

POLICY BRIEF Nr. 234 Mai 2026

Criza guvernamentală și manipularea pe TikTok.

Un raport de monitorizare Aprilie-Mai 2026



Autori: Madalina Voinea, Analist Digital | **Monirul Hassan**, Cercetător Independent, Computer Science | **Vlad Adamescu**, Politolog

Cuprins

2.1 Evoluția volumului de postări.....	6
2.2 Clustere de coordonare între conturi	6
Exemplu de aliniere operațională.....	8
2.3 Analiza comentariilor	8
2.4 Analiza urmărilor conturilor principale	10
2.5 Principalele subiecte și impactul acestor narațiuni în viața reală.....	12
3.1 Folosirea conturilor feminine (utilizarea profilurilor de femei)	15
3.2 Conținutul Geția	16
5.1 Reglementări naționale pentru industria inautentică domestică.....	19
Ce lipsește din reglementările naționale?	19
Reguli clare pentru actorii politici în online.....	19
Revizuirea reglementărilor naționale privind finanțarea campaniilor de promovare	19
5.2 STRATCOM – Creșterea capacității civile de comunicare strategică în România	20

1.Context: Criza politică din România, peisajul mass-media digital și campaniile inautentice ca poluare informațională

Într-o perioadă de criză politică, feed-ul de TikTok al românilor este un câmp de bătălie informațională. Am analizat **23.599 de videoclipuri politice virale** de la începutul anului. Dintre acestea, doar în perioada 1 aprilie - 11 mai 2026, **videoclipurile monitorizate au produs 101,9 milioane de vizualizări, 829.000 de distribuiri și 68.400 de comentarii. 52% dintre comentarii erau grupuri de mesaje duplicate. Dintre cei 267.799 de urmăritori ai conturilor care au produs acest conținut, 53,1% erau conturi goale, fără niciun videoclip postat. Vorbim despre persoane reale, cetățeni preocupați, patrioți?** Datele noastre sugerează prezența continuă a unor rețele de amplificare care mențin artificial conversația la cote maxime exact în momentele în care publicul este cel mai vulnerabil. Ne întrebăm în acest context cum putem decide cine a fost primul, conturile inautentice sau susținătorii reali? Mai important, cine răspunde într-o democrație pentru manipularea informației care ajunge la cetățeni?

România traversează o criză guvernamentală severă după ce coaliția de guvernare s-a prăbușit odată votarea moțiunii de cenzură în Parlament. Contextul economic este în continuă deteriorare, incertitudinea politică, inflația de peste 10% și situația geopolitică de la graniță au creat un spațiu informațional plin de incertitudine, nemulțumiri și oportunități de exploatare politică a acestor realități.

Realitatea românească nu reprezintă o excepție, ci se înscrie într-un fenomen global al lipsei de acțiune din partea marilor platforme de social media care, în lipsa unor mecanisme de siguranță care să garanteze integritatea serviciilor pe care le oferă, permit infiltrarea acestor tipuri de campanii în feed-urile oamenilor. În raportul NATO Strategic Communications Centre of Excellence, „Beyond Spam Bots”, publicat în aprilie 2026¹, amplificarea artificială pe social media prin intermediul unor sisteme personalizate bazate pe LLM-uri (ChatGPT, Claude și altele) reprezintă principala îngrijorare în fenomenul manipulării conversațiilor online.

¹ Chia Tee Hiang, J., and G. Bergmanis-Korāts, *Beyond Spam Bots: The Rise of AI-Powered Disinformation Machines and the Imperative for Strategic Response* (Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2026), <https://stratcomcoe.org/publications/beyond-spam-bots-the-rise-of-ai-powered-disinformation-machines-and-the-imperative-for-strategic-response/342>.

Capability	First generation (2016–2020)	AI-enabled (2024–)
Content generation	Template-based, repetitive, easily identified	Context-aware, persuasive, indistinguishable from human
Persona management	Static fake accounts with thin backstories	Dynamic synthetic identities with adaptive psychological profiles
Targeting	Broad demographic categories	Psychological vulnerability mapping; real-time sentiment analysis
Adaptation	Manual adjustment based on observed results	Automated feedback loops; self-optimising tactics
Scale	Labour-intensive; human operators required	Industrial-scale automation with minimal oversight

Sursa: NATO Strategic Communications Centre of Excellence, *Beyond Spam Bots: The Rise of AI-Powered Disinformation Machines and the Imperative for Strategic Response*, Riga, aprilie 2026

Odată cu apariția LLM-urilor, campaniile de manipulare online au devenit accesibile oricărui actor rău intenționat care vrea să polueze informațional cu scopul de a-și promova propria agendă, având costuri minime, dar eficiență maximă. Această eficiență se traduce prin crearea în masă a zeci de mii de conturi false care mimează comportamentul oamenilor peste ceea ce putem detecta pur vizual. Dacă înainte de LLM-uri observam campanii leneșe cu boți, repetitive, cu factori de coordonare ușor de observat, acum vedea mimarea comportamentului uman într-un sistem mult mai complex. Care sunt semnalele care rămân? Anomalii ale interacțiunilor pe un anumit subiect de la conturi suspecte, invazia spațiului digital prin conturi care își intensifică coordonat activitatea, promovând cu tipare posibil inautentice de postat (aceleași ore, un volum ridicat, aceleași mesaje). Cu toate acestea vorbim de definiții incomplete și în continuă schimbare; tocmai de aceea considerăm definiția din ultimul raport EEAS pertinentă și fenomenului românesc.

Comportament Inautentic Coordonat (CIB) - Implică eforturi organizate, deliberate și manipulative de a induce în eroare publicul prin utilizarea mai multor conturi false sau inautentice. În general, include rețele de conturi și pagini care colaborează pentru a răspândi anumite mesaje sau pentru a desfășura acțiuni specifice, ascunzându-și în același timp natura. Operațiunile CIB se bazează pe utilizarea extensivă a tacticilor și tehnicilor manipulative.

Sursa: Serviciul European de Acțiune Externă (EEAS), *Al 4-lea Raport privind Amenințările la Adresa Securității Informaționale*, 2026.²

² European External Action Service (EEAS), *4th EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats: Dismantling the FIMI House of Cards* (Brussels: EEAS, March 2026), <https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/2026/documents/EEAS%204th%20Threat%20Report%20web%20version%201.pdf>.

Cine ar trebui să acționeze? Reglementările europene au creat un cadru de răspuns prin Regulamentul privind Serviciile Digitale (DSA), care impune platformelor de tip VLOP (Very Large Online Platforms, ex: Meta, TikTok) obligații continue de evaluare și atenuare a riscurilor sistemice. Conform articolului 34 din DSA, o criză guvernamentală de amploarea celei din România se încadrează explicit în categoria riscurilor sistemice, vizând efectele negative asupra discursului civic, proceselor electorale și securității publice. De asemenea, în Codul de Conduită împotriva Dezinformării (2025), integrat în DSA, avem explicit interzise comportamentele manipulative, inclusiv crearea de conturi false, amplificarea prin boți și promovarea netransparentă prin influenceri. Cu toate acestea, observăm că aceste obligații nu sunt respectate consecvent. Dacă în timpul alegerilor platformele încercau să păstreze aparența unor mecanisme de siguranță împotriva traficului artificial, acum sesizăm mai degrabă pasivitate, cel puțin în cazul acestei ultime crize politice.

Responsabilitatea de a-și securiza serviciul oferit pe teritoriul Uniunii Europene în fața acestui nou val de campanii inautentice coordonate aparține, în primul rând, marilor platforme. Totuși credem că este nevoie și de acțiune la nivel național.

Dincolo de obligațiile platformelor, răspunsul la poluarea informațională necesită acțiune la nivel de societate. **În acest raport propunem trei direcții complementare:**

- **reglementarea publicității politice online**, în cadrul căreia să includem explicit interzicerea folosirii campaniilor cu conținut inautentic de către companiile de marketing contractate de partidele politice românești. O astfel de reglementare poate fi însoțită de un Cod de Conduită pentru partide în mediul online.
- **Creșterea capacității civile de comunicare strategică** prin înființarea unui STRATCOM românesc. Acesta nu presupune replicarea rețetelor din Franța, Suedia, Norvegia sau Moldova ci, crearea în primul rând a unor studii despre spațiul informațional românesc, a obiceiurilor de consum, vulnerabilităților, alături de experții din universități și din societatea civilă.
- **Delimitarea clară** între forme de coordonare legitimă ale utilizatorilor în mediul online, de exemplu campanii coordonate ale cetățenilor de susținere a unui politician, campanii de informare, campanii de exprimare politică organică și campanii inautentice coordonate.

