



UNIVERSITATEA ALEXANDRU IOAN CUZA DIN IAȘI
FACULTATEA DE DREPT, CENTRUL DE STUDII EUROPENE
SPECIALIZAREA STUDII EUROPENE ȘI VECINĂTATEA ESTICĂ A UE



EUROPE DIRECT
Iași

ANALIZĂ COMPARATIVĂ A POSTĂRILOR ÎN SOCIAL MEDIA

(Facebook și Instagram)

CENTRE EUROPE DIRECT DIN ROMÂNIA

Europe Direct Iași, Europe Direct Vaslui, Europe Direct Cluj, Europe Direct
Dobrogea, Europe Direct Râșnov, Europe Direct București (*închis la 31 decembrie
2025*), Europe Direct Craiova

Perioada analizată: 1 octombrie 2025 – 1 mai 2026

Coordonator: Ioana Pruteanu
Student: Adriana Teodora Biholar

Iași
2026

1. Context și rolul Centrelor Europe Direct

Rețeaua Europe Direct reprezintă unul dintre principalele instrumente prin care Comisia Europeană încearcă să reducă distanța dintre instituțiile europene și cetățeni. În mod concret, aceste centre funcționează ca puncte de informare la nivel local, unde oamenii pot obține explicații despre politicile Uniunii Europene, despre drepturile lor sau despre oportunitățile existente (precum programe educaționale, finanțări sau inițiative civice).

Rolul lor nu se limitează însă la simpla transmitere de informații. O componentă esențială este facilitarea dialogului. Asta înseamnă că aceste centre nu ar trebui doar să ofere informații, ci și să creeze contexte în care cetățenii să își exprime opiniile, să pună întrebări și să participe la dezbateri. Practic, ele contribuie la construirea unei legături bidirecționale între public și instituțiile europene.

În ultimii ani, acest rol s-a mutat din ce în ce mai mult în mediul online. În România, unde o mare parte a populației este activă pe rețelele sociale, platforme precum Facebook și Instagram au devenit canale esențiale pentru comunicarea publică. Nu mai este suficient ca informația să fie disponibilă; ea trebuie să fie vizibilă, accesibilă și adaptată modului în care oamenii consumă conținutul digital.

În acest context, prezența Centrelor Europe Direct pe social media nu este doar opțională, ci strategică. Modul în care acestea postează, tipul de conținut pe care îl aleg și felul în care interacționează cu publicul influențează direct eficiența misiunii lor. Cu alte cuvinte, social media nu este doar un canal de promovare, ci devine un spațiu central de informare și dialog civic.

2. Metodologie de analiză

Pentru a înțelege cum comunică aceste centre în mediul online, postările lor au fost analizate pe baza mai multor criterii importante. Nu este suficient doar să vedem ce postează, ci și cum și cât de eficient o fac.

În primul rând, s-a analizat frecvența postărilor, deoarece o activitate constantă arată o comunicare activă și bine organizată, în timp ce postările rare pot indica lipsa unei strategii clare. Un alt aspect important este tipul de conținut. Postările pot fi informative (despre UE și drepturi), educaționale (evenimente, workshop-uri), promoționale (activități locale) sau participative (întrebări, concursuri). Acest lucru arată dacă centrele pun accent mai mult pe informare sau pe interacțiune.

De asemenea, s-a analizat formatul postărilor, cum ar fi textul, imaginile, infograficele sau videoclipurile. Conținutul vizual și video este, de obicei, mai atractiv și mai eficient în online. Engagement-ul (like-uri, comentarii, distribuiri) a fost folosit pentru a măsura impactul postărilor și interesul publicului.

Analiza a luat în considerare și publicul țintă, deoarece unele centre se adresează mai mult tinerilor, iar altele publicului general, ceea ce influențează stilul de comunicare.

