

ROMANIA MINISTERO
DEGLI AFFARI INTERNI DIREZIONE
GENERALE DELLA PROTEZIONE
INTERNO



Nr. [REDACTED]

Declassificato n. 2081968/04.12.2024

NOTA INFORMATIVA

J- Controlli tecnici specializzati nell'ambiente online e l'analisi delle metriche identificate nei social media, principalmente sulla piattaforma TiK-ToK, nel contesto del processo elettorale, hanno convalidato l'esistenza di una campagna elettorale non etichettata come tale, in cui, a partire dal novembre 2024, un numero di oltre 100 *influencer* (per un totale di oltre 8 milioni di follower attivi) sono stati sottoposti a manipolazione riguardo all'identità del candidato promOVdt.

TiK-ToK non ha attuato le istruzioni dell'Ufficio elettorale centrale per quanto riguarda la marcatura come candidato politico e la marcatura dei materiali elettorali video con il codice unico assegnato dall'Autorità elettorale permanente a ciascun candidato.

L'analisi metrica ha rivelato un forte aumento nell'intervallo 13-26.11.2024, raggiungendo il 9° posto a livello globale nei top trend di promozione dei contenuti video associati a diversi hashtag utilizzati nella campagna elettorale di Călin GEORGESCU, ma non è stata identificata alcuna amplificazione artificiale.

sulla piattaforma TIK-TOK fino al 24.11.2024, con un'esplosione del numero di visualizzazioni in centinaia di milioni registrata dopo il

25.11.2024

I dati analizzati hanno rivelato circa 130 account TikTok attraverso i quali sono stati diffusi video con tali contenuti, utilizzando gli hashtag *#echilibrusiverticalitate*, *#prezidentiale2024*, *#unliderpotrivitpentrumine*, la maggior parte dei post di questo tipo non erano contrassegnati come annunci a pagamento.

A tal fine, sono stati individuati dei video in cui *gli influencer* nazionali promuovevano uno scenario predefinito di elementi che ogni candidato doveva soddisfare. I video sono stati pubblicati su più piattaforme (TikTok, Instagram e Facebook), generando tra le 1.000 e le 500 mila visualizzazioni per ogni video, tutte con l'hashtag *Itechilibrusiverticalitate*.

La valutazione dello scenario utilizzato per la realizzazione degli elementi di contenuto indica situazioni simili realizzate nell'ambito delle azioni per influenzare l'intenzione di voto nella Repubblica di Moldova.

Nei post citati sono stati individuati *influencer* rumeni che hanno promosso il candidato filorusso della Repubblica di Moldova.

All'interno della sezione dei commenti di ciascun contenuto, sono stati identificati diversi messaggi che promuovevano un candidato alla presidenza. L'analisi di questi account indica anomalie nella loro costituzione, con indicazioni sull'uso di account fittizi creati esclusivamente per la distribuzione di tali commenti.

La maggior parte degli *influencer* non era consapevole di promuovere un candidato specifico attraverso l'uso di *#balbalanceandliticality*: solo 51 influencer attualmente mantengono ancora gli elementi di contenuto associati a questi tre hashtag, mentre gli altri si sono autoeliminati non appena hanno appreso l'identità del candidato preso di mira dalla rispettiva campagna elettorale.

0 fase essenziale della campagna è stata l'associazione del profilo ideale del presidente citato con il candidato Călin GEORGESCU, attraverso un alto numero di commenti che specificano il suo nome, fatti per ogni post del video promozionale.

Gli influencer sono stati cooptati e pagati tramite la piattaforma [redacted], dedicato alla micro-inf/Uenceri/o, fondato dall'azienda [redacted]. Sul mercato online (piattaforma di intermediazione di servizi) è stata pubblicata una richiesta di servizi pubblicitari, insieme a una serie di istruzioni chiare per la campagna promozionale, contenenti caratterizzazioni di profili e hashtag relativi al modello ideale di presidente.

all'analisi del contenutorisulta che la richiesta diservizi pubblicitari è stata inviata da una società (forse fantasma) chiamata

. Per di più, *gli influencer* vengono pagati per una campagna di questo tipo in a seconda del numero di follower, in questo caso basato su circa 400 lei per 20.000 follower, l'offerta di collaborazione è disponibile per tre giorni. Successivamente, dopo t a l e termine, l'azienda non è stato trovato sul

-Alcuni dei sostenitori della campagna elettorale coinvolti nella promozione e nell'acquisto di voti sono esponenti di culti estremisti, criminali e religiosi di destra, precedentemente coinvolti nella promozione di narrazioni filorusse, antisemite, anti-NATO o anti-Ucraina, tra cui citiamo:

- [redacted] è stato incaricato di centralizzare le firme necessarie per la partecipazione del candidato Călin GEORGESCU alle elezioni presidenziali. [redacted] iferendosi a, seguace dell'ideologia estremistadi destra e ultranazionalista, si sa che è stato un combattente della Legione Straniera, un rappresentante della

Promuove l'ideologia di estrema destra organizzando campi di lavoro paramilitari, i cui **obiettivi** includono la radicalizzazione dei giovani, tra cui **minori al fine di avviare** atti **contrari allo** Stato di diritto.