Lecția ratată a alegerilor din 2024-2025 pentru mediul online este că interferența internă inautentică, alături de cea externă, confirmată sau nu, n-a dispărut. Ambele lucrează 24/7 chiar și în afara campaniilor electorale pentru polarizarea românilor. Întrebarea nu este dacă România are nevoie de un răspuns coordonat, ci dacă statul român va dori să îl construiască transparent, în parteneriat cu societatea civilă, experți, presă și universități, sau îl va lăsa conform obiceiului tot în seama structurilor de forță, fără o comunicare adecvată cu societatea.

2. Analiza a 23.599 de videoclipuri, 68.000 de comentarii și 267.286 de conturi, în perioada 11 ianuarie – 11 mai

2.1 Evoluția volumului de postări

Din analiza noastră vedem o intensificare bruscă a activității de postare în timpul crizei guvernamentale din aprilie-mai 2026. Producția totală de videoclipuri a crescut constant începând cu luna ianuarie, înainte de a accelera brusc în aprilie și de a atinge un vârf de aproape 4.000 de videoclipuri într-o fereastră de 14 zile, un nivel de aproape patru ori mai ridicat decât cel observat la începutul anului. Modelele de activitate zilnică arată o creștere constantă și un vârf în perioada 1-5 mai, până la moțiunea de cenzură, cu vârfuri repetate care depășesc 400-500 de videoclipuri pe zi.

Numărul postărilor publicate de cele 49 de conturi de origine a fost în continuă creștere din luna ianuarie. De la 57 de videoclipuri postate pe zi, în aprilie acestea postau în medie 246 de videoclipuri pe zi, ritm care s-a menținut și în luna aprilie. Am observat în perioada aprilie-mai **o creștere de până la 4x a activității de postare a conturilor**.

Două conturi ies în evidență, fiind probabil create sau convertite în conturi politice în 2026:

- [breakingtiktok78](#), a cărui primă postare apare în martie 2026, a postat 526 de videoclipuri în prima sa lună, apoi 2.270 în aprilie, acumulând 32 de milioane de vizionări în mai puțin de două luni pe conținut exclusiv politic pro-AUR, anti Guvern.
- [live1977](#) a apărut la 1 aprilie 2026 și a postat 788 de videoclipuri în 40 de zile, ajungând la 7 milioane de vizionări.

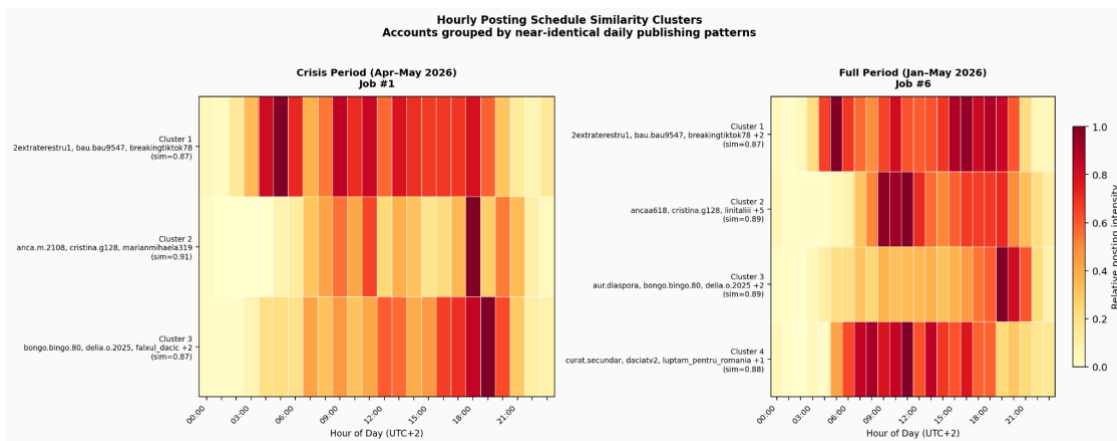
Ambele conturi au pornit de la zero și au funcționat la scară largă, cu zeci de postări pe zi, milioane de vizionări în câteva săptămâni, concentrându-se pe știri manipulate împotriva programului SAFE, știri manipulate despre președintele Nicușor Dan, despre fostul prim-ministrul Ilie Bolojan și pro-Călin Georgescu și AUR.

Nu sunt singurele conturi cu un astfel de comportament: am analizat toate conturile din rețea care de la prima activitate au postat exclusiv despre politică. De exemplu:

- [romaniaazi2](#) a apărut pe 2 aprilie și a publicat 92 de videoclipuri în 39 de zile,
- [tiktoklivia00](#) are primul videoclip pe 19 aprilie și a postat 280 de videoclipuri în 22 de zile,
- [alapacino_omega](#) are 272 de videoclipuri în 15 zile începând cu 26 Aprilie.

E important de menționat că aceste conturi nu au făcut tranziția de la un conținut tematic oarecare la cel politic. Singurul lor conținut politic, încă de la prima postare, este exclusiv contra fostului guvern Ilie Bolojan și contra lui Nicușor Dan.

2.2 Clustere de coordonare între conturi

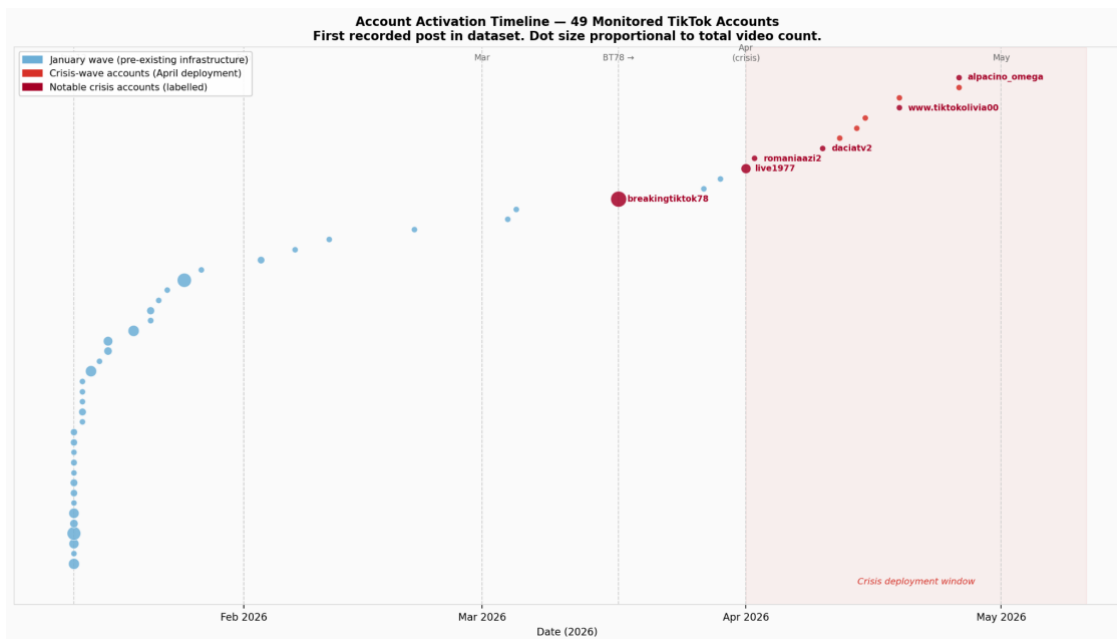


Cum funcționează rețeaua acestor conturi? Am analizat programul zilnic de postare al tuturor celor 49 de conturi principale pe întreaga perioadă ianuarie-mai 2026 și am identificat intervale orare de postare aproape identice. Trei astfel de grupuri se conturează în perioada de criză din aprilie-mai:

- un grup este format din anca.m.222108, cristina.g128 și mmiarianmihaela319, toate concentrându-și activitatea între orele 18:00 și 20:00;
- un al doilea este format din bongo.bingo.80, delia.o.2025, falxul_dacic, simion.c68 și tnt5559 într-un interval comun de după-amiază;
- un al treilea leagă 2extraterestru1, bau.bau9547 și breakingtiktok78 în jurul unei distribuții de dimineață devreme.