În final, s-a urmărit modul în care conținutul este adaptat la platformă. Facebook este folosit mai ales pentru informații detaliate, în timp ce Instagram pune accent pe conținut vizual și dinamic. Prin aceste criterii, analiza permite compararea centrelor și evidențierea diferențelor dintre ele în modul de utilizare a social media.

3. Analiză comparativă pe centre Europe Direct Iași

Activitatea centrului Europe Direct Iași, începând cu 1 octombrie 2025, evidențiază o direcție clară spre educație și implicarea comunității. Prima postare din perioada analizată promovează evenimentul „Vorbește-mi despre tine! Cărțile copilăriei”, organizat cu ocazia Zilei Europene a Limbilor și a Zilei Internaționale a Traducătorului. Acest tip de inițiativă arată încă de la început accentul pus pe cultură, diversitate și dialog. Pe parcursul perioadei, majoritatea postărilor se încadrează în zona educațională. Sunt frecvent promovate resurse precum #SpațiulÎnvățării (#LearningCorner), dar și teme actuale, cum ar fi alfabetizarea financiară și media, care au un rol important în formarea tinerilor. De asemenea, centrul acordă o atenție deosebită oportunităților europene dedicate tinerilor, promovând inițiative precum ErasmusDays, GenerationEU, stagii în instituțiile europene, DiscoverEU sau proiecte locale precum EuroAȘI și evenimente culturale ca FILIT.

În paralel, există și o componentă informativă importantă, prin postări care explică măsuri adoptate la nivelul Uniunii Europene sau prezintă proiecte de finanțare relevante pentru România. Acestea contribuie la rolul centrului de a face informația europeană mai accesibilă publicului larg. Un element care diferențiază Europe Direct Iași este tonul relativ prietenos al comunicării. Pe lângă conținutul formal, centrul postează frecvent urări cu ocazia unor zile importante (precum 1 Decembrie, 1 Mai, Ziua Profesorului sau Ziua Drepturilor Omului), dar și conținut din viața de zi cu zi a centrului. Apariția animalelor (pisici și câini) în postări adaugă o dimensiune umană și apropiată, contribuind la crearea unei relații mai calde cu publicul. Colaborările constante cu școli și cu Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași subliniază rolul centrului în susținerea educației și implicării tinerilor. Europe Direct Iași își consolidează profilul instituțional-academic, dar și poziția de actor activ în comunitatea locală. Comunicarea centrului este echilibrată între informare și educație, cu unele elemente de apropiere față de public



CE-ȚI DORESC EU ȚIE, DULCE ROMÂNIE?

LIBERA EXPRIMARE

PROTEJĂM CEEA CE CONTEAZĂ.

NOUĂ OPORTUNITATE PROFESIONALĂ!

STAGIU DE PRACTICĂ ÎN CONSILIUL UNIUNII EUROPENE

APLICĂ PÂNĂ LA

Directiva "Credința" - Joc de rol despre procesul decizional al UE

EPAS (Local Teacher "Miron Costin" Pașcani

"Paști" în cele 24 de limbi oficiale ale UE



Europe Direct Vaslui

Activitatea centrului Europe Direct Vaslui conturează un profil de comunicare puternic orientat spre comunitatea locală și, în special, spre tineri din mediul preuniversitar. Fiind gestionat de Consiliul Județean Vaslui, centrul adoptă un stil de comunicare care îmbină dimensiunea instituțională cu o tentativă vizibilă de apropiere față de publicul tânăr.

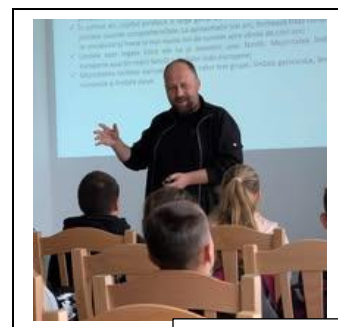
Un element definitoriu al activității îl reprezintă campaniile tematice, dintre care cea mai relevantă este „CompETEnt în UE”, desfășurată în perioada octombrie–noiembrie 2025. Aceasta este adresată elevilor din liceele tehnologice și urmărește informarea

acestora cu privire la oportunitățile oferite de Uniunea Europeană, rolul acestora în viața cetățenilor și traseele profesionale disponibile. Temele abordate includ programe europene pentru tineri, instrumente precum Europass, cerințele pieței muncii și dezvoltarea competențelor profesionale. Acest tip de conținut arată o orientare clară spre ghidare practică și inserție profesională.

