



Evaluarea campaniilor de dezinformare

finanțate de Șor și Platon: impactul și reacția limitată a
platformelor sociale

Autor: Andrei Rusu, WatchDog.MD
Coautori: Andrei Curăraru, Valeriu Pașa





Rezumat

Oligarhii fugari Ilan Șor și Veaceslav Platon și-au intensificat campaniile de dezinformare pe platformele online. În perioada 01 – 30 iunie 2024, cei doi au cheltuit aproximativ **55 250 de euro** pentru promovarea dezinformării pe Facebook. În comparație cu perioada 25 aprilie - 24 mai, cei doi au cheltuit cu **24 250 de euro mai mult** pentru promovarea dezinformării.

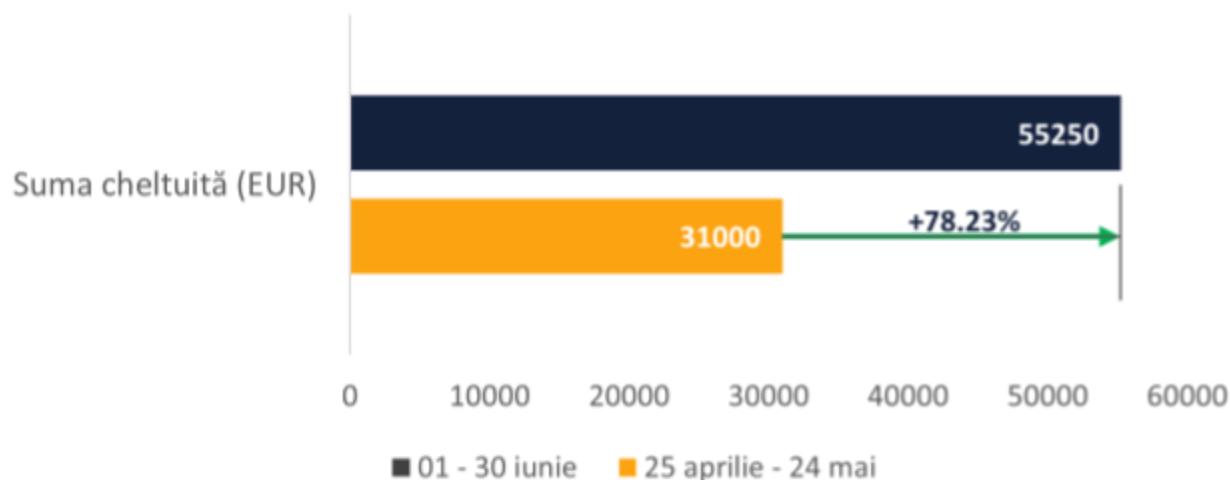


Fig. 1 - Comparație între sumele total cheltuite de Ilan Șor și Veaceslav Platon pentru promovarea dezinformării pe Facebook în perioadele 01 - 30 iunie și 25 aprilie - 24 mai.

Reacția limitată a companiei META nu a oprit răspândirea dezinformării pe Facebook și Instagram. Blocarea paginilor lui Ilan Șor, Marinei Tauber, Eugeniei Guțul și Alexei Lungu nu a livrat nici un rezultat vizibil în combaterea dezinformării. În schimb a crescut numărul de pagini anonime care pentru sume enorme sponsorizează dezinformare, împotriva cărora META întreprinde acțiuni tardive.

În continuare rămân a fi active paginile membrilor Partidului „Renaștere”, care, spre deosebire de Ilan Șor sau Eugenia Guțul, deschis promovează de pe paginile lor reclame cu conținut manipulatoriu și care incită la ură.

Principalele manipulări promovate de aceștia sunt „Moldova este condusă de străini”, „Moldova nu negociază pe picior de egalitate cu UE”, „Alegerile din toamnă vor fi falsificate” și „Rusia este partenerul strategic al Republicii Moldova”.

Scopul principal al acestor campanii sponsorizate este de a semăna panică în societate, de a discredita procesul de integrare europeană a Republicii Moldova și de a spăla imaginea Rusiei.



Introducere

În războiul hibrid al Federației Ruse contra Republicii Moldova, unul din principalele instrumente de dezinformare sunt reclamele sponsorizate pe platformele Facebook (compania META) și Google.