Am extins analiza la setul complet de date timp de cinci luni, aceleași grupări continuă și se extind, adăugând conturi suplimentare. Printre acestea, luptam_pentru_romania, romaniaazzi2 și stellabella103 mențin același mod de operare în perioada ianuarie-mai.

Cele trei grupuri din perioada de criză au amprente de postare clare: distribuția de dimineață și după-amiază și vârful de seară între orele 18:00 și 20:00.



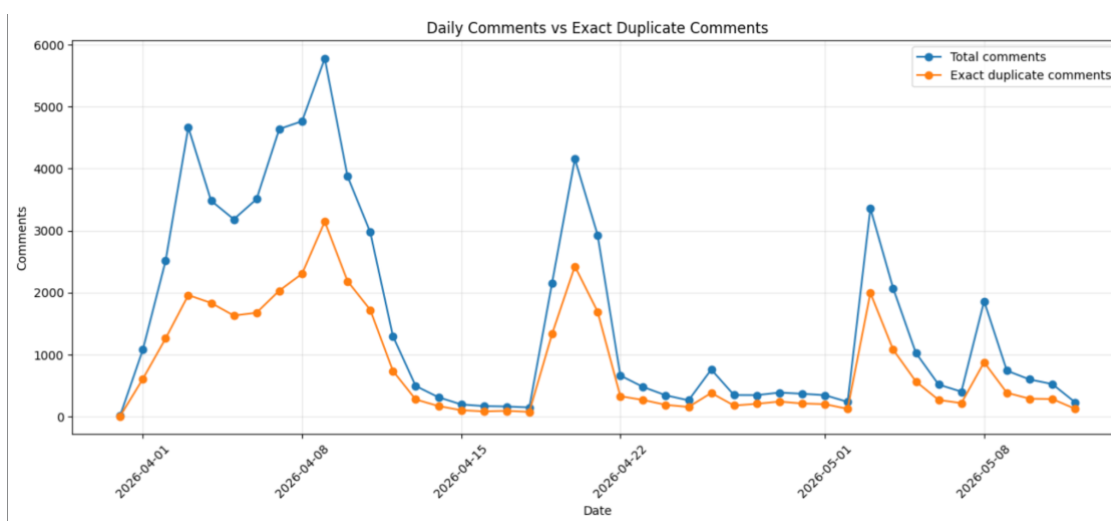
Faptul că acest program de postare se menține constant pe parcursul a cinci luni consecutive este un semnal cheie. Cetățenii, jurnaliștii care acoperă evenimente politice ar putea să-și

sincronizeze orele de postare într-o singură zi cu activitate intensă, dar credem că menținerea distribuției orare aproape identice în fiecare zi, timp de cinci luni, de către niște conturi anonime, multe activate de la începutul anului, ne arată o posibilă aliniere la nivel de operațiune.

Exemplu de aliniere operațională

La nivel de perechi, analiza timestamp-urilor postărilor relevă o structura de tip hub-and-spoke³ în care anumite conturi funcționează ca amplificatori dedicați pentru altele. Linaliii publică în termen de cinci minute de la luptam pentru romania în cazul a 11% din postările sale, iar perechea anca.mm.2108 și cristina.g128, analizată în detaliu în secțiunea 3, publică postări la un interval de cel mult treizeci de minute una de cealaltă în 44% din cazuri. O sincronizare aproape instantanee la scară largă nu corespunde unui comportament manual, ci indică existența unor instrumente care funcționează simultan pe mai multe conturi.

2.3 Analiza comentariilor



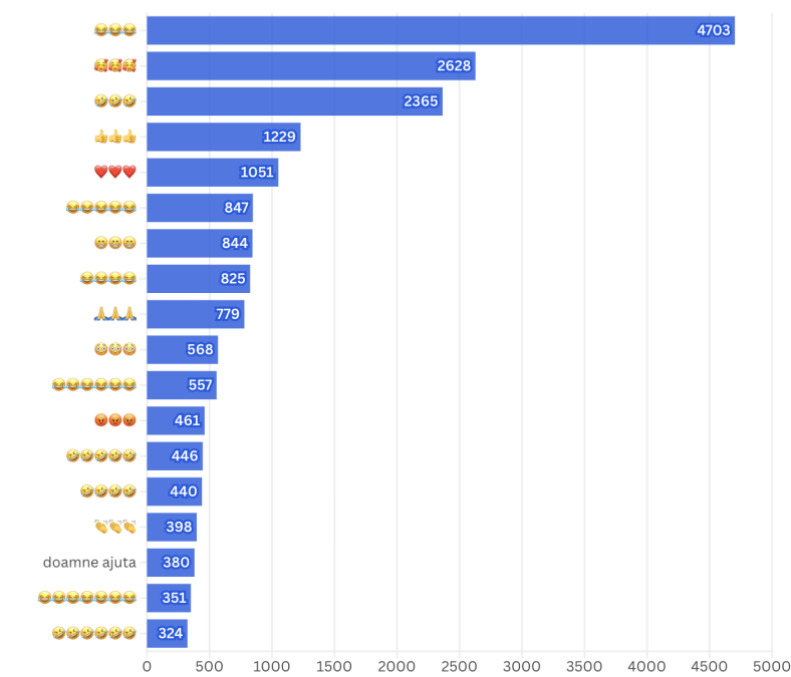
Majoritatea comentariilor analizate reprezintă o secvență repetitivă de emoji-uri. Ne-am limitat la comentariile repetate de cel puțin cinci ori și am identificat 36.000 de comentarii. Aproximativ 47% dintre ele sunt comentarii duplicate, nu similare, adică au exact același număr de emoji-uri, exact aceeași virgulă, exact același semn al exclamării în aceeași poziție. Scopul credem că este acela de a amplifica artificial interacțiunile cu postările acestor conturi, împingând în feed-ul utilizatorilor aceste conturi inautentice care simulează interesul real în primă instanță.

³ *hub-and-spoke* este o rețea în care conturile funcționează ca amplificatori centrali, redistribuie conținut către conturi satelit care îl preiau și îl diseminează mai departe

Comment Count: Top Copy- Paste Comments

1 April - 11 May

In the ecosystem of 68,435 comments from 9799 videos



Am eliminat grupurile de comentarii coordonate care folosesc emoji-uri și am analizat coordonarea la nivel de mesaje.

Cel mai mare grup de comentarii coordonate este în jurul lui Călin Georgescu. Mesajul „Călin Georgescu Președinte” (și ușoare variații ale acestuia cu emoji) a fost postat de 17.268 de ori de către 9.399 de utilizatori unici pe 2.051 de videoclipuri, ceea ce îl face cel mai amplificat mesaj text din setul de date, activ în perioada 1 aprilie – 11 mai 2026.

What is the behaviour of the followers of the main accounts?

A look at their zero-video followers

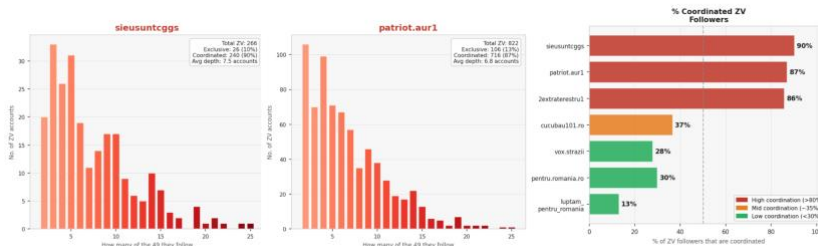
Legend

Each bar chart shows the coordinated zero-video followers of that account, broken down by how many of the 49 original accounts they follow (deeper coordination).

Bar colour: darker red = follows more accounts in the network (deeper coordination).

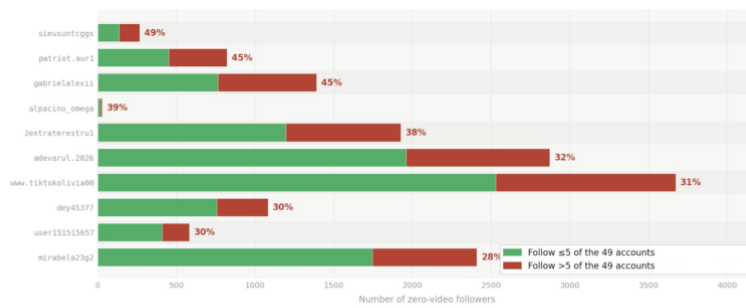
ZV = zero video accounts, the behaviour of the empty accounts that are following the 49 original, content creating accounts followed

Total number of ZV (zero video accounts) = 142,113 accounts



How many zero-video followers are shared across accounts?

