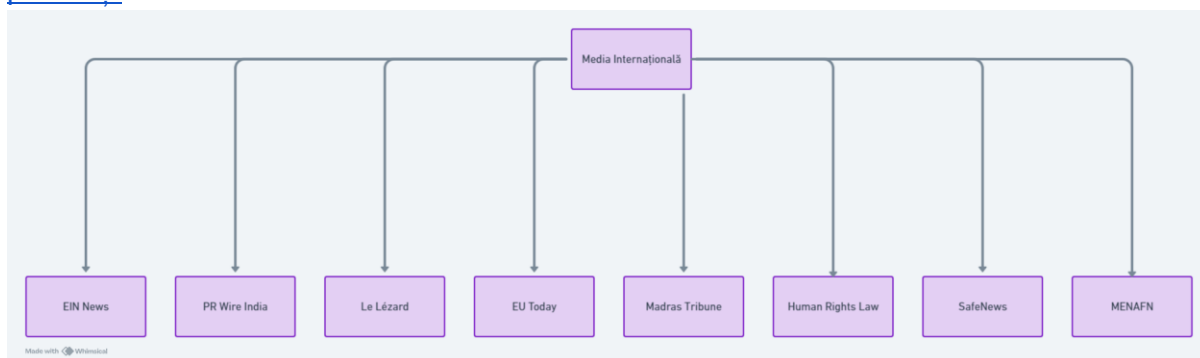


Zborul Porumbelului Păcii: Distribuția Globală a Mesajelor Victoriei Furtună

autor: Andrei Curăraru, expert în politici publice

Lupta cu corupția, dar și transparența financiară pare să fie o temă centrală a alegerilor prezidențiale din 20 octombrie, 2024. Spre exemplu, imaginea publică creată fostei procureure Victoria Furtună se bazează pe pace, lupta cu corupția, dar și apărarea drepturilor omului - o activitate pe care Furtună promitea să se axeze la cârma unui ONG nou-format.

Candidatura doamnei Furtună se pare că a stârnit „un val de reacții” în presa internațională. Am încercat să cercetăm unde a fost plasat comunicatul de presă al acesteia și costurile estimate pentru astfel de servicii. Pentru scopurile acestui studiu au fost folosite [25 de publicații](#) din ultimele 7 zile.



1. Site-uri notabile pe care a fost prezentată:

- **Le Lézard:** Un serviciu canadian de distribuție a comunicatelor de presă, care agregă știri din diverse industrii și este cunoscut pentru acoperirea sa vastă a comunicatelor de presă la nivel internațional.
- **EU Today:** Un portal de știri dedicat afacerilor europene, care oferă analize și comentarii asupra politicii și economiei europene. Acesta a prezentat candidatura Victoriei Furtună și principalele sale promisiuni politice.
- **MENAFN:** Un agregator global de știri și informații economice, care a publicat un comunicat de presă similar, accentuând mesajele și angajamentele campaniei lui Furtună.

2. Model de conținut:

- Articolele analizate sunt în mare parte conținut reprodus, publicat pe mai multe site-uri cu modificări minime, ceea ce sugerează o campanie PR bine coordonată pentru promovarea candidaturii sale pe platforme de limbă engleză.

3. Timpul publicării:

- Conținutul a fost publicat într-un interval de timp foarte scurt, majoritatea articolele fiind lansate în decurs de aproximativ **35 de minute**. Acest lucru indică o lansare coordonată și bine planificată.

4. Profilul site-urilor:

- Aceste site-uri sunt folosite în mod obișnuit pentru distribuirea largă a comunicatelor de presă, mai degrabă decât pentru generarea de reportaje originale sau analize detaliate. Ele servesc ca mijloace pentru a asigura că anumite narațiuni ajung la o audiență mai largă, adesea prin reproducerea comunicatelor de presă.

5. Metrici de implicare:

- Articolele au avut o interacțiune scăzută pe rețelele sociale, ceea ce indică faptul că, deși conținutul a fost distribuit pe scară largă, este posibil să nu fi obținut o tracțiune sau un angajament semnificativ din partea cititorilor.