Principalii actori maligni care pompează bani în dezinformarea online sunt oligarhii fugari Ilan Șor și Veaceslav Platon. Cei doi oligarhi cheltuie lunar mii de euro pentru a semăna panică în rândul societății din Moldova, cu scopul de deturna parcursul european al țării.

Autoritățile moldovenești nu au mecanisme directe de a opri aceste campanii și pot solicita doar post-factum stoparea lor de la platformele internaționale.

Cheltuielile lui Șor pentru perioada 01 - 30 iunie 2024

Fugarul Ilan Șor a promovat în perioada 01 - 30 iunie cel puțin **84 de reclame prin intermediul a 14 pagini** pe Facebook, cheltuind **30 000 de euro**. În comparație cu perioada 25 aprilie - 24 mai, numărul de reclame sponsorizate **a crescut cu 29, iar bugetul reclamelor cu 17 300 euro**.

Doar pentru **săptămâna 24 - 30 iunie**, Șor a cheltuit pentru promovare reclamelor aproximativ **6350 de euro**.

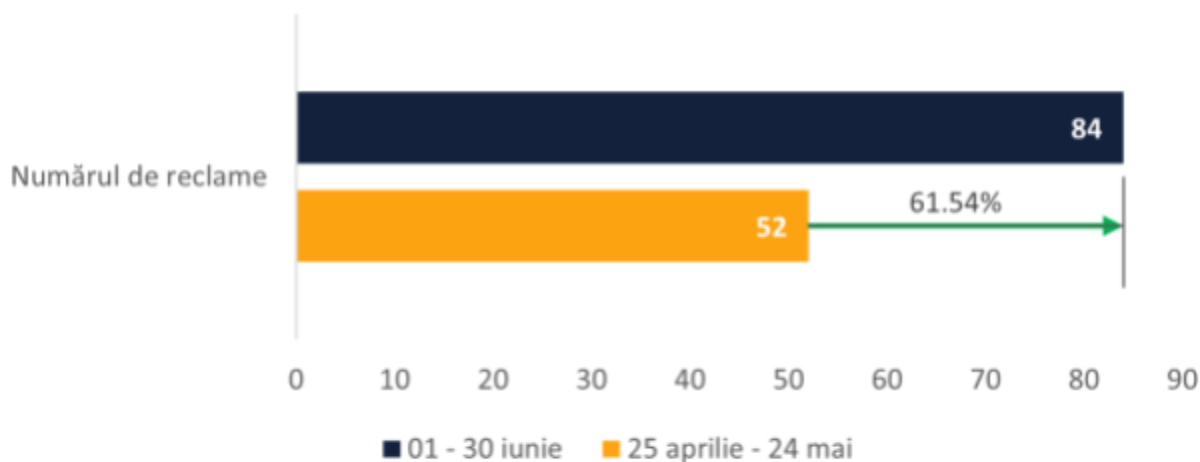


Fig. 2 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate grupării Șor din perioada 01 - 30 iunie, în comparație cu perioada 25 aprilie - 24 mai.