Zero-video followers across the top 10 accounts



83,791 zero-video followers total - 7,896 follow >5 accounts (9.4%) - 75,895 follow ≤5 (90.6%)

Cum ar putea funcționa o astfel de operațiune? Credem că un scenariu plauzibil se desfășoară în 3 etape.

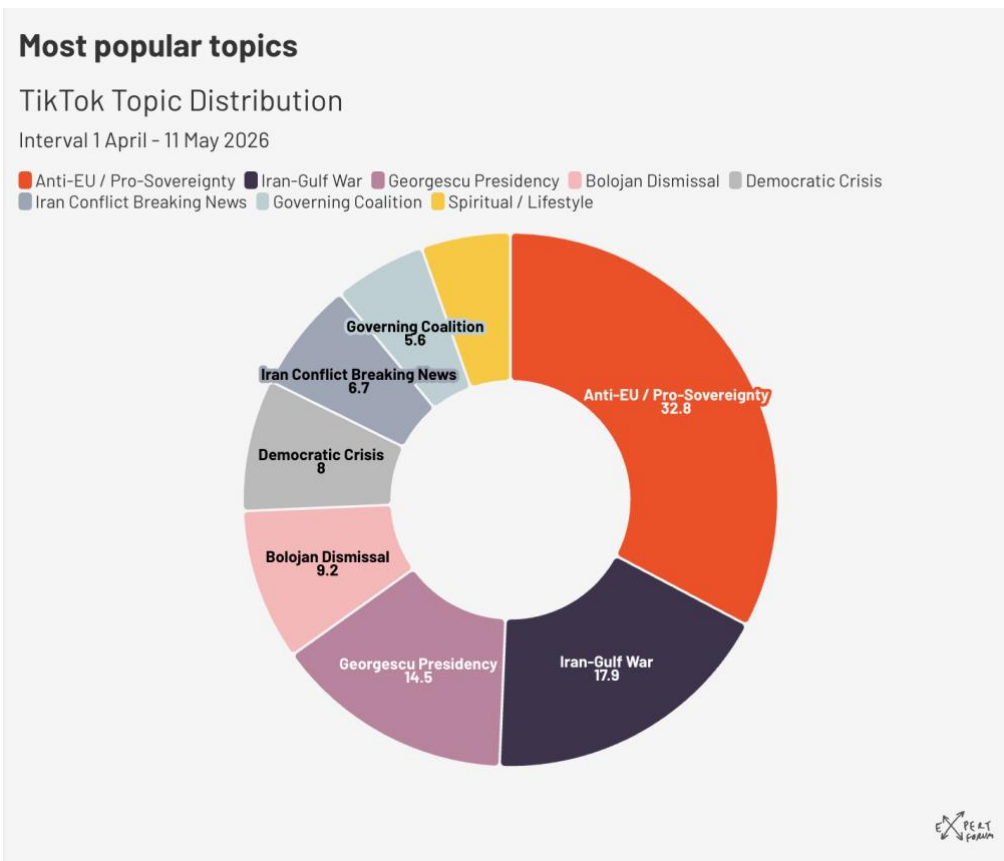
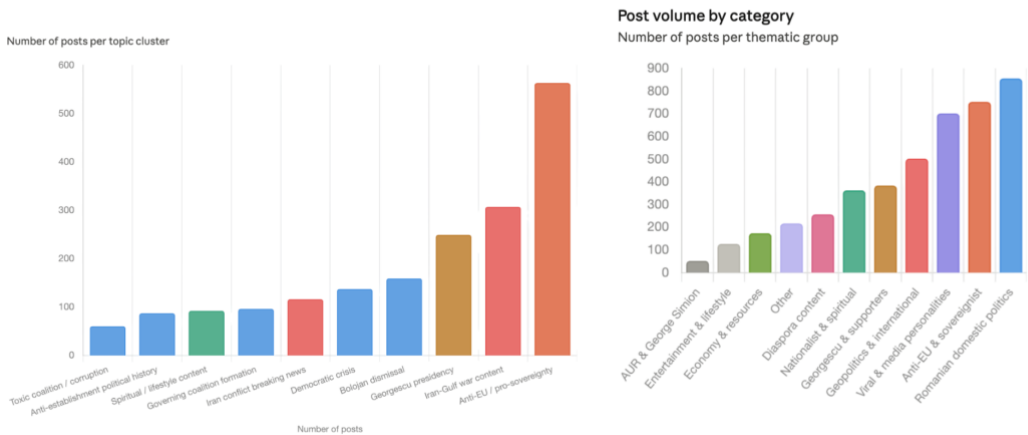
Prima este producția de conținut. Operatori umani care sunt familiari cu contextul politic și cultural redactează textele inițiale, iar LLM-urile se ocupă de scalare: dezvoltă alte scenarii, seturi de hashtag-uri și versiuni reformulate ale aceluiași mesaj de fond. Rolul uman este să mențină rezultatul natural și actual; rolul LLM-ului este să creeze în masă.

Al doilea nivel este distribuția. Conturile sunt achiziționate în masă fie de la o companie care oferă astfel de servicii integrate (creare de mesaje, distribuția, asigurarea interacțiunilor), fie sunt conturi generate intern folosind numere verificate prin SIM, uneori „încălzite” cu conținut neutru înainte de activare, apoi lansate în valuri pentru a încălca videoclipuri în masă, la ritmuri pe care niciun operator individual nu le-ar putea susține manual.

Al treilea nivel este simularea traficului organic pentru a ajunge în feed-ul utilizatorilor reali. În această etapă conturile de origine au deja conținutul pregătit. Ele încep să fie urmărite, vizionate în masă de conturi false, iar secțiunea de comentarii este și ea la rândul ei invadată de trafic. **Acesta este punctul critic al întregii operațiuni: odată ce un clip depășește pragul de vizualizări considerat relevant de algoritm, utilizatorii reali încep să primească în feed videoclipul, iar originea artificială a creșterii inițiale devine greu de separat de interesul organic.**

2.5 Principalele subiecte și impactul acestor narațiuni în viața reală

Total posts 4,392 across all clusters	Total engagement 2.49M likes + shares + comments	Highest avg. engagement 5,039 Nicușor Dan humor satire
---	--	--



cel de petrol) că România are un potențial neexploatat de resurse naturale - „România este o țară care poate produce energie pentru toată Europa”. Programul SAFE este ținut în mod special, într-un mod similar cu PNRR-ul, ca o modalitate de control din partea unor elite europene prin intermediul unor împrumuturi alocate netransparent, cu „dobânzi mari”.

- **Prim-ministrul demis Ilie Bolojan, Președintele Nicușor Dan și Uniunea Salvați România (USR).** Acești actori sunt prezentați drept facilitatorii intereselor Uniunii Europene în România.

Lui Ilie Bolojan îi este imputată situația economică a României, mereu prezentată în termeni apocaliptici „economia se prăbușește!”, dar și măsuri precum listarea la bursă a unor pachete minoritare de acțiuni de la companii de stat, privită drept un exemplu de „vânzare a țării”. Atacurile sunt foarte personalizate și concentrate în jurul premierului demis. Partidul pe care îl conduce, PNL, este menționat foarte rar, exclusiv ca parte a fostei coaliții de guvernare, fără conotații negative. Nu sunt menționate nici alte personalități din PNL. În schimb, USR pare să preia rolul negativ de partid aflat la guvernare, asociat lui Bolojan.

În ciuda uverturilor pe care Președintele Nicușor Dan le-a făcut suveraniștilor (întoarcerea în Parlament a Legii Vexler, criticarea „ideologizării” Uniunii Europene în discursul de Ziua Europei), șeful statului rămâne ținta predilectă a conturilor examinate. Se pune foarte mult accentul pe diversele „gafe” (mai ales fizice) ale Președintelui, pe stilul său retoric sau pe gestică sa. Când vine vorba de conținut, Președintele este criticat pentru sprijinul pentru Republica Moldova și Ucraina: chiar și menționarea acestora în formate europene unde cele două state vecine sunt pe agendă aduce proteste de tipul „nu se vorbește suficient despre România”.