Pe lângă dimensiunea profesională, centrul pune un accent important și pe educația media și digitală. Campania „E.U. informat pentru călătoria în MEDIA” este un exemplu relevant, deoarece vizează formarea gândirii critice și dezvoltarea abilităților de gestionare a informației în mediul online. Acest tip de inițiativă este important în contextul actual, în care expunerea la dezinformare este ridicată, mai ales în rândul tinerilor.

Activitatea centrului include și numeroase sesiuni de informare desfășurate direct în școli și licee. Materialele vizuale publicate surprind întâlniri cu elevi, prezentări și discuții interactive, ceea ce indică o componentă practică puternică a activității. Aceste acțiuni consolidează rolul centrului ca intermediar între instituțiile europene și comunitatea locală. Conținutul este predominant informativ și educațional, cu accent pe orientare profesională, competențe și alfabetizare media. Spre deosebire de alte centre, unde predomină evenimentele academice și oportunitățile de studii, aici accentul cade pe integrarea în piața muncii și pe formarea de competențe practice.

Europe Direct Vaslui se caracterizează printr-un profil pragmatic, orientat spre nevoile imediate ale tinerilor din județ. Acest lucru reflectă atât specificul instituțional al gestionării de către Consiliul Județean, cât și adaptarea la un public țintă mai puțin urbanizat sau academic.



Europe Direct Cluj

Europe Direct Cluj se remarcă în peisajul rețelei Europe Direct din România printr-o comunicare digitală coerentă, dinamică și adaptată publicului contemporan, cu un accent clar pe tineri, educație civică și implicare în proiecte europene. Analiza postărilor selectate din perioada recentă evidențiază un centru activ, care utilizează social media nu doar ca instrument de informare, ci și ca spațiu de construire a unei comunități europene locale.

Un prim element definitoriu al comunicării este orientarea puternică spre evenimente și activități publice. Postările surprind frecvent întâlniri instituționale, conferințe, workshopuri și activități educaționale desfășurate în parteneriat cu actori locali și europeni. Imaginile din aceste postări, care includ discuții oficiale, mese rotunde sau întâlniri tematice, sugerează o implicare constantă a centrului în procese de dialog civic și cooperare instituțională. Astfel, Europe Direct Cluj nu funcționează doar ca un canal de informare, ci ca un actor activ în rețeaua de guvernanță local-europeană. Un exemplu relevant îl constituie participarea la inițiative europene de tip hackathon, precum EUDIS Hackathon, care reflectă orientarea centrului spre inovație, digitalizare și implicarea tinerilor în soluționarea problemelor contemporane. Acest tip de conținut indică o strategie clară de conectare a publicului tânăr la valorile și oportunitățile Uniunii Europene, transformând centrul într-un facilitator al participării active și al învățării prin experiență. O altă dimensiune importantă este cea educațională, vizibilă în postările cu caracter informativ, precum cele dedicate combaterii dezinformării și verificării informațiilor. Mesaje de tipul „verifică informațiile” reflectă o preocupare pentru alfabetizarea media și dezvoltarea gândirii critice în rândul cetățenilor. În acest sens, centrul își asumă un rol de educație civică digitală, adaptat provocărilor actuale ale spațiului informațional.

Analiza postărilor arată că Europe Direct Cluj are un profil de comunicare bine conturat, caracterizat prin dinamism, orientare spre tineri, implicare în proiecte europene și accent pe educație civică. Centrul se poziționează ca un intermediar activ între Uniunea Europeană și cetățeni, utilizând social media ca instrument strategic pentru informare, educare și construire a unei comunități europene locale.