[redacted] coordina una ONG attraverso la quale porta avanti campagne **di promozione della dottrina** neolegionista e ultraortodossa, **anche negli** istituti scolastici.

- Il leader del clan [redacted] ha condotto una campagna promozionale sulla piattaforma TikTok per il candidato in questione.

Ha condotto la campagna promozionale attraverso i suoi post sul suo account personale, ma anche attraverso trasmissioni in diretta sulla stessa piattaforma, dove si associa a vari personaggi della malavita.

[redacted], ha dichiarato l'utente dell'account Facebook [redacted], persona che possiede anche l'account di TikTok [redacted] della malavita, ha dichiarato che insieme a [redacted] împreună cu [redacted], conosciuto come [redacted] e possiede l'account [redacted] de TikTok [redacted] Tok e l'utente dell'account [redacted], identificati [redacted], au susținut financiar ca [redacted] mehanosostenuto finanziariamente la campagna elettorale di Calin GEORGESCU per le elezioni presidenziali attraverso la piattaforma TikTok.

I 23.11.2024, alle ore [redacted] aliasha pubblicato sul suo profilo Facebook un messaggio che suggerisce che le elezioni sono truccate.

[redacted] attualmente, il post ha un'esposizione pubblica limitata; in uno dei commenti correlati, l'account utente ha incitato le proteste pubbliche sull'argomento.

Notiamo che sull'account sono presenti diverse foto postate un giorno prima della fine della campagna elettorale che promuovono il candidato indipendente e, separatamente, foto più vecchie che promuovono il Presidente della Federazione Russa Vladimir PUTIN. Secondo il profilo Facebook, a livello 2018-2019, questo avrebbe menzionato Mosca come luogo.

[redacted] è l'unico azionista e amministratore di società [redacted] deține calitatea de [redacted] de controspionaggio, sono stati ottenuti date concrete che rivelano [redacted] de pe teritoriul României, [redacted] de a iniția acțiuni de natură Romania,

[redacted] per avviare le azioni di un incidere sulla sovranità dello Stato rumeno.

În termini con [redacted] con l'obbiettivo comune di sostenere gli sforzi politici del candidato indipendente Călin GEORGESCU per diventare Presidente della Romania.

In seguito all'analisi dello spazio informativo, con riferimento alle lezioni apprese da altri Paesi, è stato identificato un modello di azione simile in Ucraina, attivo nel periodo precedente l'aggressione della Federazione Russa. In termini concreti, la campagna informativa "Equilibrio e Verità" è identica alla campagna "Fratello accanto a fratello" condotta dalla Federazione Russa in Ucraina, entrambe realizzate attraverso la manipolazione di micro-influencer.

Così, la campagna per influenzare la Federazione Russa in Ucraina è stata avviata tramite canali Telegram gestiti da un amministratore anonimo che ha richiesto la realizzazione di elementi di contenuto ben definiti che promuovessero la narrativa della coesione del gruppo etnico.

[REDACTED]

Allo stesso tempo, i coordinatori hanno trasmesso una serie di condizioni minime che i creatori di contenuti dovevano soddisfare (numero di visualizzazioni, coordinate temporali in cui gli elementi di contenuto dovevano essere pubblicati, suoni da utilizzare, emoticon da utilizzare, testo-narrazione).

Inoltre, in entrambe le campagne, i promotori hanno presentato alle persone coinvolte i modi per evitare il rilevamento di contenuti non conformi alle politiche di TikTok e i modi per rendere virali i video creati.

[REDACTED]

In Romania, campagna di campagna a celor 3 hashtag (*#balibrusiverticalità, #presidentiale2024, #unliderpotrivitpentrumine*) è stata avviata tramite l'app [REDACTED] dalle agenzie [REDACTED].

. **L'obiettivo della campagna era quello di sensibilizzare l'opinione pubblica** sull'importanza del voto.

0 Un'altra somiglianza consiste nella cancellazione di tutti i dati disponibili online sulle campagne promozionali per limitare la possibilità di attribuirle ad attori ostili.

Dopo aver contrattato i servizi di creazione di contenuti, gli influencer hanno creato e diffuso elementi di contenuto secondo le linee guida stabilite, senza conoscere il reale beneficiario della campagna di promozione. Dopo l'esposizione della campagna di influencer, alcuni vettori di opinione sui social hanno criticato le azioni degli influencer accusandoli di promuovere quegli hashtag solo in cambio di benefici finanziari.

La campagna in Ucraina ha pagato 17USD per ogni contenuto, mentre in Romania ogni influencer è stato pagato 390 lei / 20.000 follower.

Inoltre, i creatori di contenuti coinvolti nella campagna appaltata in Ucraina sono stati incoraggiati a distribuire i contenuti attraverso altre persone, in modo simile alla campagna di promozione rumena.

DIREȚȚOR 6@fefetAL

[REDACTED]