

Vlăduț-George LUCAN

*Centrul de Studii Europene (CSE),
Dezvoltare Regională*

Analiză și interpretare a postărilor, impactului (inclusiv al comentariilor) paginilor de social media ale Reprezentanței Comisiei Europene și ale Biroului de Legătură a Parlamentului European

Cadrul analizei

Eurobarometrele recente arată că România se situează peste media UE în ceea ce privește imaginea pozitivă a Uniunii și percepția beneficiilor apartenenței, dar și în ceea ce privește așteptarea ca UE și Parlamentul European să joace un rol mai important. În paralel însă, rapoarte precum cele ale CRPE și ale instituțiilor europene indică o creștere semnificativă a narațiunilor anti-europene, alimentate de propaganda rusă și de actori politici extremiști, cu vârfuri de vizibilitate în 2025 - 2026, în context electoral; Pe fondul acestei ambivalențe, România se remarcă printr-un consum intens de social media ca sursă de informare politică (în special TikTok, WhatsApp, YouTube), ceea ce amplifică expunerea la dezinformare și la conținut emoțional, scurt și puțin contextualizat. Lipsa competențelor de educație digitală dovedită de faptul că mulți tineri fie subestimează expoziția la fake news, fie se informează aproape exclusiv din fluxuri algoritmice se reflectă direct în calitatea comentariilor lăsate sub paginile instituțiilor europene.

Din perspectiva sociologiei comunicării și a științelor politice, aceste pagini funcționează ca intermediari între instituțiile europene și publicul românesc, construind o narațiune despre UE ca spațiu de protecție, modernizare și oportunitate. În același timp, ele operează într-un mediu public tensionat, marcat de anxietăți legate de securitate, digitalizare, polarizare, scepticism față de instituții și o sensibilitate crescută față de tema suveranității și a costului social al tranzițiilor europene; În perioada analizată, discursul ambelor instituții este predominant pedagogic și normativ: explică decizii, promovează valori și încearcă să normalizeze apartenența europeană prin exemple concrete, evenimente și rezultate. Diferența principală ține de accent: Comisia Europeană comunică mai ales despre politici, priorități și efecte asupra vieții cotidiene, în timp ce Parlamentul European insistă mai mult pe reprezentare, dezbateri democratice și participare civică.

Datele recente indică faptul că românii folosesc rețelele sociale pentru informare într-o pondere superioară mediei europene și că sunt mai dependenți de conținut produs de influenceri, ceea ce accentuează filtrarea informației prin surse informale și greu verificabile. În ciuda faptului că o majoritate declară că verifică informațiile în mai multe surse, aceeași cercetare arată o combinație de spirit critic fragil și încredere disproporționată în propria capacitate de a „simți” dezinformarea, în special în rândul tinerilor. Rapoartele CRPE și ale Observatorului European al Mass-Media Digitale descriu o rețea anti-europeană în expansiune, care reușește să injecteze narațiuni simplificate și emoționale, anti-sistem, anti-Occident, anti-Ucraina, direct în fluxurile de social

media, unde sunt apoi reproduse, fără filtrare, în secțiunile de comentarii ale instituțiilor UE. Lipsa unei educații digitale sistematice, combinată cu algoritmi orientați spre engagement, favorizează comentariile bazate pe indignare, ironie și teorii conspiraționiste, în detrimentul întrebărilor informate sau al criticilor argumentate.

Anul electoral 2024, urmat de ciclul electoral din 2025, a marcat o intensificare fără precedent a manipulării online, inclusiv prin utilizarea inteligenței artificiale generative în campanii de dezinformare, după cum notează Agenția UE pentru Drepturi Fundamentale (FRA). În raport sunt menționate explicit cazuri de ingerință străină în România, utilizate ca exemplu de subminare a proceselor electorale prin campanii de dezinformare și retorică dăunătoare; În paralel, Comisia Europeană a lansat inițiative precum „European Democracy Shield”, tocmai pentru a limita efectele dezinformării și pentru a responsabiliza platformele (Meta, TikTok, Google) în etichetarea conținutului generat de AI și în gestionarea conținutului nociv în perioade electorale. Aceste dinamici fac ca paginile Reprezentanței CE și ale Biroului PE să devină, în secțiunile de comentarii, nu doar spații de dialog instituțional, ci și câmpuri de bătălie informațională, în care se confruntă narațiuni oficiale pro-europene cu contra-narațiuni populiste și conspiraționiste.