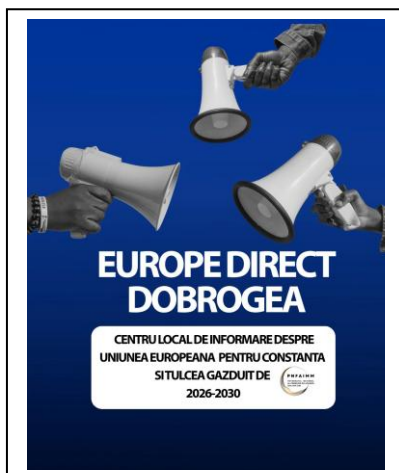



**KEEP CALM
ȘI
VERIFICĂ
INFORMAȚIILE**



FA **LS**
PT





Europe Direct Dobrogea

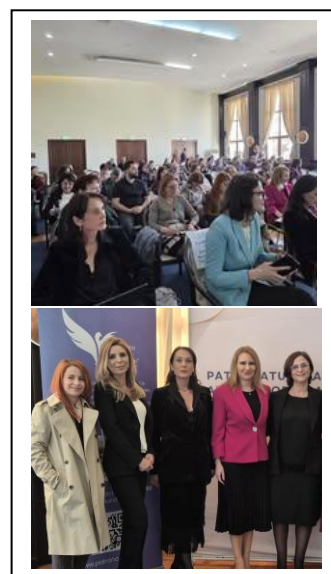
Europe Direct Dobrogea reprezintă cel mai recent centru înființat din rețeaua Europe Direct din România și se conturează, încă de la început, ca un actor cu un profil clar definit: orientare regională, tematică și conectare puternică la specificul zonei Dobrogea, în special Constanța și spațiul litoral. Comunicarea sa digitală reflectă această poziționare, printr-un conținut adaptat problemelor locale, dar ancorat în priorități europene actuale precum sustenabilitatea, digitalizarea și dialogul social. Un exemplu relevant de comunicare este participarea Europe Direct Dobrogea la Conferința regională pentru dialog social, desfășurată în cadrul proiectului „Consolidarea dialogului social și a parteneriatelor pentru ocupare și formare”, organizat de PNFAIMM și Organizația Femeilor Antreprenor. În acest context, centrul se poziționează ca un veritabil liant între Uniunea Europeană și actorii locali, contribuind la facilitarea dialogului și la consolidarea colaborării dintre mediul public, privat și societatea civilă. Prezența sa în cadrul evenimentului evidențiază rolul de intermediar al Europe Direct Dobrogea în traducerea principiilor și politicilor europene în teme accesibile și relevante pentru comunitățile locale, cu accent pe piața muncii, competențe și dezvoltare regională.

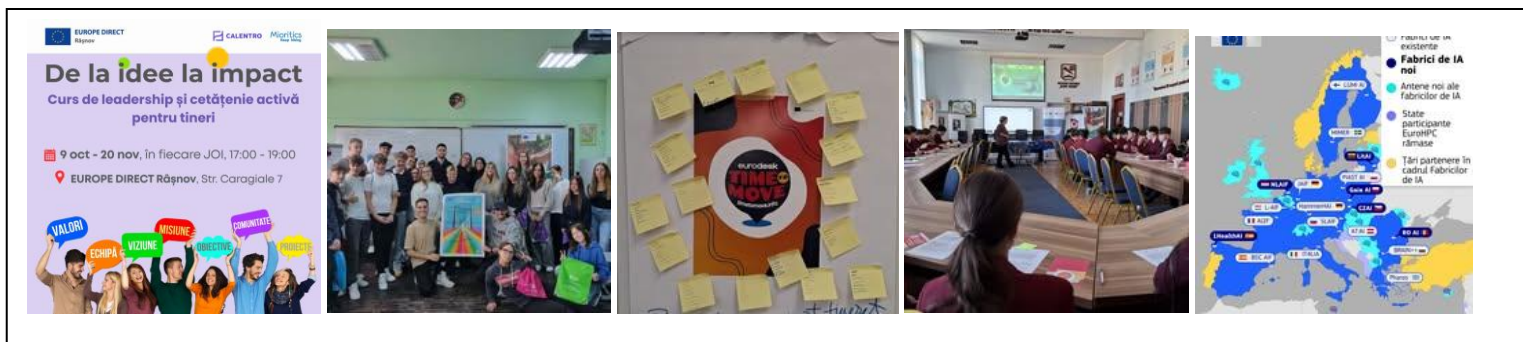
Totodată, comunicarea centrului se aliniaza unor direcții tematice diverse și interconectate, în care dialogul social și ocuparea forței de muncă se îmbină cu preocupări actuale precum democrația, combaterea dezinformării, digitalizarea și sustenabilitatea. În acest