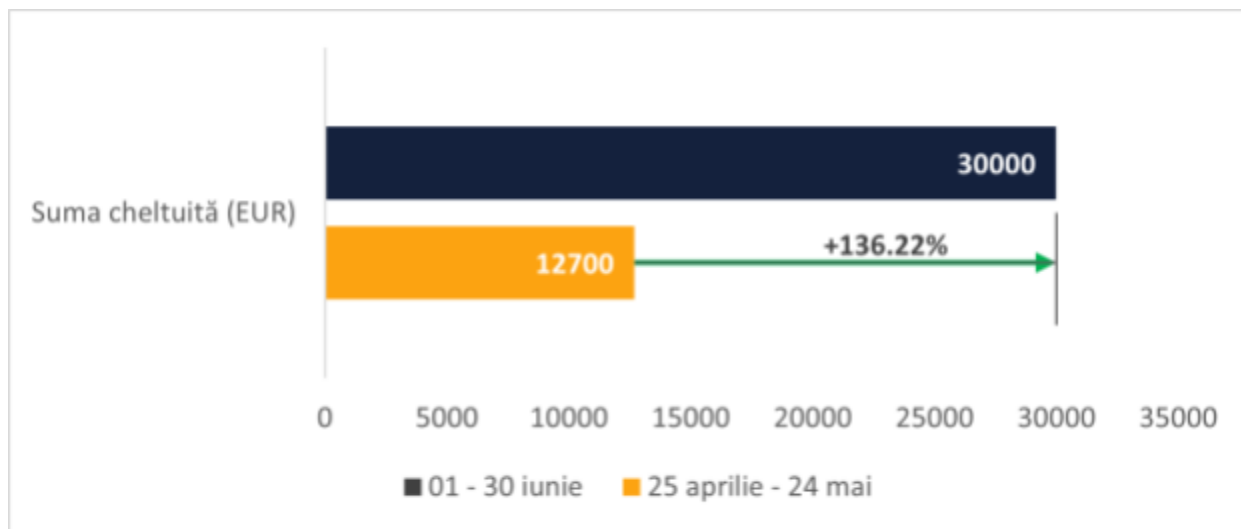


Fig. 3 - Comparație între sumele cheltuite de paginile afiliate grupării Șor în perioadele 01 - 30 iunie și 25 aprilie - 24 mai.

Două pagini aparțin membrilor Partidului „Renaștere”, susținut oficial de Ilan Șor, [Veaceslav Jucov](#) și [Alexandr Nesterovschi](#). Restul paginilor folosesc o identitate vizuală similară: au fotografii de profil cu drapelul Moldovei și nume de utilizator care fac aluzie fie la organizații media, fie la organizații patriotice: „[Moldova Culturală](#)”, „[Moldova în Media](#)”, „[Moldova pentru fiecare zi](#)”, „[Moldova Informează](#)”, „[Evenimente în Țară](#)”, „[Tot ce trebuie să știi în Moldova](#)”, „[Ritmul Națiunii](#)”, „[Simple Overkill 2](#)” și „[Secrete ale Moldovei](#)”. Toate aceste pagini utilizează categoriile „Site web media/de știri”, „Ziar” sau „Companie de producție media și difuzare” pentru a crea iluzia că aparțin unor instituții media legitime.

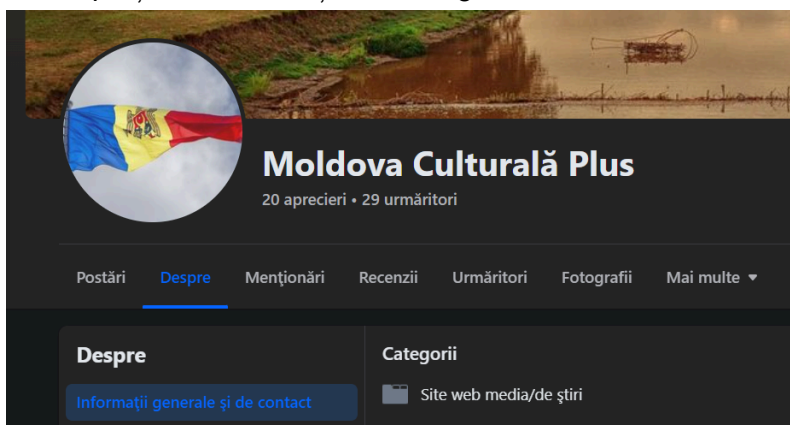


Fig. 4 - Pagina „Moldova Culturală Plus” utilizează ca imagine de profil steagul Republicii Moldova, iar la categorie notează că este „Site web media/de știri”.

Principalele manipulări promovate de paginile anonime ale lui Șor au fost:



- **Moldova este condusă de străini** - Falsul este distribuit de către activistul [Veaceslav Valico](#), după ce deputaților grupării Șor le-a fost îngădit accesul în plenul legislativului de către agenții Serviciului de Protecție și Pază de Stat. Valico a insinuat că agenții nu le-au putut răspunde celor de la Șor de ce le îngădesc intrarea, pentru că ar fi agenți străini ce nu cunosc româna.
- **Rusia este partenerul strategic al Republicii Moldova** - Membrul Partidului „Renaștere”, [Veaceslav Jucov](#), a declarat la un miting că „mâna Moscovei există, este mâna de ajutor pe care Rusia o întinde cetățenilor noștri”. O pagină anonimă a promovat declarațiile lui [Ilan Șor](#) că „produsele moldovenești sunt apreciate pe piața din Rusia, iar pe piața din Occident acestea nu sunt cunoscute”.
- **Alegerile din toamnă vor fi falsificate** - Una din postările promovate acuză Comisia Electorală Centrală (CEC) că pregătește de [falsificarea alegerilor](#), iar drept exemplu este adus argumentul că instituția nu separă listele electorale pentru referendum și alegerile prezidențiale. O altă pagină anonimă a sponsorizat un clip video de la reuniunea Blocului „Victorie”, unde guvernarea a fost acuzată că [discriminează moldovenii din Rusia](#) prin faptul că ar limita dreptul acestora la vot. Drept argument, se manipulează că în Rusia ar locui cea mai mare diasporă de moldoveni din afara țării.



Fig. 5 - Pagina „[Moldova în Media](#)” acuză CEC că ar lua decizii în interesul Maiei Sandu legat de alegerile de la toamnă.

- **Moldova nu va/nu trebuie să adere la UE** - Startul negocierilor de aderare a Republicii Moldova la UE a fost supus discreditării prin promovarea mesajului că



„*negocierile vor dura mulți ani*”, iar drept exemplu este prezentată Turcia, care este în negocieri de 40 de ani. Pentru a prezenta un viitor sumbru al Moldovei în UE, este prezentat [exemplul Ungariei](#), care a fost amendată de Curtea de Justiție a UE cu 200 de milioane de euro pentru refuzul de a accepta refugiați.

- **Șor nu promovează propagandă pe Facebook** - Blocarea paginilor de Facebook ale lui Ilan Șor, Eugenia Guțul, Marina Tauber și Alexei Lungu a stârnit nemulțumiri din partea grupării Șor. Deputatul [Alexandr Nesterovschi](#) a promovat o postare în care acuză indirect Facebook de cenzură. O pagină anonimă a promovat declarațiile avocaților lui Ilan Șor, care [au declarat](#) că „*META a primit date distorsionate de la SIS*” și că „*că nu au descoperit propagandă sau dezinformare în acțiunile clientului lor*”.

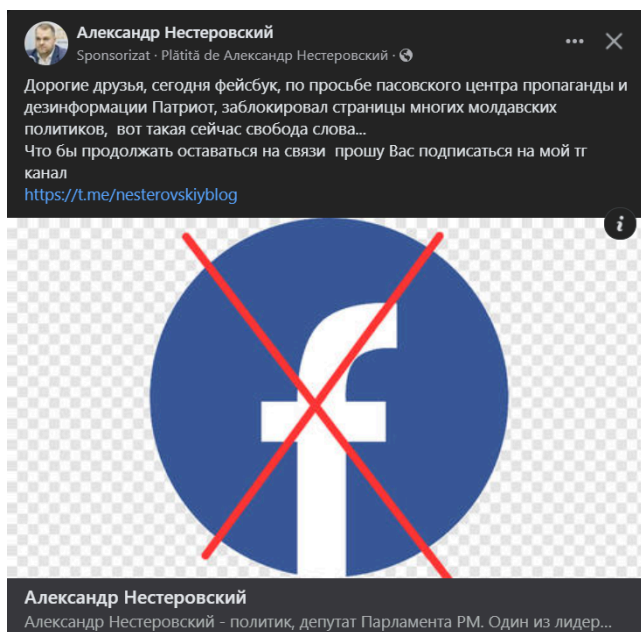


Fig. 6 - Alexandr Nesterovschi a promovat o postare în care acuză indirect Facebook de cenzură.