6. Servicii de distribuție a comunicatelor de presă:

- **EIN Presswire:** EIN Presswire oferă pachete de distribuție care încep de la 99 USD pentru un comunicat și pot ajunge la 999 USD pentru pachete mai avansate care includ distribuție extinsă ([Pricing](#)).
- **PR Wire India și alte platforme similare:** Aceste platforme au costuri similare, între 89 și 299 USD per comunicat, în funcție de opțiunile de distribuție ([Pricing](#)).
- **Estimare totală:** Pentru 25 de platforme, costul total ar putea varia între 2500 și 7500 USD, asumând că se utilizează pachete de bază pe fiecare platformă.

7. Costuri pentru redactare și personalizare:

- Redactare: Costurile pentru redactarea unui astfel de comunicat de presă scurt, potrivit site-ului [LondonFreelance.org](#) pot varia între 50 și 150 USD per comunicat, în funcție de complexitatea mesajului și de necesitatea personalizării pentru fiecare platformă. Pentru 25 de comunicate, costul total ar putea fi între 1250 și 3750 USD.

8. Amplificare pe rețele sociale:

- Costuri de bază: Potrivit [webfx.com](#), amplificarea pe rețele sociale a unei astfel de campanii de anvergură poate începe de la 500 USD pentru o campanie simplă, dar pentru o acoperire mai extinsă și targetată, costul ar putea ajunge la 2000 USD.

9. Costul total estimat:

Estimarea totală pentru campania pe 25 de platforme ar fi între **4.250 și 13.250 USD**, în funcție de complexitatea și extinderea distribuției și promovării. Aceasta include costurile pentru distribuție, redactare și promovare pe rețele sociale.

10. Motive potențiale pentru o astfel de campanie

1. Construirea unui Profil Internațional:

- Având în vedere faptul că Victoria Furtună este o candidată controversată, o campanie internațională poate ajuta la construirea unui profil pozitiv la nivel global, care să contracareze percepțiile negative sau atacurile din partea opoziției interne. O prezență internațională puternică poate să creeze imaginea unui lider capabil de a

gestiona relațiile externe și de a reprezenta interesele Moldovei pe scena internațională.

2. Sprijinul Diasporei:

- Moldova are o diasporă semnificativă, mai ales în țări precum Italia, România, și alte state europene. O campanie bine direcționată în media internațională ar putea mobiliza diaspora moldovenească pentru a sprijini candidatura ei, fie prin vot, fie prin influențarea familiei și prietenilor rămași în Moldova.

3. Influențarea Opiniei Publice Locale:

- O campanie internațională de succes poate avea un impact asupra percepției publice din Moldova. Când un candidat este bine văzut și susținut la nivel internațional, acest lucru poate întări legitimitatea și atractivitatea sa în ochii alegătorilor locali. Acest lucru este deosebit de important într-un context în care competiția politică este intensă și unde încrederea în clasa politică este scăzută.

4. Contracararea Oponenților Politici:

- Oponenții politici ai Victoriei Furtună, cum ar fi Maia Sandu, sunt deja bine cunoscuți și respectați pe scena internațională. Pentru a concura împotriva unor astfel de figuri, Furtună are nevoie să își construiască o imagine pe plan internațional.

5. Resurse Financiare Disponibile:

- Dacă zvonurile privind susținerea financiară din partea lui Veaceslav Platon sunt adevărate, atunci Furtună ar avea resursele necesare pentru a desfășura o astfel de campanie internațională costisitoare. În acest caz, campania internațională poate fi văzută ca o investiție strategică pentru a crește vizibilitatea și a legitima candidatura sa, inclusiv în contextul potențialelor contestații ale alegerilor prezidențiale din 2024.
- Având că majoritatea articolelor analizate au fost publicate pe data de 1-3 august 2024, cheltuielile legate de promovarea acestora trebuie reflectate în rapoartele financiare de campanie a doamnei Furtună sau, după caz, pot fi prezentate acte doveditoare că această campanie a fost realizată gratuit.
- Solicităm respectuos Comisiei Electorale Centrale să examineze datele prezentate în acest raport și să dea o calificare potențialelor încălcări ale legislației electorale și de finanțare a campaniilor electorale.