sens, se remarcă și o deschidere clară către prioritățile europene din sfera Pactului Verde European (Green Deal), prin integrarea temelor de mediu și dezvoltare durabilă în discursul public al centrului. Astfel, Europe Direct Dobrogea construiește o abordare integrată, în care specificul regional este constant conectat la obiectivele strategice ale Uniunii Europene, oferind o perspectivă coerentă asupra dezvoltării locale în context european.

Din punct de vedere vizual și strategic, profilul centrului este orientat spre o comunicare modernă și atractivă, în special pe Instagram, unde accentul cade pe impact vizual și accesibilitate. Această alegere este coerentă cu publicul-țintă și cu specificul regional, Dobrogea fiind o zonă caracterizată de diversitate culturală, deschidere spre turism și conectare la spațiul maritim european.

În concluzie, Europe Direct Dobrogea se conturează ca un centru cu profil regional tematic, în care specificul geografic (Constanța, litoralul Mării Negre) se îmbină cu prioritățile Uniunii Europene. Comunicarea sa pune accent pe dialog social, sustenabilitate, digitalizare și combaterea dezinformării, consolidând rolul său de intermediar între instituțiile europene și comunitatea locală. Fiind cel mai recent centru înființat, acesta are potențialul de a deveni un model de comunicare adaptată regional, dar aliniată strategic la obiectivele europene.





Europe Direct Râșnov

Analiza activității Europe Direct Râșnov evidențiază un centru cu o prezență mai discretă în mediul online, dar bine ancorat în comunitatea locală. Ritmul postărilor este mai redus, iar comunicarea este orientată în principal către promovarea evenimentelor desfășurate fizic – ateliere educaționale, sesiuni de informare și întâlniri cu diverse grupuri locale, în special tineri și elevi.

Conținutul publicat reflectă o preocupare pentru teme relevante la nivel european, precum oportunitățile de voluntariat (ex. promovarea programelor de tip ESC), educația digitală sau siguranța alimentară. Postările de tip „De la idee la impact: FacilitAR” sau cele informative despre inițiative europene arată un efort de a traduce politicile și programele UE în beneficii concrete pentru comunitate. Totuși, aceste teme sunt prezentate preponderent într-un format static, informativ, fără o diversificare semnificativă a modului de livrare.

Din punct de vedere vizual și strategic, conținutul este mai puțin variat, bazându-se în principal pe fotografii de la evenimente și materiale grafice simple. Lipsesc formatele dinamice (video, reels, storytelling), precum și campaniile interactive care ar putea crește gradul de implicare al publicului, în special în rândul tinerilor.

Per ansamblu, profilul Europe Direct Râșnov este unul local și comunitar, cu un rol important în facilitarea accesului la informații europene la nivel regional și în organizarea de activități directe cu cetățenii. Cu toate acestea, există oportunități clare de dezvoltare în zona comunicării digitale, prin diversificarea conținutului și adaptarea la tendințele actuale din social media, pentru a-și extinde vizibilitatea și impactul.