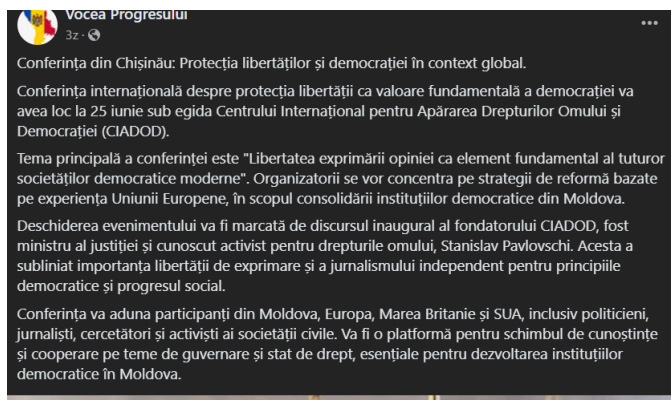




Fig. 7 - Pagina „Vocea Progresului” sponsorizează evenimentul organizat de juristul Stanislav Pavlovschi despre „protecția libertăților și democrației în context global”. La acel eveniment, Pavlovschi a prezentat un sondaj al unei [companii din Israel](#), potrivit căruia „doar 11% din moldoveni au încredere în presa națională”. Reclamele sponsorizate de această pagină au fost șterse din META Ads Library, iar datele despre cât a cheltuit această pagină pentru promovarea reclamelor nu apar în raportul META.

Cheltuielile lui Platon pentru perioada 01 - 30 iunie 2024

Veaceslav Platon a promovat în perioada 01 - 30 iunie în jur de **71 de reclame** pe [pagina sa personale](#) de Facebook și cea a concubinei [Natalia Morari](#), cheltuind **aproximativ 25 250 de euro**. În comparație cu perioada 25 aprilie - 24 mai, Platon a cheltuit **cu 6 850 de euro mai mult** pe sponsorizarea reclamelor, însă numărul acestora **este mai mic cu 13**. Doar pentru **săptămâna 18 - 24 mai**, Platon a cheltuit pentru promovare reclamelor de pe cele două pagini **5 346 de euro**. Oligarhul distribuie în mare parte conținutul propagandistic furnizat de Natalia Morari.

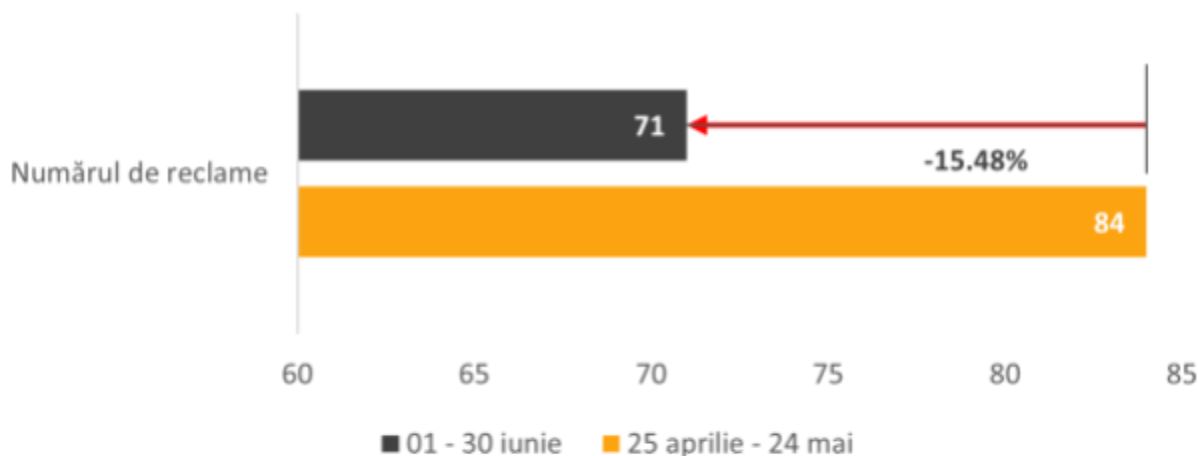


Fig. 8 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Veaceslav Platon pe Facebook din perioada 01 - 30 iunie, în comparație cu perioada 25 aprilie - 24 mai.

