

# În campania electorală, alegătorii sunt mințiți prin publicitatea mascată în mass-media

Pe 11 iulie vor avea loc alegeri parlamentare anticipate, iar concurenții electorali își promovează imaginea și fac agitație, inclusiv prin publicitatea în sursele media. Potrivit legii, partidele trebuie să raporteze la Comisia Electorală Centrală (CEC) toate cheltuielile pentru serviciile de publicitate. La modul practic, însă, politicienii și partidele înscrise în cursa electorală recurg la diverse tertipurii pentru a evita această raportare și de multe ori maschează publicitatea în articole și reportaje cu caracter social sau cultural. Deși au obligația legală și deontologică să marcheze orice tip de publicitate, cu atât mai mult cea electorală, unele redacții acceptă totuși condițiile impuse de concurenții electorali. Astfel, alegătorii care nu pot face diferența dintre un material jurnalistic laudativ și unul informativ, riscă să fie manipulați.

## Atenție la publicitatea ascunsă!

În rapoartele financiare pe care le depun periodic la CEC, unii concurenți electorali reflectă toate costurile pentru plasarea publicității în mass-media și pe rețelele sociale, alții însă indică zero cheltuieli pentru reclamă sau sumele sunt foarte mici, cu toate că articole și reportaje promoționale despre aceștia apar cu regularitate pe diferite platforme mediatice. **Vitalie Călugăreanu**, corespondent Deutsche Welle la Chișinău, spune că a observat cum redacțiile, deseori, maschează materialele jurnaliste cu un caracter clar de favorizare a unui partid sau politician, în reportaje sociale sau economice. Este vorba de publicitate politică și electorală mascată, cu scopul de a influența publicul-alegător. „Chiar zilele trecute un concurent electoral s-a lansat în campania pentru anticipate, iar în presă au apărut diferite reportaje, în care liderii acestui partid „se chinuiau” să ne explice de ce vor ei să „salveze Moldova”. Ca să nu nimerim în plasa

acestor demagogi patologici, trebuie să ne cultivăm zilnic spiritul analitic, să trecem tot ce ne spun ei prin filtrul gândirii critice și, prin vot, să-i neglijăm. Pentru că oamenii de stat nu-și fură țara, nu mint, nu trișează, sunt consecvenți și au dragoste de oameni nu doar în timpul alegerilor”, spune jurnalistul.

Codul electoral obligă furnizorii de servicii media din R. Moldova care par-

ticipă la reflectarea campaniei electorale și mijloacele de informare în masă scrise să ofere condiții egale, nediscriminatorii la acordarea timpilor de antenă sau a spațiului publicitar pentru publicitatea electorală. Unii jurnaliști și experți media consideră că presa scrisă și presa online, care sunt publicații private și nu utilizează frecvențele radio publice, ar trebui să decidă de sine stătător privind politica de acordare a spațiului publicitar în campaniile electorale.

## „Nu e onest să iei banii cetățenilor ca să lustruiești imaginea unor politicieni compromiși”

În această campanie electorală, redacția săptămânalului de investigații Ziarul de Gardă (ZdG) a decis să nu publice în ziar și pe pagina online publicitate electorală, pentru a nu le permite accesul la platformele sale media **politicienilor cu probleme penale și de integritate**. **Alina Radu**, directoarea ZdG, argumen-

tează că publicația are cititori educați și pretențioși: „Avem suspiciunea rezonabilă că politicienii/partidele cu probleme penale, acuzați în mod special de spălări de bani, devalizare de bănci, corupție, ar putea să plătească pentru contractele de publicitate din bani furati de la cetățeni. Am considerat că nu e onest să iei banii cetățenilor ca să lustruiești imaginea unor politicieni compromiși”. Chiar dacă estimările arată că ZdG va rata circa 200.000 de lei, bani care ar fi putut veni din publicitatea electorală, redacția și-a asumat acest risc. „Nu mai acceptăm de la nimeni. Nu luăm bani de la penali. Abonați, urmăriți presa care nu ia bani de la corupți. Votați în așa fel încât penalii să nu mai ajungă în Parlament. Dacă îi eliminăm din Parlament, îi eliminăm și din Guvern și de la banii publici. Dacă îi eliminăm din anunțurile publicitare, curățim de ei paginile ziarelor și ale ecranelor. Va fi mai mult loc pentru oameni

integri, atât în instituții publice, cât și în mass-media”, afirmă Alina Radu.