Europe Direct București (închis)

Analizând activitatea centrului Europe Direct București în perioada 1 octombrie 2025 – 31 decembrie 2025, se confirmă faptul că acesta a avut una dintre cele mai vizibile și structurate prezențe din rețeaua Europe Direct din România, reflectând rolul său de centru din capitală. Postările evidențiate arată o comunicare puternic ancorată în agenda europeană și internațională. Sunt frecvent marcate zile importante, precum Ziua Internațională a Nonviolenței sau Ziua Mondială a Sănătății Mentale, ceea ce indică o preocupare pentru teme sociale relevante și pentru alinierea la prioritățile globale și europene. În paralel, apar și postări legate de drepturi fundamentale, cum ar fi libertatea de mișcare, sugerând o componentă educativă clară, orientată spre informarea cetățenilor.

De asemenea, se observă o componentă instituțională puternică, ilustrată prin promovarea unor evenimente sau inițiative legate de organizații internaționale, cum ar fi Ziua Organizației Națiunilor Unite, dar și prin teme actuale precum securitatea digitală sau combaterea comerțului online ilegal. Aceste subiecte arată o comunicare mai complexă și mai conectată la problematici contemporane, nu doar la activități locale. Stilul de comunicare este unul formal și coerent, specific unei instituții centrale. Postările sunt bine structurate, cu un accent clar pe informare și educație, însă mai puțin orientate spre interacțiune directă sau conținut informal. Chiar și atunci când sunt abordate teme accesibile publicului larg, acestea sunt prezentate într-o manieră riguroasă, explicativă.

În ceea ce privește platformele, Facebook pare să fie principalul canal de comunicare, utilizat pentru transmiterea de informații detaliate și promovarea evenimentelor. Conținutul vizual există, dar este mai degrabă complementar mesajului, nu elementul central al strategiei.

În ansamblu, Europe Direct București se conturează ca un centru cu profil clar instituțional și central, caracterizat printr-o comunicare consistentă, bine organizată și aliniată la prioritățile Uniunii Europene.



Europe Direct Craiova

Analizând activitatea centrului Europe Direct Craiova în perioada 1 octombrie 2025 – prezent, se observă o comunicare constantă și coerentă, axată în principal pe educație civică și participare democratică.

Un element important este utilizarea infograficelor pentru explicarea unor teme europene. Postările despre fondurile europene sau despre producția agricolă (precum cea de usturoi sau cafea) arată o încercare de a face informația mai accesibilă și mai ușor de înțeles pentru publicul larg. Acest tip de conținut simplifică datele complexe și contribuie la creșterea nivelului de informare.

De asemenea, se remarcă promovarea unor inițiative europene dedicate tinerilor, cum este European Youth Week, ceea ce indică o orientare clară spre implicarea acestora în procesele democratice și în viața comunității europene. Mesajele asociate acestor campanii sunt, în general, motivaționale și încurajează participarea activă.

Stilul de comunicare este mai accesibil decât în cazul centrelor strict instituționale, dar păstrează un caracter informativ clar. Postările sunt bine structurate, iar elementele vizuale sunt utilizate pentru a susține mesajul, chiar dacă nu există o utilizare foarte avansată a formatelor video sau interactive.

Facebook pare să fie platforma principală, unde sunt concentrate majoritatea postărilor și activităților, în timp ce alte platforme sunt mai puțin evidențiate. Acest lucru sugerează o orientare spre un public general, nu exclusiv tânăr sau digital.