Reprezentata Comisiei Europene

Pagina de Facebook „Comisia Europeană în România” funcționează preponderent ca un canal de informare instituțională: comunică decizii, politici, programe de finanțare și campanii tematice (ex. locuri de muncă, costul vieții, tranziție verde, răspuns la războiul din Ucraina). În raport cu acest tip de conținut, comentariile românilor tind să fie centrate pe experiențe cotidiene și nemulțumiri concrete: salarii mici, prețuri mari, percepția inegalităților între „Vest” și „Est”, blocaje birocratice în accesarea fondurilor. Analizele CRPE arată că, pe teme europene, narațiunile anti-UE dominante sunt de tip „anti-sistem” („Bruxelles ne fură suveranitatea”, „UE ne dictează politici împotriva intereselor naționale”) și „UE în colaps”, iar acestea se regăsesc frecvent în comentarii, sub formă de remarci cinice sau conspiraționiste, chiar la postări tehnice ale Comisiei.

Deși sondajele indică un nivel ridicat de încredere generală în UE, spațiul comentariilor devine locul în care se descarcă frustrarea față de probleme interne (corupție, infrastructură, servicii publice), printr-un transfer al vinei către instituțiile europene.

Reprezentanța Comisiei Europene în România își aliniază mesajele la prioritățile mandatului 2024 - 2029, în special la ideile de Europă sigură, competitivă, digitală și democratică. În plan discursiv, aceasta produce o imagine a UE ca actor de protecție și anticipare a riscurilor, nu doar ca sursă de reglementare. În această logică, accentul cade pe securitate, reziliență socială, tranziție digitală și apărarea democrației. O postare relevantă pentru începutul anului 2026 este cea care sugerează că „România este pe calea de a deveni mai sigură, mai puternică și mai bine pregătită”, mesaj care se înscrie într-un cadru de optimism controlat și de consolidare a încrederii publice în capacitatea UE de a sprijini statul român. Din punct de vedere sociologic, această formulă urmărește să reducă distanța dintre instituția europeană și cetățean, prezentând integrarea europeană nu ca abstracțiune, ci ca infrastructură de securitate și modernizare. În paralel, temele digitale capătă o vizibilitate

importantă. Dezbateră europeană privind limitele platformelor sociale, dependența tinerilor și posibilele noi reguli pentru TikTok, Instagram și Facebook creează un fundal foarte favorabil pentru comunicarea Comisiei pe subiecte precum identitatea digitală, siguranța online și protecția minorilor. În acest sens, mesajele Comisiei capătă o dimensiune dublă: educă publicul despre beneficii tehnologice și, simultan, răspund anxietăților sociale legate de algoritmi, dependență și manipulare informațională.

Impactul acestor postări trebuie înțeles prin raportare la starea opiniei publice din România: o societate în care eurofilia pragmatică coexistă cu scepticismul, iar beneficiile UE sunt adesea percepute mai degrabă prin prisma fondurilor, investițiilor și stabilității decât prin atașament identitar profund. În acest context, comunicarea Comisiei funcționează ca exercițiu de legitimare tehnocratică: instituția nu cere emoție, ci încredere în expertiză, proceduri și rezultate. Pe de altă parte, mesajele despre digitalizare, protecția copiilor și reglementarea platformelor par să rezoneze cu temeri sociale larg împărtășite, mai ales în jurul consumului de social media de către tineri și al rolului platformelor în formarea comportamentelor colective. Astfel, Comisia se poziționează ca actor care „protejează” societatea de efectele secundare ale modernității digitale, ceea ce poate spori acceptabilitatea publică a instituției chiar și în rândul unor segmente critice față de UE.

Totuși, discursul rămâne în mare parte instituțional și puțin conflictual. Lipsa unei adresări mai marcate afective sau a unor formate explicit participative poate limita capacitatea de mobilizare a publicurilor tinere, care sunt mai receptive la conținut vizual, dialogic și personalizat. În termeni sociologici, pagina construiește mai degrabă o comunitate de „urmăritori informați” decât o sferă publică deliberativă.

Biroul de Legătură al Parlamentului European

Biroul de la București al Parlamentului European are o misiune explicită de comunicare politică și democratică: explică rolul eurodeputaților, procesele legislative și relevanța votului european pentru viața de zi cu zi. Pagina de Facebook și contul de Instagram pun accent pe campanii privind alegerile europene, valori democratice, drepturile omului și participare civică, folosind frecvent sloganuri de tip „Democrația în acțiune”; În acest cadru, comentariile românilor se politizează mai pregnant decât pe pagina Comisiei: utilizatorii se raportează la eurodeputați ca la extensii ale partidelor naționale, reiau conflictele din politica internă și folosesc secțiunea de comentarii pentru a delegitima sau glorifica anumite familii politice europene. Rapoartele privind campaniile de dezinformare din 2024 arată că alegerile europene au fost o țintă privilegiată pentru manipulare, inclusiv în România, ceea ce se traduce în comentarii care pun sub semnul întrebării legitimitatea PE, sugerând fraude, control extern sau inutilitatea votului.

