As formas de participação política e representação política nos regimes democráticos gerou a produção de várias obras nos finais do século XIX, enxergando a democracia além do seu aspecto formal institucional, incluindo no debate os aspectos informais da cultura cívica dos povos.

Um das grandes transformações das democracias aconteceram no começo do século XX, com ampliação dos direitos civis nas esferas econômicas e políticas. A aquisição de novos direitos da cidadania e liberdades civis foram marcos de transformação da civilização da sociedade moderna. É com base nessas transformações que a democracia passou a tornar-se como projeto político qualificado para os países em situações de crise política (INGLEHART & WELZEL, 2005).

Depois da crise da Segunda Guerra Mundial, o conceito da democracia ganhou uma nova nomenclatura, definido pelo Schumpeter (2016) como método de arranjo institucional para a tomada de decisões políticas, com a garantia de liberdades individuais de participação e competição entre os grupos organizados com interesses divergentes.

No final do século XX houve avanços significativos, abrindo possibilidades de participação dos grupos excluídos das estruturas decisórias em vários países como, por exemplo, a inclusão das mulheres, negros e estrangeiros na agenda política e econômica.

Ao longo do tempo, o conceito da democracia sofreu as mudanças que possibilitaram novas articulações, englobando novos valores da cidadania, a igualdade política e representação dos cidadãos na tomada de decisões. Esses avanços simbolizam as mudanças na sua teorização normativa e semântica no qual os regimes democráticos são avaliados a partir de perspectiva ontológica, diferente da lógica da participação política exclusiva ao voto, levando, no entanto, em consideração as pautas da igualdade social, questões de gênero, raça e classe como elementos importantes na construção do regime estável. Apesar das contradições e mudanças no campo teórico, existem quatro elementos minimalistas sobre o conceito: a participação, representação, contestação e a liberdade de expressão (DAHL, 2005). Esses elementos minimalistas seriam o ponto principal para diferenciar o regime democrático do autoritário, aponta o Dahl.

A participação política na literatura contempo-

rânea é definida como conjunto de ações de engajamento na esfera pública, que perpassam pelos “índices participativos” através do processo deliberativo e das mudanças orientadas que estimulam a presença das pessoas nos comícios, nos orçamentos dos governos e das discussões das temáticas do interesse público (MIGUEL, 2005). A sua análise contemporânea pressupõe o reconhecimento dos limites das teorias clássicas e modernas, no campo político e social e da superação dessas teorias. A participação política neste quesito acontece como uma ação processual de publicização plural, que oferece fundamentos voltados à liberalização, que visa contemplar novas dinâmicas formais e informais para as discussões políticas, oferecendo aos cidadãos a oportunidade de participar dos espaços deliberativos para desenvolvimento da virtude da cidadania (FARIA, 2010). Ao ampliar a participação, cidadãos se tornam promotores dos seus próprios interesses, com poder de decisão contra a burocracia estatal. Faria defende que quanto mais a participação dos cidadãos for levada a sério, as suas decisões deixam de ser manipuladas e passam a ser vistas como parte da solução do impasse político. A teoria democrática proposta por Habermas (1985), aponta a ação comunicativa<sup>4</sup> entre os cidadãos como solução para resolver os problemas de participação política. O autor define a democracia como processo de comunicação e articulação para chegar ao consenso. A comunicação trata-se de autorrepresentação dos cidadãos do debate público, se posicionando estrategicamente a partir das suas preferências políticas, mas também influenciando outras pessoas na tomada de suas decisões nos espaços deliberativos. Na concepção desse autor, a democracia contemporânea se estrutura em três modelos básicos: o processo democrático baseado na formação de opinião, soma de vontades políticas que se traduz no processo eleitoral para composição do parlamento e a vontade política mediante ao discurso (HABERMAS, 1995).

A subjetividade do conceito de participação política das correntes teóricas apresentadas, proporciona aos pesquisadores a operacionalizar o conceito de acordo com o objeto a ser estudado. Considerando tais subjetividades, a participação política neste artigo é concebida a partir da ação comunicativa entre cidadãos na esfera pública à luz da teoria Habermasiana. A teoria mobilizada pelo autor, empregada neste artigo, se refere à participação dos cidadãos do debate político, considerando tais participantes como sujeitos divergentes, de opiniões contrárias, mas que tem um objetivo comum, que é basicamente o convencimento do eleitor. Apesar dos limites desta teoria, ela nos oferece a visão sobre o espírito da democracia que nasce da esfera pública e ação argumentativa, que possibilitam a participação dos cidadãos nos debates políticos em busca de um consenso. Nessa perspectiva, analisar a forma como as pessoas se manifestam sobre a política exige interpretações das situações e contextos em que elas estão envolvidas. Essa interpretação requer o reconhecimento de que o comportamento das pessoas é dinâmico, muda de acordo com espaço onde elas estão inseridas. Levando em consideração esses aspectos, torna-se evidente o enquadramento das relações sociais em diferentes ambientes sejam elas virtuais ou presenciais. De ponto de vista funcional, no mundo virtual, as pessoas desenvolvem habilidades de comunicação de socialização e intera-

ção, aproveitando esse espaço para construir laços. A proliferação dos sistemas de comunicação não convencionais ampliou o espaço público para que os sujeitos sejam ouvidos, usando esse espaço para afirmação de suas identidades ideológicas, culturais e econômicas (GOMES, 2004).

