

EVALUAREA CAMPANIILOR DE PROMOVARE

ANALIZĂ A INVESTIȚIILOR ȘI TACTICILOR UTILIZATE ÎN
PERIOADA 31 IANUARIE - 28 FEBRUARIE, 2025

AUTOR : ANDREI RUSU, WATCHDOG.MD
CO - AUTORI : ANDREI CURĂRARU, CĂTĂLINA BUDURIN

2025



Fig. 7/8 - Clip video sponsorizat de [Irina Vlah](#), în care critică decizia Ministerului Apărării al Republicii Moldova de a aloca bani pentru reparația blocurilor sanitare aflate în gestiunea instituției. Subiectul acestei reclame a fost selectat de către sponsor ca fiind despre „animale și animale de companie” și nu unul politic, deoarece Google nu permite rularea reclamelor politice pe teritoriul Moldovei.

Noua tactică de sponsorizare a dezinformării pe platforma META

Sponsorizările pe pagina „MD24”

„MD24” aplică o strategie diferită față de paginile anonime sponsorizate anterior de Ilan Șor. Dacă în cazul paginilor anonime Șor plătea sume mari pentru un număr mai mic de reclame, dar difuzate pe o perioadă mai lungă, în cazul paginii „MD24” acesta sponsorizează un număr mai mare de reclame cu un buget mai mic.

Perioada de rulare a reclamelor variază de la câteva ore până la maximum două zile. Această tactică pare intenționată, pentru a evita detectarea rapidă de către algoritmi META și pentru a întârzia eventuala blocare a paginii.

The image shows two side-by-side screenshots of sponsored video ads on a platform. The left screenshot shows an ad from an anonymous page with the following details: 'Inactivă', ID bibliotecă: 1152849455953343, 17 iun. 2024 - 19 iun. 2024, Platforme (Facebook and Instagram icons), Categori (category icon), Mărimea estimată a audienței: >1 mil., Suma cheltuită (EUR): 300 € - 399 €, Afișări: 200 K - 250 K. The ad content is titled 'Moldova pentru fiecare zi' and discusses the political situation in Moldova. The right screenshot shows an ad from MD24 with the following details: 'Inactivă', ID bibliotecă: 1179161273581501, 17 mar. 2025 - 19 mar. 2025 · Durată totală de afișare 20 h, Platforme (Instagram icon), Categori (category icon), Mărimea estimată a audienței: 500 K - 1 mil., Suma cheltuită (EUR): <100 €, Afișări: 1 K - 2 K. Below the ad details is a button 'Vezi detaliile reclamei' and the MD24 logo with the text 'Sponsorizat · Plătită de MD24' and hashtags #moldova #md24 #219.

Fig. 9/10 - Comparație dintre campaniile sponsorizate de o pagină anonimă și pagina „MD24”. Observăm că perioada și bugetul campaniei paginii anonime sunt cu mult mai mari decât campania de pe pagina „MD24”.

Spre deosebire de paginile anonime, pagina „MD24” nu face parte din nicio rețea din Asia de Sud-Est. Totodată, în descrierea clipurilor video sponsorizate, pagina „MD24” utilizează doar

hashtaguri sau fraze scurte. Acest lucru o diferențiază de paginile anonime, care promovau postări sau clipuri video însoțite de texte lungi. Astfel, campaniile sunt setate să apară exclusiv în Reels, pe Facebook și Instagram, și nu în fluxul obișnuit al paginii personale a utilizatorului.