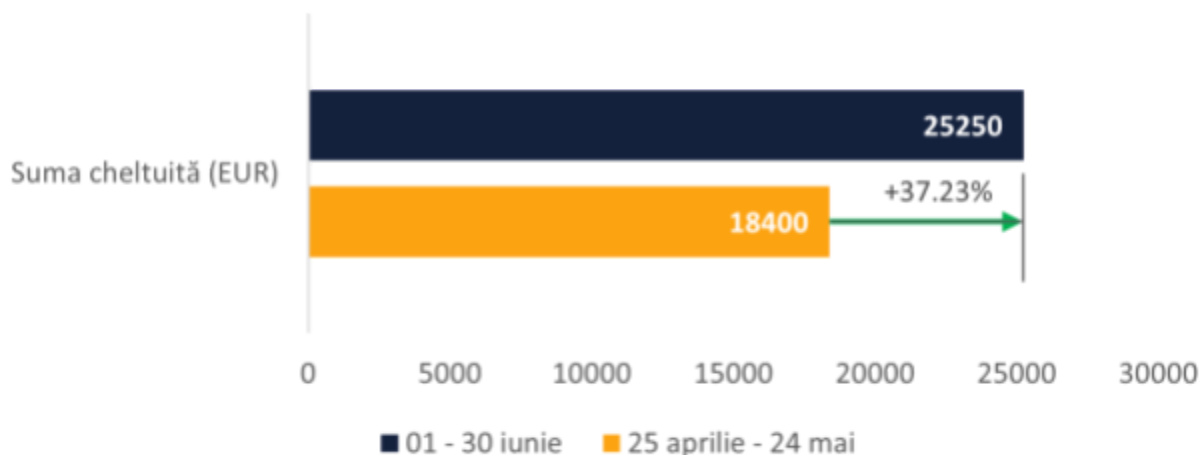


Fig. 9 - Comparație între sumele cheltuite de paginile afiliate lui Veaceslav Platon în perioadele 01 - 30 iunie și 25 aprilie - 24 mai.



Fig. 10 - Reclamă ce sponsorizează interviul Nataliei Morari cu jurnalistul Gheorghe Gonta de la postul de televiziune N4. În clipul video, cei doi susțin că guvernarea divizează societatea prin faptul că îi numesc pe cei care îi critică „mâna Moscovei”. Totodată, este criticat raportul CRJM despre fenomenul atacurilor asupra organizațiilor societății civile și apărătorilor drepturilor omului din Republica Moldova în 2023, pe care Morari îl numește „donos”.

Pe lângă reclamele sponsorizate pe Facebook, Platon promovează activ conținut și pe Youtube. Problema constă însă în faptul că, pe Google Ads Transparency, **nu se afișează sumele cheltuite de Platon** pentru sponsorizarea reclamelor de pe canalul său și al Nataliei Morari. Nu se cunoaște nici perioada pentru care ele au fost promovate și numărul utilizatorilor la care au



ajuns reclamele. În total, Platon a sponsorizat **25 de reclame** pentru luna iunie de pe canalul său de Youtube și al Nataliei Morari. În comparație, pentru perioada 25 aprilie - 24 mai, Platon a sponsorizat **19 reclame** pe cele două canale.

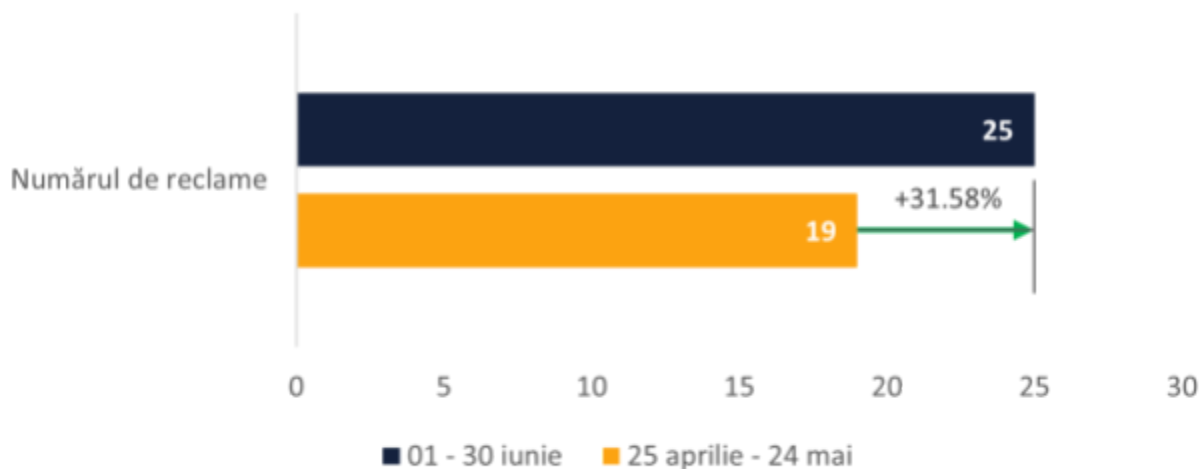


Fig. 11 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Veaceslav Platon pe YouTube din perioada 01 - 30 iunie, în comparație cu perioada 25 aprilie - 24 mai.