## API încurajează redacțiile să analizeze critic programele electorale

Asociația Presei Independente (API) recunoaște dreptul presei scrise și al presei electronice de a decide de sine stătător asupra politicii de acordare a spațiului publicitar și îndeamnă redacțiile să nu permită utilizarea platformelor și a reputației instituțiilor media pentru promovarea în funcții publice a unor persoane compromise. „API încurajează redacțiile să se documenteze privind conexiunile de natură penală ale liderilor partidelor, înainte de încheierea contractelor de publicitate”, se spune în declarația membrilor API privind reflectarea alegerilor parlamentare anticipate din 11 iulie 2021. **Petru Macovei**, directorul executiv al Asociației, afirmă că jurnaliștii nu trebuie să accepte compromisuri cu politicienii. „Reclama electorală trebuie marcată absolut obligatoriu, în caz contrar, redacțiile devin complici la manipularea electoratului. Iar ca să răspundă interesului public de a informa oamenii și a-i ajuta să facă o alegere conștientă, instituțiile mass-media trebuie să documenteze articole și investigații jurnaliste despre afacerile, proprietățile, interesele și schemele în care sunt implicați unii politicieni. Astfel, publicul va cunoaște profilul adevărat al concurenților, nu doar laudele din reclama electorală”, spune directorul API.



## Gândirea critică poate demonta sperietorile electorale

În campaniile electorale, politicienii și partidele politice din R. Moldova promovează diferite mesaje populiste, sperietori și dezinformări pentru a manipula alegătorii, în speranța că în așa fel vor putea obține mai multe voturi. Precedentele alegeri au arătat că unele sperietori prind la public, în mare parte din cauza capacității reduse de analiză a informației.

Alegerile prezidențiale din anul 2016 au fost marcate de dezinformarea despre „invazia a 30 de mii de sirieni”, iar pentru că mulți oameni au crezut în acest fals grosolan, sperietorile despre „străinii care vor veni în țară” a continuat să fie exploatată de politicienii în alte alegeri. Același fals este promovat și în actuala campanie electorală.

Un alt mesaj fals, promovat intens de unele forțe politice, este că oponenții vor închide școlile,

vor lichida satele și raioanele sau vor elimina limba rusă din curricula școlară.

O altă sperietoare este că familia și valorile tradiționale ar fi în pericol, iar utilizarea termenilor „mamă” și „tată” ar putea fi interzisă. Toate aceste mesaje false adâncesc anumite stereotipuri și prejudecăți și induc în eroare alegătorii care nu întotdeauna pot să discearnă informația obiectivă de una distorsionată.

## Să avem înțelepciunea de a separa grâul de neghină

**Sorina Macrinici**, directoare de programe la Centrul de Resurse Juridice din Moldova (CRJM), spune că prin aceste mesaje politicienii urmăresc dezbinarea societății și vor să câștige capital politic. „Aceste teme, în realitate, nu sunt o problemă pentru oameni. În Moldova familia tradițională demult înseamnă și bunicii care cresc nepoții pentru că părinții acestora muncesc peste hotare. Migrația continuă a moldovenilor demult a schimbat conceptul de „străin”, uneori moldovenii chiar se simt străini în propria țară. Guvernul se laudă cu granturile și împrumuturile străine și le con-

sideră o realizare, dar granturile primite de ONG-uri în campania electorală sunt calificate adesea ca influență străină”, spune experta CRJM. Ea consideră că politicienii ar trebui să promoveze drepturile tuturor alegătorilor și să aibă un discurs respectuos: „Este important să fim prudenți ce informație consumăm și să nu cădem pradă falselor narațiuni. De noi depinde dacă vom rămâne divizați sau vom avea înțelepciunea de a analiza și a separa grâul de neghină”.