Nos últimos anos, o crescimento da população mundial e as mídias digitais alteraram a forma tradicional de fazer política e o jogo político, permitindo que maior número de pessoas participasse do debate público através da conexão com a internet. Esses avanços simbolizam mudanças que possibilitaram a participação dos indivíduos e grupos excluídos na tomada de decisões. A popularização das tecnologias de informação permitiu a articulação da cidadania, invertendo a lógica de transmissão de poucos para muitos, aniquilando com os privilégios em que um pequeno grupo de pessoas tinham poder de influência sobre a maioria. (COLEMAN & BLUMLER, 2009).

Gomes (2004) assevera que a proliferação de novas tecnologias digitais possibilitou a transição de mensagens que eram gerenciadas exclusivamente pela comunicação de massa para outros espaços alternativos da comunicação, possibilitando o engajamento dos grupos marginalizados na esfera pública. Um dos caminhos para a compreensão do modo como ocorreu essa transição é analisar periódicos governistas e periódicos da oposição. “É no interior desse modelo que se estabelece o discurso e as garantias constitucionais da liberdade de expressão e de imprensa. Trata-se, sobretudo, de liberdade para o confronto partidário, tão grande [na] ligação orgânica entre imprensa e partido” (GOMES, 2004, p. 27). Segundo o autor, a transformação da indústria de informação controlada pelo partido para a classe empresarial tem provocado os conflitos e disputas entre as classes dominantes e a classe oprimida, o poder que era reservado aos meios de comunicação de massa perdeu mais de metade do seu impacto social.

Nas últimas décadas, a internet e as redes sociais vêm despertando a atenção das pessoas e sendo consideradas como espaços de construção de novos valores sociais. Os atores políticos vêm se apropriando cada vez mais das plataformas virtuais para a mobilização de votos e essa tendência tornou-se uma das principais armas nas campanhas eleitorais em vários países, como ocorreu em 2008 nas eleições dos Estados Unidos. As eleições presidenciais dos Estados Unidos disputadas por Barack Obama e John McCain ao cargo de presidente foram consideradas um dos primeiros casos em que os blogs e sites de redes sociais foram utilizados na campanha eleitoral para divulgação dos vídeos e eventos dos candidatos (RECUERO, 2009). Foi a primeira vez em que o mundo acompanhou a disputa presidencial entre os candidatos através das mensagens e comentários no Twitter e Youtube, tornando essas eleições uma das mais engajadas na história americana (RECUERO, 2009). Tal fenômeno foi considerado uma mudança que ampliou as formas de expressão, socialização e mobilização social na comunicação mediada entre o computador, conexão de redes e pessoas.

Apesar das vantagens, esse novo canal de comunicação também é um espaço vulnerável à disseminação de mensagens falsas. Nos últimos anos,

**4** A ação comunicativa de Habermas é uma forma de comunicação das pessoas baseada em ação de concordância ou discordância, na qual os sujeitos se comunicam sem interrupção. “Com o seu ‘sim’ um ouvinte estabelece um acordo que, por um lado, se refere ao conteúdo da emissão e, por outro lado, se refere a garantias imanentes ao ato de fala e a vínculos que resultam relevantes para a interação subsequente, ou seja, relevantes para sequência da interação” (1985, p.18). O autor afirma que a ação comunicativa nasce a partir do contexto de mundos da vida entre duas ou mais pessoas em busca de um consenso. Entretanto, ressalta que a falta de consenso em aceitação de uma situação, decisão ou de uma opinião não implica o prosseguimento da interação.



os candidatos da extrema direita e os movimentos reacionários têm se apropriado das redes sociais e plataformas digitais nas campanhas eleitorais, espalhando as propagandas maquiadas para seduzir os eleitores (LYNCH & CASSIMIRO, 2002). Em 2016, nos Estados Unidos, Donald Trump venceu as eleições com o apoio das mídias sociais, fazendo marketing e, ao mesmo tempo, disseminando informações falsas. No Brasil, o candidato da extrema direita, Jair Bolsonaro, também conseguiu se eleger, em 2018, com a mesma estratégia.

Atualmente, comunicação e política são áreas fundamentais e indissociáveis na disputa eleitoral e quanto mais um candidato tiver ferramentas de comunicação bem traçadas, mais chances terá de ganhar a disputa. As estratégias de comunicação não dizem respeito necessariamente à veracidade dos fatos na propaganda dos candidatos, mas ao impacto que essas estratégias podem gerar. Segundo Castells (2018), a estratégia midiática é o alicerce da política contemporânea, a publicação de uma mensagem na internet é mais impactante do que um jornal impresso. As notícias difundidas pela internet transformam-se em ações e códigos dentro de um universo multidimensional que conduz a novas interações e personalização política. Com base nessas interações, as pessoas se alinham a um projeto político para destruir a imagem do adversário. A facilidade do processamento das informações cria grupos organizados com visões do mundo antagônicas nos quais as mensagens negativas são mais impactantes do que as positivas (CASTELLS, 2018).