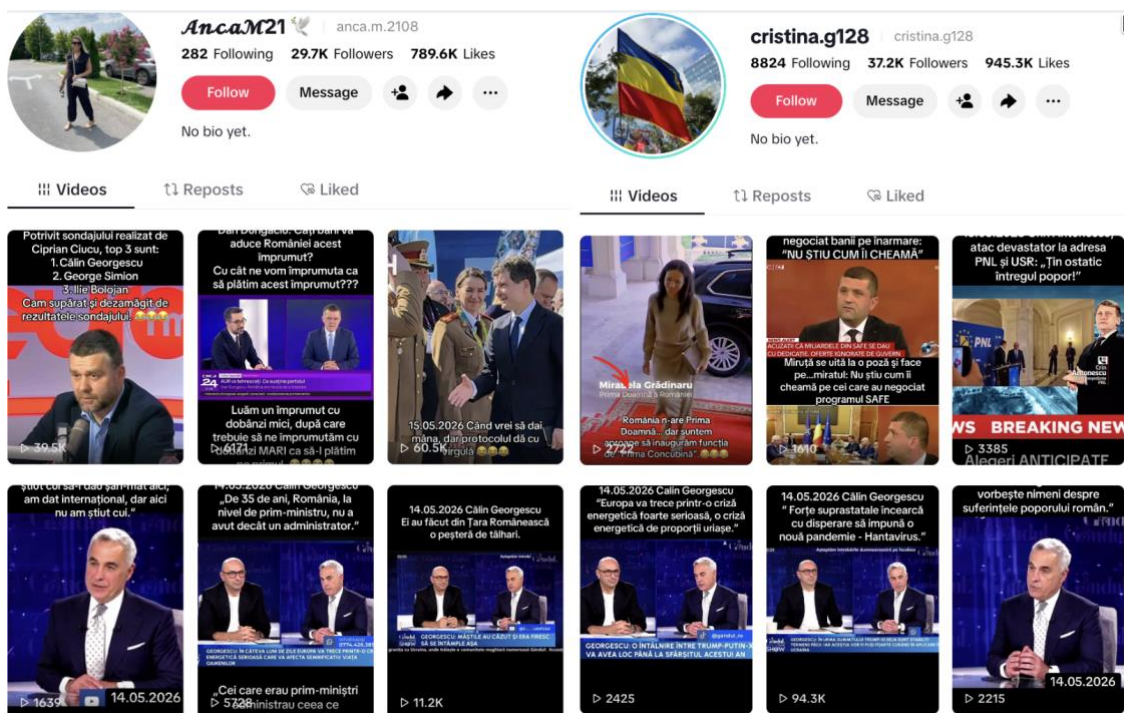
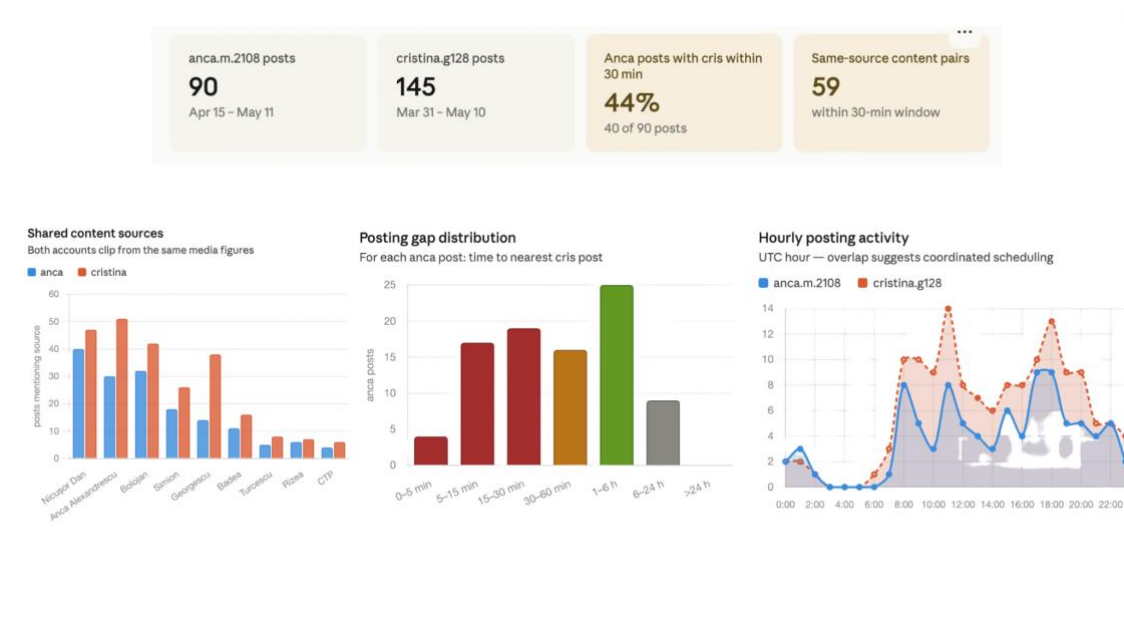
Rețeaua examinată nu dă dovadă de „purtate ideologică”. Critica din partea formatorilor de opinie sau persoanelor publice pro-europene și non-suveraniste la adresa Președintelui (bine-venită într-o democrație) este și ea preluată de rețeaua identificată. Sunt postate bucăți din interviuri critice la adresa lui Nicușor Dan de la personalități cu orientări politice și poziții publice pestrițe, de la jurnaliștii Cristian Tudor Popescu, Răzvan Zamfir, sau Mircea Badea și Mihai Gîdea, sau de la șefa Parchetului European, Laura Codruța Kovesi.

Deși PSD a fost la guvernare și a participat la toate deciziile coaliției de guvernare, **social-democrații nu au fost deloc ținta conținutului inautentic** în perioada examinată. Dimpotrivă, după destrămarea coaliției de guvernare, declarațiile negative ale Președintelui PSD, Sorin Grindeanu, la adresa guvernării și a premierului Ilie Bolojan, au fost, și ele, utilizate, ca parte din aceeași aparentă strategie de tip "catch-all", în care toate vocile critice sunt distribuite, indiferent de afiliere. Absența criticii la PSD poate indica și faptul că partidul ar putea fi necesar unei guvernări suveraniste și este conformă cu declarațiile lui Călin Georgescu, care a mulțumit public PSD pentru votul de la moțiunea de cenzură împotriva Guvernului Bolojan.

3. Studii de caz

3.1 Folosirea conturilor feminine (utilizarea profilurilor de femei)

Atât Cristina, cât și Anca au postat primul videoclip în aceeași dată, pe 13.05.2026. Până în prezent au aproximativ 654, respectiv 657 de videoclipuri postate pe profil, videoclipurile fiind în oglindă. 44% dintre postările de pe contul Ancăi au fost postate și pe profilul Cristinei într-o fereastră de 30 de minute.



Sursa: @cristina.g128 și @anca.m.2108

Closest near-simultaneous post pairs (≤15 min)
Same source, different clips, posted within minutes

Gap	anca.m.2108	cristina.g128
3.9 min	Nicușor Dan: "I exclude early elections..."	The President invites us to calm down 😊
4.0 min	Georgescu: "VAT does not reach the budget..."	Georgescu: "Romania has resources, people, power..."
4.7 min	Alexandrescu: "Is Bolojan sick of power?"	Bolojan: "I will continue my mandate"
4.8 min	Badea: "I want to appeal to Nicușor Dan..."	Badea: "This is not possible... appeal to President"
5.2 min	Georgescu: "Price of oil will increase radically..."	Georgescu: "Romania treated like prey for 35 years"
5.2 min	"Who are you, Nicușor, to decide the vote?"	"Dear Angry Birds, pack your bags..."
6.0 min	Georgescu: "VAT does not reach the budget..."	Georgescu: "Sale of strategic assets desired..."
7.4 min	Nicușor: "comes with his travel bag" 🧳	Nicușor: "Summit suit, travel bag — full image"
7.5 min	Georgescu: "Romania no longer produces..."	Georgescu: "OECD = Mercosur ×1000, disaster..."
7.8 min	Georgescu: "Price of oil will increase..."	Georgescu: "Romania has resources, people..."