În ansamblu, Europe Direct Craiova se conturează ca un centru cu profil educațional-civic, care pune accent pe informare, implicare și participare democratică. Comunicarea este clară și constantă, cu un bun echilibru între conținut informativ și activități practice, însă ar putea fi dezvoltată mai mult în zona interactivității și a formatelor digitale moderne.



alte platforme sunt mai puțin evidențiate. Acest lucru sugerează o orientare spre



4. Comparație Facebook vs Instagram

Analiza activității centrelor Europe Direct evidențiază diferențe clare între modul în care este utilizat Facebook față de Instagram, fiecare platformă având un rol distinct în comunicarea publică. Facebook rămâne principalul canal de comunicare pentru toate centrele analizate. Aici predomină conținutul informativ, de tip explicativ sau descriptiv, adesea mai lung și mai detaliat. Postările includ anunțuri despre evenimente, prezentări ale politicilor europene sau informații utile pentru cetățeni. Publicul este unul general, iar stilul de comunicare este, în majoritatea cazurilor, instituțional. Engagement-ul este relativ stabil, însă nu foarte ridicat, deoarece interacțiunea este limitată de natura mai formală a conținutului.

Instagram, în schimb, este utilizat mai selectiv și, în general, de centrele care au o strategie digitală mai dezvoltată, precum Europe Direct Cluj sau Europe Direct Dobrogea. Aici conținutul este mai vizual, mai scurt și mai dinamic, adaptat unui public predominant tânăr. Postările includ imagini atractive, infografice sau videoclipuri scurte, iar atunci când sunt bine realizate, generează un nivel mai ridicat de engagement.

Diferența esențială nu este doar de format, ci și de abordare. În timp ce Facebook este folosit în principal pentru informare, Instagram oferă oportunități mai mari de conectare și implicare a publicului. Se observă însă că nu toate centrele valorifică acest potențial, unele limitându-se la a reposta același conținut pe ambele platforme.

În acest sens, centrele care obțin rezultate mai bune sunt cele care adaptează conținutul la specificul fiecărei platforme, în loc să îl dubleze. Această diferență reflectă nivelul de maturitate digitală și capacitatea de a înțelege comportamentul publicului online

5. Tendințe generale identificate

Analiza comparativă a centrelor Europe Direct din România (Iași, Vaslui, Cluj, Dobrogea, Râșnov, București și Craiova) evidențiază o serie de tendințe comune, dar și diferențe semnificative în modul de utilizare a social media.

În primul rând, se remarcă predominanța conținutului informativ. Majoritatea centrelor folosesc social media în principal pentru a transmite informații despre Uniunea Europeană, oportunități pentru cetățeni sau pentru a promova evenimente. Comunicarea este, în general, de la instituție către public, cu mai puțin accent pe dialog și interacțiune.

În al doilea rând, există diferențe evidente între centre în funcție de contextul local și de resursele disponibile. Centrele din orașe universitare sau mai dezvoltate, precum Cluj sau Iași, au o comunicare mai diversificată și mai bine adaptată mediului online. În schimb, centrele precum Vaslui sau Râșnov au o abordare mai simplă, orientată spre comunitatea locală și informare de bază.

O altă tendință importantă este subutilizarea Instagramului. Deși platforma are un potențial ridicat pentru a atrage tineri, nu toate centrele o folosesc eficient. Doar câteva reușesc să creeze conținut adaptat (vizual, dinamic), în timp ce restul o utilizează mai degrabă ca extensie a Facebook-ului.

De asemenea, se observă un accent puternic pe promovarea evenimentelor offline. Social media este folosită în principal pentru a anunța și documenta activități, nu neapărat pentru a crea conținut original sau pentru a dezvolta comunități online active.

În același timp, există și exemple pozitive, unde comunicarea este mai modernă și interactivă, integrând elemente vizuale, storytelling și participare. Aceste cazuri arată direcția în care ar putea evolua întreaga rețea.

În concluzie, deși toate centrele Europe Direct sunt prezente în social media și își îndeplinesc rolul de informare, nivelul de adaptare la mediul digital diferă considerabil. Există un potențial clar de

dezvoltare, mai ales în ceea ce privește interactivitatea, diversificarea conținutului și utilizarea strategică a platformelor.