Castells afirma que a luta pelo poder nas sociedades contemporâneas passa pela política midiática, pela política de escândalo e pela autonomia comunicativa dos cidadãos. O processamento das informações está interconectado a um processo de gerenciamento de dados no qual as mensagens trocadas são fonte de notícias. Neste caso, comportamento e decisões das pessoas dependem dos sinais que recebem e trocam nesse universo. É a partir dessa interação que as pessoas participam da política e dos debates públicos. Os que acreditam numa determinada concepção política formalizam opiniões para defender suas ideias e atacar os adversários. Aqueles que não se posicionavam sobre a política, passaram a se posicionar na internet para defender suas opiniões, ao mesmo tempo se defendendo das difamações e calúnias dos opositores. A partir dessa troca, surge o escândalo nas redes sociais. Na tentativa de se proteger no jogo político, “[...] a pessoa acaba preferindo ‘seu corrupto’ em vez do corrupto ‘do vizinho da frente’ — como todos o são, na percepção geral, tal atributo acaba sendo descontado, salvo os casos de políticos virgens, cuja auréola pode durar algum tempo” (CASTELLS, 2018, p. 24). Segundo o autor, isso pode provocar a crise da legitimidade.

Ao referir-se ao mesmo assunto, Malini e Antoun (2013) argumentam que a internet é um campo social onde as liberdades estão em disputa, onde os grupos se organizam e cooperam para o exercício de poder ou contrapoder em função de uma agenda que envolve a liberdade de participação da esfera pública. As informações que eram difundidas apenas pela mídia tradicional, no espaço virtual, são transmitidas pelos indivíduos com mais intensidade e velocidade. Os autores afirmam que as mídias contemporâneas

são produzidas livremente, de forma articulada e cooperativa, com direcionamento para públicos específicos, mas ao mesmo tempo esse público são mídias de outros públicos, ou seja, vivemos numa era de informação descentralizada com poder de alcance e engajamento elevados em comparação a meios de comunicação convencionais. Essas mídias são portadoras de formas de linguagem descentralizadas, diferentes da forma tradicional da comunicação, com facilidade de transmissão de diferentes linguagens cooperativas e opiniões. Por outro lado, os autores asseveram que “as narrativas compartilhadas na internet fazem parte de um movimento social que recusa a hierarquização de representantes e representados. Recusa a naturalização do funcionamento do poder. Recusa deixar para a mídia tradicional o poder de dizer o que pertence ou não ao acontecimento” (MALINI & ANTOUN, 2013, p. 249). No entanto, essa recusa não se refere à desqualificação dos especialistas na matéria, mas questiona o isolamento da divisão de um conhecimento instável produzido pela mídia tradicional. Nesse caso, a internet pode ser vista como espaço alternativo da ação comunicativa, dando vozes para aquelas pessoas que nunca tiveram a oportunidade de serem ouvidas nos meios de comunicação de massa, revolucionando a distância de tempo e espaço, no qual os conectados são capazes de se comunicar em vários níveis (COLEMAN & BLUMLER, 2009).

### 3. COMUNICAÇÃO POR MEIO DE MÍDIAS DIGITAIS NA GUINÉ-BISSAU

O período da colonização é registrado como época em que as primeiras tecnologias de informação e comunicação foram instaladas nas ex-colônias para facilitar a comunicação dos navegadores e a metrôpole e otimizar a exploração de mão de obra e matérias primas. Embora essas tecnologias tenham servido apenas à administração colonial, posteriormente, esses instrumentos serviram para mobilização dos movimentos revolucionários independentistas, usando-os de acordo com as necessidades das comunidades. No caso da Guiné-Bissau, as primeiras instalações da rede de comunicação foram em 1811, época em que a comunicação central era voltada exclusivamente a assuntos ligados a Portugal, com objetivo de dominar os grupos que estavam resistindo contra as tropas portuguesas (LOPES, 2015). A maior parte dos conteúdos e programas da emissora eram gravados em Lisboa e enviados para serem transmitidos na frequência de Bissau (Idem, 2015).

Na década de 1960, o PAIGC, através do apoio dos parceiros internacionais, conseguiu criar a primeira rede de comunicação para o serviço militar, cujos objetivos eram localizar as coordenadas e traçar as estratégias no campo de batalha. Em 1966, o projeto se transformou em órgão de comunicação social para divulgação das notícias ligadas à política e à cultura nacional, designado simbolicamente como “Rádio de Libertação”. Os programas de rádio eram gravados clandestinamente, nos espaços improvisados e enviados para serem transmitidos na emissora de Conacri. Nesse período, o partido priorizou a informação e propaganda como sua principal arma de luta, “[...] ao mesmo tempo que, como enaltecia Amílcar Cabral, criava os seus órgãos, escrito e falado, num processo que privilegiou o embrião

do cinema guineense que data dessa época e até se criou uma organização a que designou, na altura, por Núcleo de Jornalistas do PAIGC” (LOPES, 2015, p. 13).

Diferente dos outros países africanos, na Guiné-Bissau a rede de comunicação liderada pelo PAIGC desempenhou papel fundamental na luta armada, conseguindo unir diferentes povos e culturas em torno da luta de Libertação Nacional. Entretanto, depois da consagração da independência em 1973, a ideologia política adotada pelo partido seguia o mesmo comportamento do governo colonial: instaurou a repressão e criou as situações de censura à imprensa, impossibilitando a divulgação de certas notícias no órgão de comunicação social. Resumidamente, na primeira fase da República, órgãos de comunicação são vinculados ao projeto do “Partido Único”, com o objetivo de controlar o país e criar as situações de censura contra a oposição. Nessa época, o país contava com cinco emissoras de rádios<sup>5</sup>, uma televisão e dois jornais. Além das dificuldades de acesso a estes meios de comunicação, eram também seletivos na difusão de informação, no qual só a elite política tinha privilégios.

