

Tema 2. 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

Prezentul raport oferă o evaluare comparativă a performanței, impactului și dinamicii comunităților online pentru principalele canale de diplomație publică ale Uniunii Europene în România: Reprezentanța Comisiei Europene în România și Biroul de Legătură al Parlamentului European în România. Analiza este realizată prin intermediul aplicației „Rivaliq”, rapoartele fiind atașate în anexe pentru intervalul temporal supus analizei între 19 aprilie 2026 și 18 mai 2026.

Pentru a evalua eficiența prezenței digitale a celor două instituții în perioada, au fost centralizați indicatorii cheie de performanță pe platformele Facebook și Instagram. Rata de engagement reprezintă pilonul central al evaluării, fiind calculată ca raport între interacțiunile totale (aprecieri, comentarii, distribuiri) și baza de utilizatori (fani sau urmăritori):

Pe Facebook, rata de engagement raportată la fanii paginii (ER_{Fan}) se definește prin formula:

$$ER_{Fan} = \left(\frac{\text{Interacțiuni Total}}{\text{Număr Total de Fani}} \right) \times 100$$

Pe Instagram, calculul se bazează pe numărul total de urmăritori ($ER_{Follower}$):

$$ER_{Follower} = \left(\frac{\text{Interacțiuni Total}}{\text{Număr Total de Urmăritori}} \right) \times 100$$

Următoarele tabele oferă o imagine comparativă asupra parametrilor cantitativi ai ambelor conturi instituționale.

Indicator de Performanță	Parlamentul European, România	Comisia Europeană în România
Volum Fani Pagină	142k	Date indisponibile în raport
Total Postări în Perioadă	48	39
Frecvență (Postări/Săptămână) Medie	11,2 (+29,7%)	9,1
Frecvență Medie (Postări/Zi)	1,60	1,30

Interacțiuni Totale (Engagement)	5,20k (-1,9%)	11,81k (Cumulat top 4 postări)
Rată Medie de Engagement (ER/Fan)	0,076% (-24,4%)	0,36%
Postări Promovate (Boosted)	0 (100% Organic)	0 (100% Organic)

Performanța de Comunicare pe Instagram

Indicator de Performanță	Parlamentul European, România	Comisia Europeană în România
Volum Urmăritori	19,1k	40,2k
Total Postări în Perioadă	67	41
Frecvență Medie (Postări/Săptămână)	15,6 (+81,1%)	9,57 (+24,2%)
Frecvență Medie (Postări/Zi)	2,23	1,37
Interacțiuni Totale (Engagement)	4,89k (+76,3%)	15,4k (+85,3%)
Rată Medie de Engagement (ER/Follower)	0,38% (-2,6%)	0,94% (+49,1%)

Analiza comparativă a conturilor de Instagram evidențiază o anomalie strategică importantă pentru specialiștii în comunicare digitală, corelația inversă dintre volumul de conținut publicat și rata de interacțiune per utilizator. Biroul de Legătură al Parlamentului European în România a adoptat o strategie bazată pe volum, crescând numărul de postări cu 81,1% în perioada analizată, până la un total de 67 de postări (o medie de 15,6 postări pe săptămână). Această infuzie de conținut a generat o creștere a interacțiunilor totale la nivel de cont (+76,3%, atingând 4,89k). Totuși, rata medie de engagement per urmăritor a înregistrat o scădere de 2,6%, coborând la valoarea de 0,38%. Evoluția semnalează apariția fenomenului de *canibalizare algoritmică*, algoritmul Instagram penalizează conturile care își suprasolicitează audiența fără a asigura o relevanță proporțională pentru fiecare unitate de conținut.

O privire mai atentă asupra structurii postărilor Parlamentului European dezvăluie cauza principală a acestei diluări: instituția a rulat o campanie extinsă de publicare repetitivă a unui

șablon textual fix, „fost desemnat laureat calitate membru...”, asociat promovării nominalizărilor pentru Ordinul European de Merit. Acest topic a apărut în nu mai puțin de 61 de postări din cele 67 totale, înregistrând o rată medie de engagement extrem de scăzută, de doar 0,053% per postare. Distribuirea a unor materiale grafice sau textuale aproape identice a transformat feed-ul paginii într-un canal monoton, determinând ignorarea postărilor de către algoritm și utilizatori deopotrivă.

În contrast direct, Reprezentanța Comisiei Europene în România a gestionat mai eficient dinamica algoritmului. Limitându-și activitatea la 41 de postări (o creștere temperată de 24,2%, reprezentând 9,57 postări pe săptămână), Comisia a înregistrat o creștere masivă a interacțiunilor totale (+85,3%, totalizând 15,4k interacțiuni) și o îmbunătățire spectaculoasă a ratei de engagement per urmăritor cu 49,1%, atingând nivelul de 0,94%. Prin menținerea unei frecvențe moderate și concentrarea resurselor pe piloni tematici de mare impact, Comisia a obținut o expunere organică superioară pentru fiecare postare.

Succesul postărilor din această perioadă desemnează o dinamică în care publicul reacționează cel mai puternic atunci când agenda instituțională europeană se intersectează direct cu beneficiile financiare naționale, cu mândria culturală sau cu dezbaterile etice de la nivel național.