6. Concluzii

Analiza comparativă a activității centrelor Europe Direct din România (Iași, Vaslui, Cluj, Dobrogea, Râșnov, București și Craiova) în perioada 1 octombrie 2025 – prezent evidențiază faptul că social media reprezintă un instrument esențial pentru îndeplinirea rolului de informare și comunicare publică al acestor structuri. Toate centrele sunt active în mediul online și contribuie la diseminarea informațiilor despre Uniunea Europeană, însă modul în care utilizează aceste platforme diferă semnificativ.

În ansamblu, comunicarea este predominant informativă și instituțională, cu accent pe promovarea politicilor europene, a oportunităților pentru cetățeni și a evenimentelor organizate la nivel local. Facebook rămâne canalul principal utilizat de toate centrele, fiind preferat pentru transmiterea de informații detaliate către un public larg. Instagram este folosit mai limitat și, în multe cazuri, nu este valorificat la potențialul său maxim.

Diferențele dintre centre sunt influențate în mod clar de contextul local, de resurse și de publicul țintă. Centrele din orașe universitare, precum Cluj sau Iași, au o comunicare mai diversificată și mai adaptată mediului digital, în timp ce altele, precum Vaslui sau Râșnov, adoptă un stil mai simplu, orientat spre comunitate și informare de bază. Europe Direct Craiova se remarcă prin accentul pus pe educație civică, iar fostul centru din București a avut o comunicare complexă și bine structurată, specifică unui nivel instituțional central.

Un aspect important care reiese din analiză este faptul că majoritatea centrelor utilizează social media mai degrabă ca instrument de transmitere a informației decât ca spațiu de dialog. Nivelul de interactivitate este relativ redus, iar conținutul participativ sau adaptat specific platformelor este încă limitat. Totuși, există exemple pozitive, în special în cazul Europe Direct Cluj, unde comunicarea este mai modernă, vizuală și orientată spre implicarea publicului.

În concluzie, rețeaua Europe Direct din România are o prezență online activă și relevantă, însă există un potențial considerabil de dezvoltare. O adaptare mai accentuată la specificul platformelor, creșterea interactivității și diversificarea formatelor de conținut ar putea contribui la o comunicare mai eficientă și la o implicare mai mare a cetățenilor, în special a tinerilor.

Biografie primară:

<https://web.facebook.com/EuropeDirectBucuresti>
<https://www.instagram.com/europedirectbucuresti?igsh=MWFmdWJhM3lkZnc4Yg==>

<https://web.facebook.com/edcraiova>
<https://www.instagram.com/edcraiova?igsh=MTZxczNsdXpkNHFj>

https://web.facebook.com/europe.direct.in.cluj/?_rdc=1&_rdr#
<https://www.instagram.com/europedirectcluj?igsh=dzNvbHQzdnpwdTBu>

https://web.facebook.com/people/Europe-Direct-Dobrogea/61587460851646/?_rdc=1&_rdr#
<https://www.instagram.com/eddobrogea?igsh=MTh3a2ZpZ2IzMnY1>

https://web.facebook.com/europe.direct.iasi/?_rdc=1&_rdr#
<https://www.instagram.com/europe.direct.iasi?igsh=ZnpydGtiN3FtYXQ5>

<https://web.facebook.com/EuropeDirectRasnov>
<https://www.instagram.com/europedirectrasnov?igsh=MTFiYmV4NDRscjJhYw==>

https://web.facebook.com/EUROPEDIRECTVaslui/?_rdc=1&_rdr#
<https://www.instagram.com/europedirectvaslui?igsh=MWlxZW4xc2hteTU4YQ==>

Biografie secundară:

https://romania.representation.ec.europa.eu/puncte-de-contact-europene-romania_ro

<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/topic-details/ED-2025-ROMANIA-FPA?keywords=Europe%20Direct&isExactMatch=true&status=31094501,31094502&order=DESC&pageNumber=1&pageSize=50&sortBy=relevance>

<https://european-union.europa.eu/contact-eu/write-us/answering-your-questionsro>