No entanto, após a abertura democrática e a liberalização econômica, em 1991, o parlamento guineense aprovou novas leis<sup>6</sup> que garantiram a liberdade de imprensa e a criação de órgãos de comunicação social independentes. Poucos anos depois da criação dessas leis, surgiram novas emissoras de comunicação independentes. Apesar desses avanços, ainda as práticas autoritárias continuam sendo vigentes no país e os órgãos de comunicação continuam sendo censurados pelos governos.

Durante o período de conflito político-militar de 1998, os jornais e rádios comunitários foram obrigados a fechar suas portas, com as tropas instaladas nas emissoras sem qualquer possibilidade de transmissão de notícias. A sede das rádios Pindjiguiti, Mavegro e Bombolom foram vandalizadas e os jornalistas presos, acusados de passarem as notícias ligadas à corrupção no governo (LOPES, 2015). Enquanto isso, a Rádio da Difusão Nacional (RDN) foi invadida pelo serviço militar para defender os interesses do regime e, ao mesmo tempo, defender a intervenção militar. Mesmo depois do conflito político-militar, os meios de comunicação social não conseguiram se firmar como imprensa livre. No entanto, em 2003, com a chegada do smartphone ao país, e sua popularização em 2010, a internet passou a ser espaço alternativo de mobilização e engajamento político. Uma vez que os traços do regime autoritário continuam sendo obstáculos para a imprensa livre, a internet serviu como espaço de contestação das ações repressivas que acontecem no país. O crescimento das redes de telecomunicações marcou essa nova revolução de comunicação, proporcionando aquisição de novos dispositivos eletrônicos como, por exemplo, smartphones, tablets e notebooks.

De acordo com Lamba *et. al.* (2011), a história da rede de telecomunicações no país pode ser compreendida em três fases, sendo que a primeira é designada como a fase de monopólio, que aconteceu depois da proclamação da primeira república em que o Estado era o único fornecedor do serviço da rede de comunicação. Em 1989, através da cooperação bilateral, o Estado guineense e a empresa de te-

lecomunicação portuguesa Telecom criaram a rede de telecomunicação denominado por Guiné Telecom, na qual a empresa portuguesa tinha 51% e a Guiné-Bissau 49% (LAMBDA; MONTEIRO & BARROS, 2011). Poucos anos depois da instalação da empresa em Bissau, foram constatadas várias irregularidades no contrato assinado entre o governo guineense e a empresa portuguesa. Além dos serviços precários prestados pela empresa, poucos cidadãos tinham condições financeiras para comprar os produtos que ofertava. De acordo com os autores supracitados, o monopólio da empresa no mercado nacional, a falta de investimento na infraestrutura e inovação tecnológica fez a Guiné Telecom não conseguir manter o serviço no mercado por vários anos.

A segunda fase é considerada como a fase de liberalização e reformas no campo administrativo e econômico. Com a chegada de novos atores políticos vencedores das eleições de 1994, a administração da empresa mudou a sua dinâmica com o objetivo de ampliar os serviços e promover o desenvolvimento social e econômico do país (LAMBDA; MONTEIRO & BARROS, 2011). Posteriormente, com aprovação dos Decretos de nº 3/99, 6/99 e 7/99, a empresa adotou uma nova dinâmica de prestação de serviço público, a qual passou a ser chamada Guinetel. Essa transição mudou a administração da empresa, oferecendo pela primeira vez o “[...] serviço de rede móvel com tecnologia GSM 900 da segunda geração na Guiné-Bissau” (LAMBDA; MONTEIRO & BARROS, 2011, p. 6). Apesar das transformações e da mudança de gestão, a empresa continuou prestando serviços precários.

Entretanto, na terceira fase foi registrada a chegada de novos dispositivos digitais, nomeadamente smartphones, e novas redes de telecomunicação, em 2004. Esse período foi um marco da revolução tecnológica no país, pois foi a partir dela que os pobres conseguiram ter acesso a dispositivos eletrônicos e começaram a utilizar o serviço de redes móveis. Com a chegada do MTN, em 2006, e Orange, em 2007, a empresa estatal perdeu o monopólio no mercado nacional e entrou em falência. As novas empresas baixaram o custo de comunicação e ofereceram novos serviços de redes móveis para diferentes classes sociais. Embora essas empresas facilitem o processo da comunicação, a democratização do acesso à internet continua sendo o principal desafio na Guiné-Bissau, onde ainda a maior parte da população não tem dispositivos eletrônicos com acesso à internet.

Como já apontado, a evolução das mídias digitais na Guiné-Bissau em parte tem a ver com as cíclicas instabilidades políticas do país e com o fluxo migratório dos cidadãos guineenses na diáspora. Em 2014, a derrubada do governo liderado pelo engenheiro Domingos Simões Pereira fez aumentar o engajamento político dos guineenses nas redes sociais, com um impacto nunca visto nas plataformas digitais, como, por exemplo, a criação das páginas “Estamos a trabalhar”<sup>7</sup>, “Carlos Santiago”<sup>8</sup>, entre outros. Essas mudanças fizeram crescer a participação dos guineenses no debate político nas eleições presidenciais de 2019, gerando, por outro lado, novas disputas e brigas partidárias. O Facebook, como rede social mais popular do país, acaba sendo o palco principal das discussões e discordâncias políticas, como também plataforma de entretenimen-

**5** Atualmente, o país conta com mais de 35 rádios comunitárias, as principais delas são: Rádio Galáxia de Pindjiguiti, Rádio Bombolom, Rádio Sol Mansi, Rádio Mavegro, Rádio Nossa, Rádio Jovem, Rádio África, Radio Capital e Rádio Quelelé. Na imprensa escrita há 5 jornais: Nô Pintcha, Expresso Bissau, Gazeta de Notícias, Bantabá de Nobas, e o Democrata. No país, há 4 televisões comunitárias, mas apenas a televisão pública faz cobertura nacional das notícias.