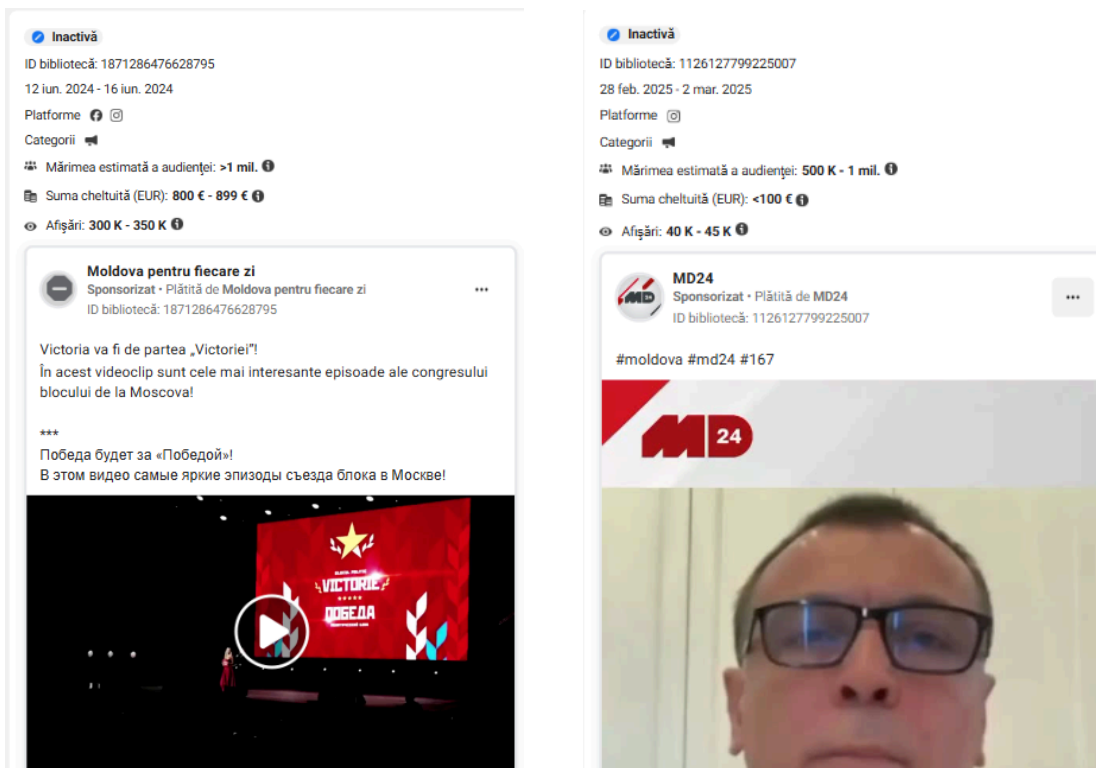


Fig. 11/12 - Pagina anonimă „Moldova pentru fiecare zi” a promovat o postare cu text lung care a apărut în feed-ul utilizatorilor Facebook și Instagram, iar pagina „MD24” a promovat un clip video cu hashtag-uri, care a apărut doar în segmentul reels pe Instagram.

În unele cazuri, pagina „MD24” promovează câte două campanii pentru același clip video. Fiecare campanie vizează doar o singură platformă: fie Facebook, fie Instagram. Bugetul pentru aceste campanii este setat la maximum 100 de euro, însă, cumulate, sumele pot depăși acest prag. Aceasta reprezintă o altă metodă de a păcăli algoritmi META, care identifică mai ușor reclamele ce alocă sume mari pentru difuzare pe termen scurt.