Principalele manipulări promovate de paginile afiliate lui Platon au fost:

- **Referendumul este o acțiune de PR electoral al Maiei Sandu** - [Natalia Morari](#) susține că scopul principal al referendumului este de scoate la urnele de vot pe cei care s-au dezamăgit de Maia Sandu și „vremurile bune ale PAS-ului”.
- **„Cenzură” la Teatrul „Luceafărul”** - Natalia Morari a declarat că spectacolul „Invizibil” care urma să aibă loc la Teatrul „Luceafărul” [ar fi fost anulat](#) la indicația consilierii pe cultură a președintei, Angela Brașoveanu. Potrivit lui Morari, motivul ar fi fost că textele din spectacol ar fi fost „antipatriotice” și „împotriva regimului actual”.
- **Moldova nu negociază pe picior de egalitate cu UE** - Platon a promovat o postare în care o critică pe Maia Sandu că a semnat decretul privind începerea negocierilor de aderare la UE. Potrivit lui Platon, Maia Sandu va semna pentru orice condiție impusă de UE fără să o dezbată.

Constatări

Numărul manipulărilor promovate crește pe măsură ce se apropie referendumul pentru integrare europeană și alegerile prezidențiale. Observăm cum, în cazul lui Platon, acesta își diversifică sursele de promovare a dezinformării.



Reacția limitată a companiei META nu a oprit răspândirea dezinformării pe Facebook și Instagram. Blocarea paginilor lui Ilan Șor, Marinei Tauber, Eugeniei Guțul și Alexei Lungu nu a livrat nici un rezultat vizibil în combaterea dezinformării, deoarece nu acestea promovau deschis narativele propagandistice. În continuare rămân a fi active paginile membrilor Partidului „Renaștere”, care, spre deosebire de Ilan Șor sau Eugenia Guțul, deschis promovează de pe paginile lor reclame cu conținut manipulatoriu și care incită la ură.

Spălarea imaginii Federației Ruse s-a transformat într-o campanie mult mai agresivă. Paginile afiliate lui Ilan Șor încearcă să prezinte Moscova ca un partener strategic pentru Moldova, iar Natalia Morari încearcă să promoveze ideea că „*pericolul din partea Rusiei este o invenție a guvernării PAS*”. În acest context, cei doi oligarhi promovează activ narativul că Moldova nu va deveni în viitorul apropiat membră UE, aducând exemplul Turciei. Desigur, ei evită să menționeze că această țară și-a întrerupt procesul de negocieri din cauza regimului Erdoğan.

Observăm și un atac concertat asupra autorităților electorale. Scopul acestuia este de a sădi în mințile alegătorilor ideea că rezultatele referendumului și ale alegerilor prezidențiale vor fi fraudate, încă înainte de începerea campaniei electorale.

Pentru a stopa acest val masiv de dezinformare este important ca societatea civilă și presa să-și unească eforturile în combaterea dezinformării și informarea corectă a societății. Un alt aspect important este legat de politicienii și partidele pro-europene, care din cauza propriilor frustrări față de actuala guvernare slăbesc pozițiile vectorului european înaintea referendumului. Pro-europenii ar trebui să-și consolideze forțele pentru a opune rezistență războiului hibrid al Federației Ruse împotriva Moldovei, dar nu să alimenteze narativele propagandei ruse. Cât ține de autoritățile din sectorul electoral, acestea trebuie să informeze deschis societatea despre modificările pe care urmează să le întreprindă pentru a evita speculațiile că ar pregăti fraudarea scrutinelor electorale.

La moment, statul nu are mecanisme eficiente de luptă cu astfel de instrumente de dezinformare. Companiile META și Alphabet ar trebui să atragă atenția la apelurile autorităților și societății civile din Moldova de a stopa rularea reclamelor în favoarea oligarhilor sancționați. O soluție ar fi ca cele două companii să angajeze moderatori de conținut din Republica Moldova, deoarece cei din România nu cunosc situația socio-politică din Republica Moldova.