**6** Depois da abertura democrática foram aprovadas 5 leis no parlamento para regulamento e funcionamento da imprensa no país: a “Lei da Imprensa (Lei Nº 4/91); Lei do Estatuto do Jornalista (Lei Nº 5/91); Lei do Conselho Nacional de Comunicação Social (Lei Nº6/91); Lei de acesso dos Partidos Políticos aos órgãos de Comunicação Social (Lei Nº7/91); Lei da Liberdade Sindical (Lei Nº8/91); Lei da Greve (Lei Nº 9/91); Lei da Requisição Civil (Lei Nº 10/91)” (LOPES, 2015, p. 46).

**7** É uma página criada com o objetivo de fazer oposição à PAIGC, funcionando, ao mesmo tempo, como um canal de notícias, comunicação, mas também de desinformação e manipulação de fatos.

**8** É uma página criada pelos apoiadores do PAIGC, que funciona como canal de notícias e comunicação, mas também de desinformação e manipulação dos fatos.

9 De acordo Fragoso, Recuero e Amaral (2011), a netnografia é o neologismo criado na década de 1990, que nasceu de duas terminologias (net + etnografia). Esse termo foi criado com a finalidade de “[...] demarcar as adaptações do método etnográfico em relação tanto à coleta e análise de dados, quanto à ética de pesquisa. Relacionado aos estudos de comunicação com abordagens referentes ao consumo, marketing e ao estudo das comunidades de fãs. [Entretanto], muitas vezes é descrita apenas como monitoramento de sites e grupos online, principalmente quando associada à pesquisa de mercado” (p. 198). As autoras afirmam que, nos últimos anos, o método tem sido adaptado em vários estudos da comunicação de ambientes virtuais, comunidades online e para outros campos do estudo social.

10 Mark Zuckerberg, Andrew McCollum, Eduardo Saverin, Chris Hughes e Dustin Moskovitz.

11 META: < <https://transparency.fb.com/pt-pt/policies/community-standards/>>.

12 O Relatório de Internet World Stats está disponível em: <<https://www.internet-worldstats.com/stats1.htm>> .

13 Mais informações sobre a plataforma estão disponíveis na internet no website oficial <<https://www.radiobantaba.com/sobre-nos/>>.

to, comunicação e publicidade. Apesar do pequeno número da população com o acesso à internet, o seu impacto na sociedade é cada vez mais significativo, transformando as redes sociais em um espaço de participação política e de contestação. Isso vem ao encontro da constatação do Castells (1999), que afirma que o impacto do ciberespaço não depende apenas da quantidade das pessoas que se conectam, mas da capacidade de alcance da informação.

#### 4. USO POLÍTICO DAS REDES SOCIAIS NA GUINÉ-BISSAU: O CASO DO FACEBOOK

Segundo Kozinets (2014), a evolução de novas tecnologias digitais torna as relações sociais cada vez mais próximas ao mundo digital no qual as comunidades online estão associadas a um processo de engajamento e participação em diferentes mundos. Para estudar essa mudança, é preciso adotar métodos apropriados para compreender como essas relações podem ser mensuradas no campo social, político e cultural. Com isso, os cientistas sociais têm recorrido a métodos que acompanham a evolução das relações sociais no mundo digital, como, por exemplo, a “netnografia”, a “etnografia digital”, a “webnografia” e a “ciberantropologia”. Embora esses métodos sejam aplicados de pontos de vistas diferentes, estão interligados no desenho da pesquisa. Suas definições são apropriadas em função do contexto, objetos da pesquisa, coleta e análise de dados. Os trabalhos de Lopes (2014) e Carreiro (2017), ambas teses de pós-graduação, ajudaram neste quesito no aprofundamento da nossa metodologia para atingir os objetivos da pesquisa.

Para a realização da pesquisa que gerou esse artigo, foi adotado o método netnográfico adaptado às redes sociais, baseado na combinação integrada dos procedimentos qualitativos e da pesquisa bibliográfica. Para chegar aos resultados, foram sistematizadas as interações virtuais, analisando as características dessas interações no Facebook à luz da teoria da participação política e ação-comunicação.

A netnografia tem sido apresentada como método especializado da etnografia adaptada para mediar o mundo das relações sociais e o mundo de tecnologias digitais, onde um grupo de pessoas que compartilham laços sociais é estudado e analisado em um ambiente mediado pelo computador (KOZINETS, 2014). De acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2011), as pesquisas das redes sociais estão conectadas a propriedades de redes, os dados adquiridos nelas devem ser analisados a partir das suas estruturas, composições e dinâmicas. A estrutura refere-se à característica da rede e às informações que podem ser extraídas dela. A composição tem a ver com a qualidade dos laços sociais e as conexões estabelecidas através das conversas, links compartilhados na internet e redes sociais. A dinâmica diz respeito à importância das relações sociais construídas a partir da interação. Isso quer dizer que as redes sociais são meios dinâmicos que permitem aos usuários conectados criarem vínculos fortes para projetar a imagem e ganhar o capital social.