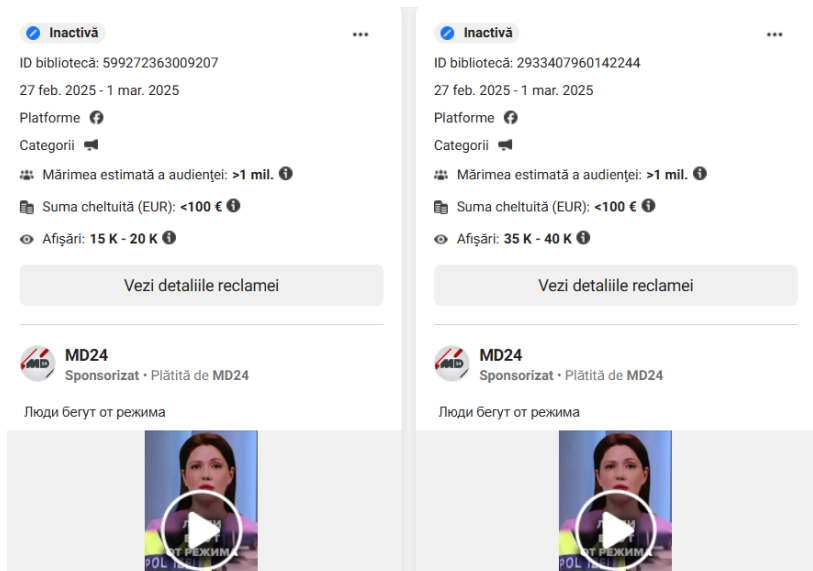


Fig. 13 - Video sponsorizat de pagina „MD24” prin intermediul a două campanii pentru platforma Facebook. Ambele campanii au rulat pentru aceeași perioadă de timp, și cu un buget mai mic de 100 de euro.

Sponsorizările pe paginile politicianilor Victoria Furtună și Vasile Tarlev

Paginile politicianilor Victoria Furtună și Vasile Tarlev sponsorizează campanii simultan pe Facebook și Instagram, spre deosebire de „MD24”, care promovează fiecare campanie pe o singură platformă, fie Facebook, fie Instagram.

Detalii Campanie	Vasile Tarlev	MD24
Statut	Inactivă	Inactivă
ID bibliotecă	1123261012771303	608622625482749
Perioadă	28 dec. 2024 - 30 dec. 2024	28 feb. 2025 - 2 mar. 2025
Platforme	Facebook, Instagram	Facebook
Categorii	[Icon]	[Icon]
Mărimea estimată a audienței	>1 mil.	>1 mil.
Suma cheltuită (EUR)	<100 €	<100 €
Afișări	8 K - 9 K	2 reclame folosesc această componentă creativă și acest text
Buton	Vezi detaliile reclamei	Vezi detaliile rezumatului
Sponsor	Vasile Tarlev (Plătită de Vasile Tarlev)	MD24 (Sponsorizat • Plătită de MD24)
Text	!! К «БУДУЩЕМУ МОЛДОВЫ» присоединяется Страшенский район	Санду плевать на страну

Fig. 14/15 - Comparație între campaniile sponsorizate de pagina lui Vasile Tarlev și pagina „MD24”. Vasile Tarlev a sponsorizat o singură campanie pe platformele Instagram și Facebook, în timp ce „MD24” a sponsorizat două campanii doar pe Instagram.

Dacă comparăm bugetele alocate de paginile Victoria Furtună și Vasile Tarlev, acestea sunt sub 100 de euro, spre deosebire de paginile anonime care alocă câteva sute de euro pentru o singură campanie. Totodată, la fel ca în cazul paginilor anonime, campaniile sunt setate să ruleze atât pe Facebook, cât și pe Instagram.

Detalii Campanie	Victoria Furtună	Moldova Live
Statut	Inactivă	Inactivă
ID bibliotecă	1361759981849752	1636615530233263
Perioadă	3 feb. 2025 - 6 feb. 2025	3 aug. 2024 - 6 aug. 2024
Platforme	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram
Categorii	[Icon]	[Icon]
Mărimea estimată a audienței	>1 mil.	>1 mil.
Suma cheltuită (EUR)	<100 €	400 € - 499 €
Afișări	45 K - 50 K	350 K - 400 K
Buton	Vezi detaliile reclamei	Vezi detaliile reclamei
Sponsor	Victoria Furtună (Plătită de Victoria Furtună)	Moldova Live (Sponsorizat • Plătită de Moldova Live)
Text	Creditele trebuie investite în dezvoltarea durabilă a țării, nu în partidul de guvernare.	Știți cine este în fotografie? Este candidatul la președinție din partea blocului „Victorie”, Vasile Bolea.

Fig. 16/17 - Comparație între bugetele alocate de pagina lui Victoria Furtună și pagina anonimă „Moldova Live”. Pentru o perioadă de trei zile, pagina „Moldova Live” a alocat în jur la 500 de euro pentru reclamă, în timp ce Victoria Furtună pentru aceeași perioadă de timp a alocat sub 100 de euro. Ambele pagini au setat o singură campanie pentru platformele Facebook și Instagram.