3.2 Conținutul Geția

Delimitarea infrastructurii inautentice de persoane probabil reale este importantă în analiza campaniilor inautentice. Un exemplu interesant considerăm că este activitatea unor conturi reale care comentează și distribuie conținut din rețeaua conturilor inautentice analizate. În acest ecosistem, am regăsit și promovarea organizației „Geția”, cunoscută și sub numele de „Comandamentul Vlad Țepeș”. Cele două împart același site web, <https://www.opusnostrum.ro>, care în prezent pare inactiv, dar unde în 2025 erau promovate mesaje eurosceptice, vizitatorii fiind invitați să se înscrie în „oastea țării”, un fel de guvern în umbră cu 9 ministere ale „Geției”. Organizația își propune, printre multe altele, **„să recupereze teritoriile istorice răpite silnic de Ucraina”** și „să antameze negocieri cu Federația Rusă pentru anularea pactului Ribbentrop-Molotov”. Sunt propuse și ieșirea României din UE și NATO.

[DIICOT a reținut 6 persoane](#) din această grupare sub acuzația de trădare, fiind investigate legături cu Federația Rusă și o presupusă încercare de lovitură de stat susținută de Moscova. Potrivit referatului DIICOT, membri a grupării ar fi avut întâlniri cu agenți FSB, inclusiv la Moscova, de la care ar fi primit și bani. Ancheta este încă în desfășurare.

Temele promovate de „Geția”, deși într-un mod vădit amatoricesc, sunt în linie cu cele ale propagandei de stat rusești, menite să obțină concursul României pentru o eventuală dezmembrare a Ucrainei, între vecini. Deși vizibilitatea acestui conținut este una redusă în

rețeaua analizată, considerăm oportun de analizat cum un ecosistem inautentic devine o umbrelă pentru mesaje toxice din zona extremistă.

SMVT - STATUL MAJOR VLAD TEPEȘ
CNEI - CENTRUL NAȚIONAL ENERGO-INFORMAȚIONAL

SMVT
 UNEALTĂ DE SĂPĂTORIE ȘI CONTROL
 FĂRĂ ROL DECIZIONAL

CNEI
 UNEALTĂ DE VERIFICARE ȘI ROL VERIFICARE

SFATUL ÎNTELEPTILOR
 ROL DECIZIONAL

NIVEL MILITAR

NIVEL CIVIL

SFATUL ÎNTELEPTILOR
 13 MEMBRI ȘI 1 EXTERNE GEȚIA

CONSILIUL BĂTRÂNILOR
 130 DE BĂTRÂNI
 Fiecare înțelept transmite la 10 bătrâni informații și la rândul lui primește informații de la cei 10 bătrâni din teritoriu.

COMITETELE LOCALE ALE MOȘILOR
 1300 MOȘI
 Fiecare bătrân transmite la 10 moși informații și la rândul lui primește informații de la cei 10 moși din teritoriu.

Nr total de 1444 persoane.

1. MINISTERUL DREPTĂȚII
2. MINISTERUL OMULUI
3. MINISTERUL GLIEI
4. MINISTERUL VIITORULUI
5. MINISTERUL BUNĂSTĂRII
6. MINISTERUL MIȘCĂRII
7. MINISTERUL TREBURILOR EXTERNE
8. MINISTERUL TREBURILOR INTERNE
9. MINISTERUL APĂRĂRII GEȚIEI

Situția actuală a României
 20 de MINISTRE și 200 de secretari de stat în țări europene

Generalul Radu Theodoru - Mareșalul României - "Românii se vor ridica!!"

Grupul de WhatsApp

Lista de clipuri video de pe youtube a Comandamentului

decembrie 2024 cât mai avem ceva sfânt
 Statul Major al Comandamentului Vlad Tepeș

Sursa: <https://www.opusnostrum.ro/articole>

4. Reglementări digitale și obligațiile VLOPS (Very Large Online Platforms)

Argument: Mecanismele de siguranță ale platformelor par mai degrabă create ad hoc atunci când apare un scandal public sau în timpul alegerilor, deși există obligația să se asigure continuu un spațiu informațional sigur pentru utilizatori.

La ce ne referim? În cadrul Uniunii Europene se aplică Digital Services Act, principala legislație care reglementează drepturile și obligațiile VLOPS (very large online platforms) precum Meta, Google, TikTok. În cadrul acesteia avem definiția riscurilor sistemice (articolul 34), unde riscurile sistemice se încadrează în patru categorii:

- diseminarea de conținut ilegal,
- efecte negative asupra drepturilor fundamentale,
- efecte negative asupra discursului civic, procese electorale și securitate publică și
- efecte negative legate de violența de gen, sănătate publică, protecția minorilor, consecințe severe negative asupra sănătății fizice și mintale.

În acest sens, vedem cum există obligația de a construi sisteme de evaluare continuă a integrității serviciilor oferite, articolul 34 menționând că evaluarea riscurilor trebuie să ia în considerare o multitudine de factori precum arhitectura (design-ul) algoritmului de recomandare, sistemele de moderare de conținut, implementarea termenilor și condițiilor, inclusiv analiza dacă serviciul prestat este afectat de conținut automat, inautentic, de amplificare și diseminare de conținut incompatibil cu termenii și condițiile lor.

În plus, **Codul de Practică împotriva Dezinformării** (Code of Conduct on Disinformation 2025) a fost integrat în cadrul DSA - Digital Services Act. În cadrul acestuia regăsim explicit în angajamentul 14, secțiunea Integritatea Serviciilor, definiții pentru comportament manipulator interzis precum: crearea și folosirea de conturi false, precum și **amplificarea prin boți, uzurparea de identitate (conturile CG1, CG2, CG100), deep fake-uri care**

au un scop malițios, promovare netransparentă inclusiv prin utilizarea influencerilor, comportament de utilizator care are ca scop amplificarea artificială a dezinformării.

Conform legislației europene, marile platforme au obligația de a dezvolta mecanisme de siguranță pe care să le aplice continuu, nu doar în perioade electorale, astfel încât utilizatorii să se poată informa fără a fi manipulați de campanii artificiale, inautentice sau chiar de algoritmul de recomandare care îi conduce într-o anumită bulă. **În practică constatăm însă o mare diferență între comportamentul real al platformelor și textul legii.**

O criză semnificativă într-o societate, precum căderea Guvernului, se încadrează în definiția unui risc sistemic. Vorbim de un eveniment la scară largă care dictează viitorul unei țări, existând o explozie informație creată online despre acest subiect. Cu toate acestea, platformele sunt pasive și tolerează un trafic artificial semnificativ.

În acest moment politic volatil, spațiul informațional de pe TikTok a devenit o zonă de îngrijorare deosebită. În ultimele 2 luni hashtag-urile politice legate de criza guvernamentală au fost constant în trending. Consumul digital din România arată că 70% dintre români⁴ își iau știrile și informațiile online. Dieta digitală a românilor este predominant negativă, iar nivelul de alfabetizare digitală rămâne îngrijorător de scăzut.

De ce contează această vulnerabilitate? Discuțiile despre reglementarea conținutului politic online par adesea prea tehnice sau prea abstracte. În realitate, lucrurile sunt cât se poate de concrete: începând cu alegerile din 2025, asistăm la o nouă formă de publicitate politică mascată sub pretextul comunicării politice din partea urmăritorilor. Aceasta este realizată prin rețele de conturi a căror autenticitate este, în cel mai bun caz, discutabilă.

Vorbim de conturi care ajung să fie în topul vizualizărilor și care prezintă tipare de comportament inautentic probabil cu origine internă. În opinia noastră, acestea sunt fie conturi gestionate de companii de marketing sau consultanță, fie create de susținători extrem de activi.