Alegătorii din România, la fel, sunt expuși falsurilor și mesajelor populiste în alegeri. **Septimius Pârnu**, expert în bună guvernare și procese electorale al organizației

„Expert Forum” din București, afirmă că în România tot timpul au existat partide care au rostogolit falsurile despre străini și despre pericolele la adresa familiei tradiționale. „Acest discurs a fost prezent nu neapărat la partidele extremiste, dar și la partidele mari care au fost la guvernare în ultimii ani. În 2018 am avut și acel referendum la tema familiei tradiționale, care a picat rușinos pentru inițiatori, deoarece prezența la vot a fost mai mică de 20 la sută”. La ultimele alegeri parlamentare din România, unele forțe politice, la fel, au jonglat cu mesaje că „vin străinii să fure țara” sau cu discursuri împotriva minorităților sexuale, încercând să manipuleze

aceea parte a electoratului care nu posedă cunoștințe politice”, constată Septimius Pârnu. Expertul mai afirmă că votanții trebuie să analizeze dacă mesajul pe care l-a trimis partidul este unul realist. „Dacă alegem pe cineva, nu trebuie să ne uităm la gen, vârstă, dacă are sau nu are copii. Să ne uităm cine este persoana respectivă și dacă ea poate să ne guverneze și să spargă niște scheme de corupție. Să ne uităm în jur foarte pragmatic și să vedem dacă ne place țara în care locuim, dacă legile pe care le-au adoptat oamenii dintr-un anumit partid sunt bune pentru noi sau nu, dacă oamenii care ne conduc sunt onești și integri. Să analizăm bine și să facem alegerea pentru propriul nostru viitor”, conchide Septimius Pârnu.

**STOP FALS** **TOP 5 FALSURI ALE LUNII: MAI 2021**

- FALS:** Maia Sandu refuză să promulge legea care obligă comercianții să ofere 50% din rafturile magazinelor pentru produsele autohtone
- FALS:** Scumpirile la carburanți le-a generat Maia Sandu
- FALS:** „Nu dăm țara străinilor”, „tradițiile și valorile familiale sunt în pericol”
- FALS:** „Convenția de la Istanbul distruge familia tradițională și promovează căsătoriilor dintre persoane de același sex”
- FALS:** Ofițerii CNA vor asista la examenele de bacalaureat

AI GRUĂ DE UNDE TE INFORMEZI, ALEGE SURSE CREDIBILE!  
Campania împotriva informației false și tendențioase STOP FALS! [www.stopfals.md](http://www.stopfals.md)

**Ca să fii la curent cu dezinformările din mass-media și de pe rețelele sociale, astfel încât să te poți proteja de manipulare, accesează portalul [www.stopfals.md](http://www.stopfals.md), gestionat de Asociația Presei Independente (API). Jurnaliștii portalului dezminț informațiile false și elaborează un top lunar al dezinformărilor din spațiul public. Tot aici poți semna informațiile pe care le consideri false, iar colaboratorii API le vor verifica și vor publica rezultatele.**

**PUBLICITATE ELECTORALĂ ȘI/SAU DE PROMOVARE POLITICĂ – acțiunile de pregătire și răspândire prin amplasarea informațiilor sub formă de afișe electorale și/sau de promovare politică în perioada electorală.**

Sursa: Regulamentul CEC privind modalitatea plasării publicității electorale și de promovare politică pe panourile publicitare

Pagină tematică editată de Asociația Presei Independente (API), în cadrul proiectului „Dezvoltarea gândirii critice în rândul populației rurale, elevilor și viitorilor profesori”, finanțat de Ambasada SUA. Opiniile exprimate în cadrul proiectului aparțin autorilor proiectului și nu corespund neapărat celor ale Ambasadei SUA.

Pagină realizată de Lilia Zaharia și Mariana Jacot