Sponsorizările pe pagina lui Vlad Filat

Strategia de sponsorizare a reclamelor de pe pagina lui Vlad Filat este asemănătoare cu cea utilizată pe pagina fostului procuror Victoria Furtună. La fel ca în cazul acesteia, Filat sponsorizează o singură campanie care rulează pe Facebook și Instagram, cu un buget mai mic de 100 de euro și pentru o perioadă scurtă de timp. În unele cazuri, campaniile lui Filat și Furtună sunt sincronizate ca durată și abordează același subiect.

Detalii	Vlad Filat	Victoria Furtună
Statut	Inactivă	Inactivă
ID bibliotecă	598579962879008	632703425798786
Perioadă	3 feb. 2025 - 6 feb. 2025	3 feb. 2025 - 6 feb. 2025
Platforme	Facebook	Facebook, Instagram
Categorii		
Mărimea estimată a audienței	>1 mil.	>1 mil.
Suma cheltuită (EUR)	<100 €	<100 €
Afișări	50 K - 60 K	20 K - 25 K
Text	E dimineață, din nou, în Moldova! Стесняюсь спросить: где деньги и кто, на самом деле, хоții și bandiții? Как-то подозрительно замолчали оаменii onești. Где прокурорii curajoși и judecătorii cinstiți, которые бы посадили всю эту гнилую банду за разворывание денег американских налогоплательщиков?...	Întrebare către prezenta guvernare, totuși cine reprezintă interesele grupărilor criminale? Se pare ca Maia Sandu și partidul PAS ar trebui să ofere careva răspunsuri societății! Este o lovitură sub centură pentru membrii grupului criminal organizat aflați la guvernare! ...

Fig. 16/17 - Comparație între campaniile setate pe pagina lui Vlad Filat și a Victoriei Furtună. Ambele campanii manipulează pe subiectul finanțării USAID, și acuză guvernarea că ar fi o grupare criminală. Totodată, observăm că aceste campanii au fost setate să ruleze în sincron pentru perioada 3-6 februarie și cu un buget mai mic de 100 de euro.

Numărul afișărilor pentru reclamele lui Vlad Filat este mai mare decât în cazul Victoriei Furtună, deoarece acesta are mai mulți urmăritori pe pagina sa de Facebook. Astfel, algoritmi META afișează reclamele sponsorizate de Filat unui public mai larg.

Principalele narative promovate în perioada 31 ianuarie - 28 februarie

În perioada monitorizată principalele narative propagandistice promovate prin intermediul reclamelor de pe Facebook și YouTube au fost:

- **Din banii USAID au avut de beneficiat doar PAS și ONG-urile** - Fostul premier [Vlad Filat](#), a acuzat ONG-urile IPRE, CRJM și WatchDog.MD „că au preluat cei mai mulți bani de la USAID”, de când PAS este la guvernare. [Victoria Furtună](#) a acuzat guvernarea că ar fi o grupare criminală finanțată de USAID. Aceasta a utilizat în retorica sa declarațiile miliardarului Elon Musk, care a susținut că „USAID este o instituție criminală”. [Natalia Morari](#) a acuzat presa independentă și ONG-urile că „luau bani de la USAID pentru a spăla imaginea guvernării”.
- **Criza energetică a fost creată artificial de către PAS** - [Vasile Tarlev](#) a acuzat guvernarea că ar fi creat artificial criza energetică din Moldova, inclusiv în regiunea transnistreană. Fostul premier [Vlad Filat](#) a manipulat și el pe subiectul crizei energetice din Transnistria. Potrivit lui Filat, „Guvernarea nu a întreprins nimic pentru a preîntâmpina criza energetică în regiune”, deși știa că Ucraina va opri gazul spre Transnistria. Totodată, Filat a acuzat guvernarea că „a pus piedici Rusiei în procesul de procurare a gazului pentru regiunea transnistreană prin intermediul unei companii moldovenești”. Pagina „MD24” a acuzat guvernarea „[nu s-a pregătit](#) pentru criza energetică și a mințit populația că prețul la gaz și energie electrică nu va crește”. În clipul video nu se menționează deloc că Rusia a creat artificial criza energetică.
- **UE nu mai este o democrație** - [Victoria Furtună](#) a acuzat „NATO și UE că au anulat alegerile din România”, pentru că un candidat ar fi fost susținut de Rusia și Iran. În același timp, Furtună critică „NATO că sponsorizează presa independentă din Moldova, influențând astfel politica internă a țării”. Fugarul [Veaceslav Platon](#), a promovat o secvență a discursului vicepreședintelui american J.D. Vance, în care acesta a criticat autoritățile de la București pentru anularea alegerilor prezidențiale și partenerii europeni că „au o democrație slabă”. Platon a ironizat pe baza acestui discurs și a declarat că Maia Sandu ar fi suferit un atac de cord de la declarațiile vicepreședintelui american. DE
- **Partenerii occidentali au trădat Ucraina** - [Natalia Morari](#) susține că partenerii occidentali au trădat Ucraina, iar actuala guvernare trebuie să fie atentă la ce decizii iau în raport cu Rusia. În același clip video promovat de Morari, Gheorghe Gonța susține că politicienii de la Kiev din prima zi ar fi trebuit să discute cu Putin, pentru că ăla nu ar fi avut timp de „joacă” cu ei. Într-un clip promovat de pagina „MD24”, s-a promovat ideea că „Moldova [nu trebuie să hămăie](#) la puterile mari ci să-și cunoască locul”.
- **UE bagă Moldova în datorii** - Potrivit [Victoriei Furtună](#), ajutorul de 1,9 miliarde de euro oferit de UE, va băga Moldova în datorii. Aceasta susține că astfel „Moldova va fi nevoită să-și vândă pământurile, neutralitate și suveranitatea pentru a achita creditul oferit”.

Furtună declară că ajutorul „*va fi furat integral de actuala guvernare, iar moldovenii nu vor vedea beneficii din acest sprijin oferit de UE*”.

- **Guvernarea PAS militarizează Moldova** - [Irina Vlah](#) susține că actuala guvernare înarmează Moldova și o pregătește de război. Potrivit fostei guvernatoare a Găgăuziei, actuala guvernare „*cheltuie miliarde de lei pe obiective militare și acceptă cadouri din partea NATO*”. Pagina „MD24” a promovat un clip în care actuala guvernare este acuzată că ar fi [cointeresată în continuarea](#) războiului din Ucraina, deoarece un armistițiu ar duce la pierderea puterii de către PAS.

Constatări

Pe fundalul alegerilor parlamentare din acest an, Kremlinul își intensifică retorica de divizare a societății moldovenești. Prin intermediul actorilor locali, Rusia încearcă să discrediteze societatea civilă și presa independentă, percepute drept obstacole în calea recapturării instituțiilor de către forțele pro-ruse. Această ofensivă informațională este dublată de o recalibrare a mecanismelor de sponsorizare online și de testarea unui ecosistem paralel de propagandă electorală.

1. Schimbarea tacticilor de sponsorizare

Datele colectate între 31 ianuarie și 28 februarie confirmă o schimbare clară de tactică: bugete fragmentate, creșterea volumului de reclame și evitarea deliberată a mecanismelor de transparență ale platformelor digitale. Oligarhii fugari au redus drastic finanțarea paginilor anonime și au trecut la susținerea directă a unor politicieni afiliați, inclusiv prin canale media proprii, precum *MD24*.

2. Fragmentarea bugetelor și microtargetarea

Ilan Șor a sponsorizat 164 de reclame cu aproximativ **3.900 de euro**, o medie de doar 24 de euro per reclamă. Strategia: multe reclame, durată scurtă, sume mici și targetare precisă. În paralel, rețeaua lui Platon a fost consolidată prin pagina Nataliei Morari, cu 41 de reclame și un buget de peste 2.200 de euro. Campaniile vizează evitarea raportării în registrele publice de cheltuieli electorale.