O Facebook é uma rede social virtual criada em 2004 por quatro estudantes universitários estadunidenses de Harvard<sup>10</sup>, com o objetivo de facilitar a comunicação entre a comunidade universitária, na

qual os usuários poderiam construir laços sociais, fazer amizades e trocar conversas. Os usuários cadastrados na rede criavam perfil próprio para serem identificados por outras pessoas. A partir da conexão estabelecida, as mensagens poderiam ser trocadas entre os amigos e com a oportunidade de formar comunidades e grupos em que as pessoas poderiam se expressar livremente em diferentes países, culturas e idiomas. Com a sua popularização, atualmente o Facebook é uma das redes sociais mais acessadas do mundo, contando com mais de 3 bilhões assinaturas a nível mundial<sup>11</sup>.

A escolha de Facebook e das páginas *Rádio TV Bantaba*, *Rádio Jovem Bissau* e *Bissau On-line* justifica-se por duas razões: primeiro, de acordo com o relatório da estatística da Internet World Stats<sup>12</sup> publicado em 2022, o Facebook é a rede social mais popular da Guiné-Bissau, com mais de 900 mil assinantes; e, segundo, devido à audiência e ao número dos seguidores que as páginas agregam. O profissionalismo das reportagens de notícias e a quantidade de número de seguidores têm atraído a comunidade guineense a cada vez mais acompanhar esses canais de notícias para obter a informação sobre os acontecimentos no país, emitir opiniões e construir laços sociais.

A *Rádio TV Bantaba* é uma plataforma virtual de comunicação social privada, criada com o objetivo de noticiar as informações ligadas ao país e manter a comunidade guineense informada sobre os principais acontecimentos que marcaram o mundo, através da internet pelo website <<https://www.facebook.com/radiobantaba/>> e outros canais<sup>13</sup>, contando com mais de 152 mil seguidores no Facebook. A *Rádio Jovem Bissau* é um órgão de comunicação social privada vinculado ao projeto do movimento de associação de jovens, criado com o objetivo de promover a educação cívica e a divulgação dos projetos ligados ao desenvolvimento social do país através da informação. No território nacional, emite a transmissão na frequência 102.8Mhz e, na internet, a rádio é acessada através do website <<https://pt-br.facebook.com/radiojovemgb/>> e outros canais<sup>14</sup>, e no Facebook conta com mais de 119 mil seguidores. A *Bissau On-line* é uma plataforma digital de comunicação social privada, criada com o objetivo de noticiar as informações ligadas ao país em diferentes âmbitos, mantendo a comunidade guineense informada sobre os principais acontecimentos que marcaram o mundo, através do seu canal do website <<https://pt-br.facebook.com/bissau.online/>> e outros canais<sup>15</sup>. A página possui diferentes contas nas redes sociais, a principal delas é o Facebook, com mais de 85 mil seguidores.

A seleção das postagens teve como base as reações em *posts*, comentários, compartilhamentos e *likes*. A partir da seleção dos casos, foi feita a análise das notícias publicadas, considerando apenas as notícias relacionadas à política e comentários trocados entre os seguidores, com recorte específico do mês de dezembro de 2019, partindo da perspectiva de que quanto mais uma publicação tiver comentários, *likes* e compartilhamentos, mais reflexão sobre o conteúdo publicado ela gera, podendo se tornar recurso importante para persuadir pessoas. Foram mapeadas 27 publicações na página de notícia da *Rádio TV Bantaba*; 18 na página de *Bissau On-line*; 23 na página da *Rádio Jovem Bissau*. No total foram



selecionadas 68 publicações e 270 comentários. A partir das observações, os comentários foram classificados em três categorias para análise: estratégia da comunicação, dinâmica da interação e característica das discussões. A coleta desses dados foi feita manualmente, lembrando que as páginas selecionadas são de acesso público. As análises se basearam exclusivamente na observação das postagens e da troca das mensagens referente às discussões políticas no período da campanha eleitoral no segundo turno das eleições.

A partir do mapeamento das notícias publicadas e dos comentários, foram observados aspectos

como: a participação dos cidadãos no debate público, as redes sociais como espaço alternativo de ação comunicativa, disputa política, conexão de laços sociais, marketing político, mobilização e ação coletiva. Lopes (2014) salienta que para qualquer tipo de campanha eleitoral, seja ela presencial ou virtual, o debate político é indispensável, por isso as torcidas se mobilizam para enfraquecer o adversário. Os ataques e acusações ao adversário configuram-se como estratégia para conquistar eleitores. Destacamos que qualquer mecanismo usado no período de campanha eleitoral tem seus impactos que podem influenciar votos: a expressão política das pessoas no Facebook se enquadra neste aspecto.

14 As outras informações sobre rádio estão disponíveis no site oficial <[www.radiojovem.info](http://www.radiojovem.info)>.

15 As outras informações sobre a plataforma estão disponíveis em: <<https://linktr.ee/bissauonline>>.

**QUADRO 1: A informação geral das páginas selecionadas no Facebook**

Páginas	Seguidores	Likes	Endereço: URL 's
Radio TV Bantaba	152 mil	58.064	<a href="https://www.facebook.com/radiobantaba/">https://www.facebook.com/radiobantaba/</a>
Rádio Jovem Bissau	119 mil	96.445	<a href="https://pt-br.facebook.com/radiojovemgb/">https://pt-br.facebook.com/radiojovemgb/</a>
Bissau On-line	85 mil	78.953	<a href="https://pt-br.facebook.com/bissau.online/">https://pt-br.facebook.com/bissau.online/</a>

Fonte: elaboração própria.