Există două aspecte importante care trebuie luate în considerare atunci când evaluăm impactul acestor campanii:

- **Poluarea informațională:** Aceste campanii inundă spațiul online, producând la nivelul utilizatorilor obișnuiți un fenomen de poluare informațională, în care fluxurile de știri sunt sufocate de același conținut repetat obsesiv, așa cum ne arată conturile analizate care își cresc activitatea de la 20-30 de videoclipuri la câteva sute.
- **Trafic artificial și un ecosistem înșelător:** Al doilea factor îl reprezintă identitatea pe care aceste conturi pretind că o au: persoane reale, cetățeni preocupați, oameni care își dedică viața unei cauze. Problemele de aici sunt complexe (detaliat în concluzii), dar, pe scurt, se creează sau se exagerează o aparență de mobilizare socială care de fapt e o construcție artificială, generând o scânteie care devine aproape

⁴ Radu, Raluca-Nicoleta. "Romania." In *Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 17 June 2025. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/romania>.

imposibil de separat de susținătorii autentici. Se ridică o întrebare fundamentală: cine au fost primii în acest flux, roboții sau susținătorii reali?

5. Direcții pentru România

5.1 Reglementări naționale pentru industria inautentică domestică

Problema majoră este că, în lipsa unei intervenții din partea autorităților electorale sau al unui consens al platformelor legat de cum tratează această activitate, aceste conturi amplifică liniștite mesaje politice, fără a fi în pericolul de a fi clasificate drept publicitate politică mascată sau campanii inautentice. În opinia noastră, tocmai aici se regăsește lecția ratată momentan a alegerilor din 2024-2025.

Am menționat în raportul Coaliției *VotCorect* din 2025⁵ că am observat folosirea conturilor inautentice de susținere într-un mod semnificativ în campania electorală. Ele nu au dispărut după terminarea alegerilor, iar lupta pentru a manipula opinia publică nu se termină odată cu încheierea campaniei electorale.

Ce lipsește din reglementările naționale?

Reguli clare pentru actorii politici în online

Actorilor politici nu li s-au impus limite sau orientări privind utilizarea conturilor de promovare neasumată. Nu există un cadru care să stabilească clar ce este permis și ce nu în spațiul digital electoral, asemănător unui Cod de Conduită Online pentru partide politice.

Chiar în contextul în care o echipă de campanie ar declara deschis că își creează zeci, sute sau chiar mii de conturi, asta nu înseamnă că practica este acceptabilă sau democratică. Rețelele de susținere artificială, chiar și declarate, oferă un avantaj nejustificat care transformă spațiul digital într-o arenă manipulată și haotică.

Spre deosebire de metodele tradiționale de publicitate politică, care aveau un minim de transparență, aceste rețele ocolesc complet mecanismele de raportare. Pe platforme precum TikTok, o postare poate atinge milioane de vizualizări fără aproape niciun comentariu sau cu comentarii generate automat. Chestiunea ridică întrebări serioase cu privire la fiabilitatea sistemului de vizualizări și la posibilitatea existenței unor mecanisme de viralizare artificială.

Revizuirea reglementărilor naționale privind finanțarea campaniilor de promovare

OUG-ul privind transparența publicității politice nu a abordat problema fundamentală, ci a impus doar un mecanism de sesizări pentru reclame nemarcate, pornind de la principiile Regulamentului 2024/900.⁶ Pe de altă parte, întrebările fundamentale rămân: *unde* se face plata, *cum* este raportată, și *cine* este responsabil.

O mare parte din reclama politică este finanțată din subvențiile pe care le primesc partidele politice. Se vede un influx mare de fonduri în timpul unor crize politice sau în perioadele pre-electorale. Toate aceste reclame au fost finanțate până acum fără a exista o marcă a

⁵ Expert Forum. *Raport preliminar privind observarea alegerilor prezidențiale din 2025, Tur 1.* <https://expertforum.ro/raport-preliminar-2025-tur1/>.

⁶ Regulamentul (UE) 2024/900 din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro/ALL/?uri=CELEX:32024R0900>.

materialelor așa cum se întâmplă în timpul campaniei electorale. Deși intrarea în vigoare a Regulamentului 900 ar fi trebuit să producă mai multă transparență, aceasta se lasă așteptată. ANCOM și AEP au început să lucreze la un proiect de lege care să adapteze Regulamentul la România, inclusiv prin reglementarea unui cadru instituțional.

Cu toate acestea, pentru a înțelege legătura dintre conținut și sursa banilor, trebuie luate câteva măsuri concrete:

- Raportări lunare detaliate privind cheltuielile din subvenții pentru propagandă, care să includă și numele beneficiarilor finali ai banilor (deci nu firmele de consultanță)
- Crearea unui mecanism eficient de urmărire a cheltuielilor din spațiul online. De exemplu, AEP ar putea dezvolta o metodologie de monitorizare și urmărire a cheltuielilor ilegale din online. Experiența anterioară a arătat că la alegerile din 2025 o campanie majoră nemarcată, cu publicitate negativă a rulat pe Facebook în mod ilegal fără a fi identificat plătitorul. În lipsa unor investigații serioase, inclusiv cu sprijinul Poliției sau procurorilor, dar și al ANAF, astfel de campanii pot rula nestingerite. De asemenea, trebuie notată reticența VLOPs de a furniza date despre identitatea creatorilor unor campanii, chiar când este vorba de încălcări evidente ale legii.
- Trebuie introduse modificări legislative pentru perioada electorală. În acest moment, OUG 1/2025 nu se mai aplică, iar legislația electorală este foarte vagă cu privire la urmărirea și sancționarea campaniilor ilegale în online.⁷ De asemenea, aceste reglementări nu ar trebui să urmărească numai sancționarea unor actori pentru postări individuale, dar trebuie să vegheze mai ales asupra unor campanii organizate, cu conținut coordonat, pentru care se plătesc bani de către competitori sau terți.
- Definirea terților și a posibilității ca actori externi campaniilor electorale să poată contribui în mod legal. Acest lucru este reglementat în multe țări, precum UK, Germania sau Letonia.

5.2 STRATCOM – Creșterea capacității civile de comunicare strategică în România

Arhitectura instituțională actuală a României oferă competențe fragmentate mai multor instituții pentru monitorizare, răspuns și reglementări digitale. De exemplu, în România ANCOM coordonează implementarea DSA (Digital Services Act), însă mandatul acestei instituții este predominant de coordonare și reactiv. Serviciile de informații poate sunt deja angajate în astfel de inițiative de monitorizare (SIE pe FIMI; SRI pe DIMI etc) și a comportamentului inautentic, dar nu avem informații publice despre ce anume lucrează ei în această direcție și cât de eficienți sunt.

De fapt, nu SRI ar trebui să se ocupe de creșterea capacității de răspuns la dezinformare a „societății ca întreg” (*whole society approach*) atunci când e vorba de campanii inautentice de tip CIB sau FIMI. Asta pentru că e nevoie de o abordare coordonată care să aducă expertiză din foarte multe domenii și instituții, iar actorii trebuie să lucreze împreună cu obiectivul de a informa și recâștiga încrederea publicului în statul român. Aceste instrumente democratice sunt inaccesibile unui serviciu de informații sau oricărei alte structuri opace din statul român.

Încrederea într-un STRATCOM e piatra de temelie a succesului sau eșecului unei astfel de inițiative. Dacă vom alege să îi oferim un caracter secret și îl vom pune

⁷ Septimius Pârnu și Mădălina Voinea. *Publicitatea politică la alegerile din 2025*, Expert Forum, https://expertforum.ro/wp-content/uploads/2025/07/PB219_publicitatepolitica.pdf.

În mâna unor instituții netransparente, nu vom face decât să alimentăm valul de neîncredere în intențiile statului.

Ce propunem în schimb? În primul rând, ne putem uita la modelele funcționale din UE: Viginium în Franța, Agenția de Protecție Psihologică din Suedia, Centrul de Excelență de la Helsinki, STRATCOM Moldova, Centrul STRATCOM NATO de la Riga. Toate aceste entități publice rapoarte regulate și accesibile cetățenilor, având programe la scară largă de informare și colaborare cu instituții, jurnaliști societate civilă. De ce? Toate studiile care fac referire la FIMI, CIB domestic și campanii de influență sunt create folosind date publice. Argumentul secretului de stat sau al informației clasificate nu poate exista atâta timp cât vorbim de date pe care marile platforme și companii private deja le pun la dispoziție. În România, ONG-urile și jurnaliștii deja publică astfel de rapoarte și investigații, iar alte state membre ale UE o fac și ele de ani de zile.

Ce componente ar fi necesare și lipsesc instituțional în România? Cum ar putea un STRATCOM să le suplinească?