Pagina Biroului de Legătură al Parlamentului European în România are un ton ușor diferit, mai orientat spre procesul democratic și spre ideea de reprezentare a intereselor cetățenilor. Postările din ianuarie 2026 indică o agendă parlamentară activă, cu mențiuni despre prima sesiune a anului și despre adoptarea unor reguli privind bunăstarea animalelor de companie și combaterea

practicilor abuzive. Acest tip de conținut sugerează o strategie de comunicare care traduce activitatea legislativă în teme concrete și relativ ușor de înțeles pentru public.

Un element important este încercarea de a conecta instituția cu dimensiunea civică și educațională. Postarea despre verificarea informațiilor înainte de distribuire, asociată cu Ziua internațională a verificării faptelor, indică o preocupare pentru alfabetizare media și pentru reziliența democratică într-un context de dezinformare și polarizare. Discursul este aici explicit normativ: cetățeanul este invitat să devină responsabil, critic și capabil să distingă între informație și manipulare; În aceeași logică, alte materiale indică o instituție care vrea să-și construiască legitimitatea prin apropiere de publicul tânăr, de educație și de participarea la viața civică europeană. Aceasta este o strategie clasică de „evitare a distanței instituționale”, prin care Parlamentul apare nu ca birocrație îndepărtată, ci ca spațiu al voinței politice europene.

Atât Comisia, cât și Parlamentul comunică într-un moment în care spațiul public românesc este traversat de teme recurente: protecția minorilor online, securitatea, costul vieții, reforma instituțiilor, dar și dezbateri privind suveranitatea și „ingerința” europeană. În acest cadru, postările europene încearcă să contracareze percepțiile de distanță și impunere printr-un limbaj al sprijinului, al clarității și al utilității sociale. În special pentru România, legătura dintre discursul european și viața cotidiană este importantă atunci când apar episoade precum evaluările privind PNRR, dezbaterile despre digitalizare sau discuțiile despre protejarea copiilor online. În asemenea momente, instituțiile europene își cresc vizibilitatea, dar și vulnerabilitatea: ele pot fi percepute fie ca soluții, fie ca surse de constrângere. Această ambivalență este esențială pentru înțelegerea impactului comunicării lor.

Din punct de vedere al sentimentelor sociale, se poate vorbi despre o combinație de speranță pragmatică, neîncredere latentă și oboseală informațională. Postările instituționale încearcă să activeze primul element și să reducă tensiunile asociate cu al doilea și al treilea. Reușita este parțială: mesajele sunt coerente și relevante, dar rămân în zona unui discurs administrativ, mai puțin capabil să genereze atașament emoțional profund.

Concluzie

În intervalul 1 ianuarie 2026–30 aprilie 2026, cele două pagini analizează și transmit în principal teme de securitate, digitalizare, protecție socială, democrație și participare civică, toate conectate la prioritățile europene ale mandatului curent. Comisia Europeană comunică mai ales în registrul eficienței și al protecției, iar Parlamentul European în registrul reprezentării și al educației civice.

În termeni comparativi, raportarea românilor la paginile CE și PE pe social media poate fi înțeleasă ca o combinație între încredere declarată în instituțiile europene (reflectată de sondaje) și o practică discursivă online marcată de neîncredere, frustrare și influența dezinformării; Comisia este abordată preponderent ca furnizor de resurse și soluții economice, ceea ce generează comentarii axate pe nemulțumiri socio-economice și pe percepția injustiției, în timp ce Parlamentul European

devine ecranul pe care se proiectează conflictele politice interne și anxietățile legate de suveranitate și democrație.

Prezența centrelor Europe Direct, inclusiv dragul nostru Europe Direct Iași, este esențială pentru că oferă un mediator local, uman și accesibil între comunități și o structură administrativă percepută adesea ca îndepărtată și impersonală („birocrăția europeană”), facilitând în același timp transferul valorilor și politicilor UE în limbajul și realitatea de zi cu zi a cetățenilor. Într-un context marcat de dezinformare și deficit de educație digitală, astfel de centre devin infrastructuri democratice de bază: locuri unde informația este filtrată, explicată, contextualizată și unde reacțiile publicului sunt „traduse înapoi” către instituțiile europene; Structuri precum Europe Direct Iași oferă un spațiu de verificare a informațiilor, în care cetățenii pot adresa întrebări direct unor experți și pot primi răspunsuri argumentate, nu doar „link-uri”. Tocmai această combinație între prezență fizică, expertiză și conectare la rețelele oficiale ale UE transformă centrele într-un filtru critic între fluxurile digitale de informație și înțelegerea reflexivă a valorilor europene (stat de drept, drepturile omului, solidaritate, pluralism).

Link-uri relevante pentru analiza mea:

<https://www.facebook.com/comisia.europeana.in.romania>

<https://www.instagram.com/comisiaeuropeana/>

<https://www.facebook.com/EPIO.Romania>

https://www.instagram.com/ep_romania/