Através da observação das postagens, é perceptível que o público guineense, seguidor das páginas selecionadas, é um público participativo na discussão política, mas que usa esse espaço sobretudo para formar opinião, interagir e fortalecer os laços. Das notícias publicadas, os assuntos ligados à política geraram mais debate e discussão do que outros, isso nos leva a afirmar que as opiniões emitidas são recursos para mobilização dos eleitores. Quase em 80% das publicações observadas, os comentários são de discordância, provocações e ataques. Em uma publicação, alguém postou dizendo "Não votem no candidato mentiroso", 19 respostas subsequentes refutaram o post, considerando-o como forma de manipulação e acusando seu líder de criminoso. Durante toda campanha isso tem sido o dilema e o padrão das discussões sobre as matérias publicadas. Apenas 20% de comentários em post de formato de textos curtos e imagens não gerou discussão e discordâncias.

A divergência política entre sujeitos advém das discussões abertas, na quais os participantes se colocam como defensores de um candidato e a oposição de outros. As discussões se polarizam quando apoiadores de um candidato fazem críticas ao líder da oposição. Sem entrar no mérito da avaliação dos comentários, se eles são adequados ou não, é importante destacar o poder das redes sociais na campanha eleitoral guineense. Abriram espaço para o confronto político, fortalecendo os canais de comunicação entre cidadãos em tempo real. A sua transversalidade ampliou a participação dos sujeitos do debate político na condição de formadores de opiniões cujo poder de alcance é extremamente considerável no jogo político.

Considerando o Facebook como espaço horizontal da participação do debate político, a comunidade guineense tem se apropriado desse espaço na campanha eleitoral para atacar os adversários e a projeção da imagem dos candidatos. Assim, o Facebook é

usado pelos apoiadores dos candidatos como espaço de debate das ideias e discordância. Quanto à ação comunicativa, a sua dinâmica é funcional, o processo da comunicação funciona através de postagens de opiniões e interação em torno desta postagem, as interações simbolizam ampliação da esfera pública. As opiniões emitidas se enquadram como ação de marketing político cujo objetivo principal é a mobilização dos eleitores.

Como resultado, conclui-se que a campanha nas redes sociais exige diferentes formas de articulação política e métodos de convencimento de eleitores. Essas articulações estão associadas a diferentes canais de comunicação e plataformas digitais que ajudam a construir a imagem dos candidatos e seu capital político. Nesse âmbito, considera-se o uso das redes sociais como estratégia de comunicação na campanha que idealiza a propaganda política que pode influenciar diferentes públicos. As opiniões emitidas são recursos para informar ou desinformar os eleitores na tomada de decisão. As estratégias de ataques são mecanismos para fragilizar o adversário no jogo político. Entretanto, dentro desse cenário, o Facebook é considerado um meio de comunicação que fortalece a propaganda eleitoral, facilitando o acesso à informação e a estabelecer o diálogo de forma horizontal. A sua dinamicidade amplia o debate político que pode fortalecer a democracia e ações que podem moldar o comportamento das pessoas. A sua versatilidade impulsiona as pessoas a participarem dos eventos políticos e emitirem suas opiniões com segurança, sem sofrer agressão física. Na esfera política, isso impulsiona que determinadas questões sejam levantadas para o debate, as quais, se fossem em outros meios, possivelmente, não seriam abordadas. Esses avanços são mecanismos para romper com as fronteiras de liberdade de expressão burocratizada, assim como a hegemonia tradicional de comunicação.

No que se refere aos impactos, as redes sociais

influenciam em mudanças nas relações sociais que podem gerar as expressões de polarizações entre os grupos e atores políticos em disputas políticas. Desconsiderando o seu impacto negativo, consideramos o Facebook como instrumento de marketing político importante para a mobilização de votos e debate político. Isso vem ao encontro da afirmação de Lévy (1999), que salienta que as redes sociais não resolvem problemas, são apenas espaços alternativos para as disputas ideológicas diferentes das mídias tradicionais, de modo que o seu benefício e desvantagem depende da forma como usamos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, o crescimento das redes de telecomunicação e os serviços de rede móvel ampliaram o sistema de comunicação, o acesso à informação e canais de interação e diversão. Esses avanços estão associados ao projeto de desburocratização de sistemas de comunicação como agenda do desenvolvimento social e da democracia nos países emergentes. As evidências recentes mostram que as democracias contemporâneas estão interconectadas ao projeto das inovações tecnológicas e mídias digitais, o acesso a esses dispositivos é essencial para o fortalecimento dos regimes políticos. A democratização do acesso à internet é considerada uma ação urgente que as nações precisam responder.

No caso guineense, embora o país esteja atra-

sado no desenvolvimento dos serviços tecnológicos, isso não impediu a popularização das mídias digitais. Como já destacado, a sua evolução em parte está associada ao fluxo migratório, à classe empresarial e a alguns eventos políticos no país. Destacamos, também, que o rápido crescimento dos guineenses em redes sociais está atrelado a um processo histórico de perseguições políticas a órgãos de comunicação social e cerceamento da liberdade de expressão, que nos levou a afirmar que uso das redes sociais se configuram como instrumento de contestação, participação e marketing político.

Tendo em vista o que colocamos como problema desta pesquisa, constata-se a mudança do perfil da comunidade guineense nas redes sociais pelo interesse pelos assuntos ligados à política, usando esse espaço como canal de interação e discordância política com a finalidade de fragilizar o adversário.