3. Exploatarea vidului de reglementare

Reclamele sunt distribuite prin pagini semi-oficiale, fără a fi marcate drept politice. Pagina *Simple Overkill* a rulat conținut electoral fără disclaimer, iar Google nu clasifică drept politice spoturile Irinei Vlah, Nataliei Morari sau ale Victoriei Furtună. Lipsa unui cadru de reglementare coerent creează un avantaj tactic pentru actorii pro-ruși.

4. Sincronizarea narativelor și reutilizarea temelor

Granturile USAID, îndatorarea față de UE, militarizarea prin NATO - sunt teme reciclate în formate noi, adaptate contextului electoral. Sincronizarea între paginile lui Filat și Furtună pe tema USAID este deliberată. Narativele sunt amplificate prin rețele media afiliate și livrate în formate video pe Facebook, YouTube și Reels.

5. Infrastructură politică paralelă

Formarea partidelor „Viitorul Moldovei”, „Moldova Mare” și „Inima Moldovei” are ca scop simularea pluralismului și fragmentarea votului pro-european. Propaganda este mascată sub aparența conținutului civic sau social, cum ar fi „critica față de cheltuielile Ministerului Apărării”. Scopul este de a crea confuzie și de a crește costurile de mobilizare ale partidelor pro-reformă.

Recomandări

Aceste constatări sunt susținute de date concrete: volumele de reclame, structura bugetelor, metodele de distribuție și sincronizarea mesajelor. Ele indică existența unui sistem adaptiv și coordonat de dezinformare, care îmbină propaganda politică, opacitatea tehnologică și slăbiciunile cadrului de reglementare.

Fără o intervenție fermă și monitorizare tehnică avansată, Republica Moldova riscă să piardă controlul asupra propriei arene informaționale în campania electorală. Pentru a limita efectele acestor tactici de dezinformare și a proteja integritatea procesului electoral, propunem următoarele măsuri:

1. Reglementarea cadrului legal pentru a eficientiza transparența digitală

- Organizarea, de către Cancelaria de Stat, a unui grup de lucru cu META și Google pentru notificări rapide și solicitarea accesului extins la bibliotecile de reclame.
- Elaborarea unui cadru legal național care să oblige platformele digitale să publice date despre sponsorizarea conținutului politic, inclusiv în afara campaniilor electorale oficiale.
- Introducerea unui registru public separat al reclamelor sponsorizate, care să conțină detalii despre sumele cheltuite, audiențele vizate și sursa finanțării.

2. Consolidarea capacității instituționale

- Instruirea urgentă a personalului CEC, SIS și CNA privind monitorizarea reclamelor sponsorizate, utilizând instrumente gratuite disponibile.
- Stabilirea unei linii de comunicare operative între CEC, SIS și CNA pentru validarea campaniilor suspecte în 24 de ore și redactarea unor alerte publice comune.
- Dotarea CEC, SIS și CNA cu instrumente digitale pentru monitorizarea în timp real a conținutului sponsorizat.
- Crearea unei unități interinstituționale de răspuns rapid care să poată documenta și sancționa tentativele de interferență electorală prin rețelele sociale.

3. Suport pentru societatea civilă

- Suplimentarea finanțării activităților de monitorizare a dezinformării online, în special în contextul alegerilor parlamentare din 2025.
- Implementarea rapidă a unui canal Telegram de raportare civică, coordonat de o coaliție de ONG-uri, cu sprijinul autorităților pentru prevenirea escaladării cazurilor grave.
- Crearea unui mecanism oficial de alertă civică, prin care cetățenii pot semnală conținut sponsorizat suspect.

4. Intervenții în educație și media

- Inițierea unei campanii de informare prin videoclipuri scurte (sub 60 de secunde), care să explice cum poate fi recunoscută o reclamă politică falsă.
- Facilitarea colaborării între redacții locale și experți OSINT pentru investigații rapide privind sursele conținutului sponsorizat cu impact electoral.
- Sprijinirea jurnalismului local de investigație care documentează rețelele de finanțare ale actorilor pro-ruși.