- **Înțelegerea spațiului informațional românesc.** Acest proces presupune o strategie națională împotriva dezinformării, studii despre campaniile de manipulare în mediul online și strategii de răspuns. Dar pentru ca ele să fie posibile, primul pas constă în detectarea campaniilor coordonate masive, atunci când ele există, cu promptitudinea impusă de viteza de reacție a actorilor maligni de pe TikTok, de exemplu, adică un interval de câteva ore. Un astfel de proces presupune parteneriate cu o gamă largă de actori, de la universități, think tank-uri și ONG-uri din domeniul educației, până la coordonarea inter-instituțională cu scopul de a aduce expertiza într-un singur loc. Fluxurile de comunicare între actori trebuie să fie rapide, coordonate, iar monitorizările și rapoartele trebuie făcute periodic, publicate și folosite pentru strategia de răspuns. De exemplu, în Norvegia o astfel de direcție presupune combaterea revizionismului istoric prin promovarea arhivelor naționale într-un mod accesibil publicului. Pe lângă finanțarea acestor studii vedem practic o politică finanțată de stat pentru a combate ceea ce s-a identificat în mediul online.

„Arhivele naționale reprezintă surse unice de cunoaștere despre prezent și trecut și constituie o bază importantă pentru cercetare și analiză istorică” (Strategia norvegiană anti-dezinformare, 2.3.3, p. 16).⁸

Noi nu trebuie să copiem neapărat măsurile luate de Norvegia, ci în primul rând să creăm o infrastructura de cunoaștere, prin care ne cartografiem vulnerabilitățile și abia după aceea să construim un răspuns.

- **Consiliu Consultativ de cercetare independent**, compus din practicieni în drepturi digitale, cercetători universitari, reprezentanți ai organizațiilor de presă și ai societății civile, cu dreptul statutar de a publica opinii independente. În România, credem că nicio inițiativă STRATCOM nu poate funcționa legitim fără acest mecanism de colaborare cu

⁸ *Strategy for Strengthening Resilience to Disinformation (2025–2030)*

<https://www.regjeringen.no/en/documents/strategy-for-strengthening-resilience-to-disinformation-20252030/id3109255/>.

experți independenți. Pe de o parte dintr-un motiv pragmatic, majoritatea expertizei în drepturi digitale, studiere și contracarare a manipulării online se află în afara sectorului public. Pe de altă parte, din cauza îngrijorărilor legitime legate de cum un astfel de mecanism, fie din lipsa de capacitate, fie prin manipulare politică, s-ar putea transforma într-un for care să justifice decizii împotriva libertății de exprimare.

- **Program de sprijin pentru coordonarea răspunsurilor guvernamentale** și susținerea inițiativelor deja existente de educație media, educație civică și combaterea revizionismului istoric. Aici credem că este în primul rând nevoie de a dezvolta capacitatea ministerelor și a instituțiilor vizate de a avea o strategie de comunicare, nu reactivă, ci de a preîntâmpina valul dezinformărilor și manipulărilor online printr-un protocol de comunicare standard. Un STRATCOM are și această funcție consultativă: de a ajuta instituțiile să dezvolte această infrastructură de comunicare în timp de criză, fie anticipând că anumite subiecte vor fi exploatate, fie printr-un protocol de răspuns în fața unei campanii de dezinformare. Pe termen lung, intervențiile la firul ierbii, în școli și în formarea profesorilor sunt printre puținele soluții care pot crea reziliență în fața unui fenomen care se amplifică peste tot în lume.
- **Responsabilizarea decidenților politici și restabilirea încrederii în instituții**, prin redactarea unui raport privind anularea alegerilor prezidențiale din 2024, care să meargă la cauzele fenomenului și să explice ce s-a petrecut *înainte* de ziua scrutinului. Unul din cele mai des repetate narațiuni din analiza noastră se bazează pe absența unui astfel de raport, promis public în campania electorală și în timpul mandatului actualului președinte, care să fie asumat de statul român și să arate în detaliu evenimentele care au dus la anularea alegerilor. În lipsa unui raport cuprinzător, oficial și bine argumentat, necesar într-o societate democratică, conspirațiile privind anularea alegerilor vor continua să se răspândească în ciuda tuturor eforturilor instituționale de a încheia discuția pe subiect.
- **Comunicare strategică clară din partea decidenților politici pe dosarele de interes național și utilizarea tehnicilor de prebunking**. Aleșii publici, de la miniștrii la Președinte, au o responsabilitate de a explica politicile publice pe care și le asumă, precum programul SAFE (de exemplu, prin a răspunde unor întrebări simple ce este, de ce este important, de ce dobânzile sunt foarte avantajoase, unde se duc banii etc.), de a fi transparenți și de a lucra activ la contracararea narațiunilor false răspândite în mediul online și în presa mainstream. În absența unor astfel de eforturi, inclusiv de argumentare, actori maligni pot convinge și mai multe persoane de veridicitatea narațiunilor false pe care le vehiculează.

În fața realității României de astăzi, plină de neîncredere și incertitudine, trebuie să subliniem că orice variantă care deturneză orice inițiativă de tip STRATCOM către un model fără transparență publică, fără un caracter explicit civil și protocele clare de cooperare, nu va face decât să agraveze eșecul actual în combaterea manipulării online.

În noiembrie 2024, singura monitorizare publicată înainte de primul tur prezidențial a aparținut Expert Forum. Luni de zile mai târziu, TikTok confirma că într-adevăr au existat 27.000 de conturi false care îl promovau pe Călin Georgescu. În anul și jumătate care s-a scurs de atunci, societatea civilă, universitățile și presa sunt cei care au continuat aceste investigații și au reacționat. **Soluția nu poate să fie secretomania care să justifice lipsa de acțiune sau, în cel mai rău caz, complicitatea.**

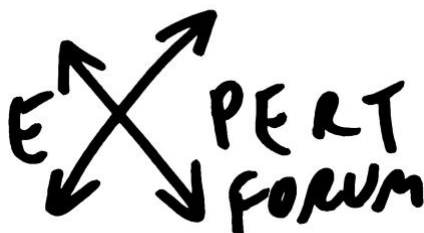
6. Metodologie

Raportul se bazează pe analiza a 49 de conturi de origine, 23.599 de videoclipuri politice, 68.000 de comentarii și 267.825 de profiluri de urmăritori, colectate de pe TikTok în perioada ianuarie – 11 mai 2026.

În colectarea datelor am folosit scrapere automate, folosind o metodă de colectare tip bulgăre de zăpadă (*snowball sampling*). Am plecat de la hashtag-urile politice cu cel mai mare volum de vizualizări pe TikTok, unde am identificat conturile cu semnale inautentice din topul distribuțiilor (*repost*). Pe baza acestora, am extins colectarea la conturile care redistribuiau conținutul lor, ajungând la un set de 49 de conturi de origine, conturile care produceau primele conținutul distribuit de o rețea de conturi de amplificare. Am colectat din listele de urmăritori ale acestor 49 de conturi 267.825 de contur. Prezența unui cont în acest set de date nu constituie în sine dovadă de coordonare sau comportament inautentic, ci reprezintă baza pentru identificarea tiparelor de comportament și analiza modului în care conturile interacționează între ele.

În detectarea comportamentului inautentic coordonat (CIB) am operat prin mai multe module de analiză create de autori. Funcțiile modulului de detecție CIB au presupus identificarea unui cumul de semnale precum conținut identic, analiză temporală, tipare de postare, anomalii ale interacțiunilor înregistrate. **Analiza conținutului** (*topic modelling*) a fost realizată folosind modulul BERTopic, aplicat transcrierilor videoclipurilor traduse din română în engleză. Metoda a identificat temele cu cea mai mare frecvență și engagement în perioada monitorizată. **Analiza comentariilor** a combinat identificarea comentariilor identice cu analiza frecvenței emojiurilor, a ferestrelor orare folosite și a gradului de repetiție.

Notă metodologică: Această metodă de analiză a conturilor inautentice are scopul exclusiv de a crea un set de date care studiază coordonarea posibilă a unor conturi politice pe platforma TikTok. Concluziile acestui raport descriu tiparele identificate strict în această rețea. Nu putem extrapola din această rețea frecvența fenomenului la nivelul întregului spațiu românesc.



Expert Forum (EFOR)

Str. Semilunei 7, Sector 2, București |
www.expertforum.ro