Através da observação sistematizada, concluímos que nas eleições presidenciais de 2019, o uso das redes sociais se configura como mecanismo de propaganda política e mobilização de votos, considerando o Facebook como ponte de conexão de laços, que aproxima os cidadãos, oferecendo-lhes espaço que viabiliza as interações e comunicação política que a mídia tradicional não concede. Neste quadro, as interações entre os cidadãos se enquadram como formas de participação política cujo objetivo principal é o convencimento dos eleitores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. (2016), "Do pensamento tecnológico à tecnologia como ciência da técnica: por uma epistemologia das tecnologias". *Inf. & Soc.:Est.*, João Pessoa, 26, 3: 67-80, set./dez.
- BARROS, Z. dos S., FONSECA, Y. C., & UALI, D. (2022), "Brecha Digital de Gênero e Raça na pesquisa sobre tecnologias digitais de informação e comunicação". *ODEERE*, 7(1), 203-216. Disponível em <<https://doi.org/10.22481/odeere.v7i1.10493>>. Acesso em: 09-11-2022
- BOBBIO, Norberto. (1986), *O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo*. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. 6ª Edição. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- CASTELLS, M. (1999), *Sociedade em rede*. Tradução: Roneide Venancio Majer; 6 Edição, Jussara Simões – Era da informação: economia, sociedade e cultura. V. I. São Paulo, Paz e Terra.
- CASTELLS, Manuel. (2018), *Ruptura: a crise da democracia liberal*. Tradução: Joana Angélica d'Ávila Melo. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor Ltda. Copyright da edição digital brasileira: junho de 2018.
- CARREIRO, Rodrigo. (2017), *A Discussão Política Em Rede: Um Estudo Sobre a Divergência Política no Facebook*. Tese do Doutorado, UFBA; Salvador.
- COLEMAN, Stephen; BLUMLER, Jay G. (2009), *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge, Cambridge University Press.
- DAHL, Robert. (2005), *Poliarquia: participação e oposição*. São Paulo, Edusp.
- FARIA, Cláudia Feres. (2010), "O que há de radical na teoria democrática contemporânea análise do debate entre ativistas e deliberativos". *Revista brasileira de ciências sociais*, . 25, 73.
- FRAGOSO, Suely. RECUERO, Raquel. AMARAL, Adriana. (2011), *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre, Sulina.
- GOMES, Wilson. (2004), *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Paulus.
- HABERMAS, Jürgen. (1985), "Remarks on the concept of communicative action", in G. Seebass e T. Tuomela (orgs). *Social action*. Boston, D. Reidel, p. 151-177. Tradução de Mauro Guilherme Pinheiro Koury. n.40, pp. 1-25, 2015 [1985]. Disponível em: <<https://libgen.is/book/index.php?md5=FE30B41C259F5B85A4978B9FC9CF5719>>. Acesso em: 15-10-2022.
- HABERMAS, J. (1995), "Três modelos normativos de democracia". *Lua Nova*, 36: 39-53. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ln/a/tc5Tz3QGHghmfzvbvL6m6wck/?lang=pt>>. Acesso em: 20-08-2021
- INGLEHART, Ronald; WELZEL, Christian. (2005), *Modernização, mudança cultural e democracia*. São Paulo, Ed. Verbená.
- JAQUITÉ, A. D. (2015), *Determinantes da utilização de serviços de comunicações móveis na Guiné-Bissau: um estudo empírico aplicado ao mercado de internet móvel*. Dissertação de Mestrado em Marketing e Comunicação – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital. Oliveira do Hospital.
- KOZINETS, Robert V. (2014), *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Tradução: Daniel Bueno; Porto Alegre, Penso.



LAMBA, A. MONTEIRO, L. BARROS, M. (2011), "Marketing comercial nas empresas de telecomunicações num contexto de pobreza: o caso da Guiné-Bissau". Apontamentos Mediáticos, UFAL. Disponível em: <<https://ichca.ufal.br/grupopesquisa/intermedia/artigos/alexandre.pdf>> Acesso em: 10-06-2021

LÉVY, P. (1999), *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Editora 34, São Paulo.

LOPES, Lucivane. (2014), *Política online: campanha eleitoral no Facebook*. Dissertação do mestrado, UFP., Belém.

LOPES, António Soares (Tony Tcheka). (2015), *Os media na Guiné-Bissau*. Bissau, Corubal.

LYNCH, Christian; CASSIMIRO, Paulo Henrique. (2022), *O populismo reacionário: ascensão e legado do bolsonarismo*. São Paulo, Editora Contracorrente.

MALINI, Fábio. ANTOUN, Henrique. (2013), *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre, Sulina.

MIGUEL, Luis Felipe. (2005), "Teoria democrática atual: esboço de mapeamento". *Revista Brasileira de Informações Bibliográficas*, 59: 5-42. Disponível em: <<http://www.anpocs.com/index.php/edicoes-antiores/bib-59/569-teoria-democratica-atual-esboco-de-mapeamento/file>>. Acesso em: 20-03-2022

MISKOLCI, R. (2011), "Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais". *Cronos*. R. Pós-Grad. Ci. Soc. UFRN, 12, 2: 09-22, jul./dez. 2011, ISSN 1518-0689.

SCHUMPETER, J. A. (2016), *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. São Paulo, Editora Unesp.

RECUERO, Raquel. (2009), *Redes sociais na internet*. Porto Alegre, Sulina.



Ela

Partiu