Cea mai de succes postare pe Facebook din întregul ecosistem analizat a aparținut Comisiei Europene, acumulând 4,99k interacțiuni și o rată de engagement individuală de 2,82%. Postarea din 14 mai 2026 anunța avizarea pozitivă a celei de-a patra cereri de plată a României, în valoare de 2,62 miliarde de euro, din cadrul Mecanismului de redresare și reziliență, performanță aflată în legătură cu mizele politice actuale. Cererea de plată numărul 4 a reprezentat prima solicitare majoră din PNRR aprobată integral, fără corecții financiare sau suspendări parțiale, fiind pregătită integral sub mandatul guvernului condus de Ilie Bolojan, cu o implicare vizibilă a ministrului investițiilor și proiectelor europene, Dragoș Pîslaru. Aprobarea a marcat depășirea pragului de 60% în ceea ce privește implementarea PNRR-ului României ceea ce a fost intens comentat de public, având în vedere că mecanismul se apropie de data de finalizare din decembrie 2026, iar Comisia Europeană a refuzat constant orice propuneri de prelungire a termenelor.

Marcarea Zilei Europei la 9 mai a constituit un al doilea pilon tematic pentru ambele instituții, generând un impact digital ridicat prin exploatarea unor elemente de identificare vizuală și simbolică națională. Reprezentanța Comisiei Europene a înregistrat un succes de audiență pe Facebook (2,09k interacțiuni, 1,18% ER) prin publicarea imaginilor cu monumentul istoric din București iluminat arhitectural în culorile drapelului Uniunii Europene

și ale drapelului României. Evenimentul, organizat în colaborare cu Centrul de Cultură „Palatele Brâncovenești de la Porțile Bucureștiului” și Primăria Municipiului București, a atras un flux continuu de vizitatori. De asemenea, pentru Parlamentul European, sesiunea plenară de la Strasbourg (18-21 mai 2026) a reprezentat momentul pentru promovarea noilor distincții europene. Campania a înregistrat rate ridicate de interacțiune pe Instagram (până la 1,52% ER pe anumite postări din seria „prin prisma”), publicul român fiind atras în mod special de acordarea titlului de membru de onoare președintei Republicii Moldova, Maia Sandu. Decizia simbolică a consolidat mesajul de susținere pentru parcursul european al Chișinăului, o temă de maxim interes geopolitic pentru utilizatorii din România.

Pe Instagram, postarea Comisiei Europene cu cel mai mare impact emoțional a fost felicitarea adresată artistei Alexandra Căpitănescu, reprezentanta României la finala Eurovision 2026.¹ Piesa rock-metal industrial „Choke Me” a obținut locul al treilea cu 296 de puncte, beneficiind de un sprijin masiv din partea publicului internațional, care a oferit 232 de puncte prin televot. Postarea a strâns 1,71k interacțiuni și o rată de engagement excepțională, de 5,97%.

Pentru Parlamentul European, cea mai de succes postare pe Facebook (1,68k interacțiuni, 1,18% ER) și pe Instagram (3,01% ER pentru formatul Reel) a fost cea din 4 mai 2026, referitoare la necesitatea redefinirii infracțiunii de viol pe baza absenței consimțământului. Clipul video explica în mod direct că tăcerea, lipsa unei opoziții fizice active sau existența unei relații anterioare nu pot fi interpretate drept consimțământ. Această campanie a beneficiat de un context legislativ intens dezbătut la nivel european și național, eurodeputații au adoptat în acea perioadă, cu 447 de voturi pentru și 160 împotriva, un raport prin care solicitau statelor membre alinierea definițiilor penale privind violul la standardul bazat exclusiv pe acordul liber exprimat. În România, dezbaterile privind violența de gen, siguranța minorilor și abuzurile din școli sau din cadrul unor evenimente publice au crescut presiunea publică pentru modificarea legislației penale. Postarea a acționat ca o platformă de educare și conștientizare, demonstrând utilitatea paginii instituționale ca vector de schimbare socială.

Analiza a secțiunilor de comentarii relevă că acestea nu reprezintă doar un spațiu de feedback, ci reflectă strategii tehnice de optimizare și clivaje de opinie specifice societății românești. Analiza temelor frecvente arată o diferență majoră în modul în care cele două pagini își direcționează publicul către platformele proprii de informare. Una dintre cele mai întâlnite teme în postările Comisiei este „primul comentariu” (8 postări, 0,36% ER) și „detalii primul comentariu” (4 postări, 0,47% ER). Această practică reprezintă o tactică de adaptare la cerințele algoritmului Facebook. Platforma penalizează reach-ul organic al postărilor care includ linkuri externe directe în corpul textului principal, pentru a menține utilizatorii pe site. Prin plasarea

linkului explicativ în primul comentariu, Comisia evită această penalizare, obținând o distribuție organică maximă. Totodată, această metodă direcționează utilizatorii în mod activ către secțiunea de comentarii, crescând volumul total de interacțiuni înregistrat pe postare. PE folosește în mod frecvent formula „din bio” (6 postări, 1,44% ER) pentru a redirecționa următorii de pe Instagram către detaliile site-ului oficial.

Secțiunile de comentarii analizate arată o împărțire clară a utilizatorilor în funcție de caracterul politic, moral sau național al subiectului abordat:

- **Comentariile la Postarea PNRR:** Reacțiile utilizatorilor la alocarea celor 2,62 miliarde de euro au oscilat între aprecierea progresului administrativ și un scepticism față de capacitatea clasei politice de a gestiona eficient aceste fonduri. Multe comentarii s-au concentrat pe întârzierile acumulate în perioadele anterioare și pe riscul de a pierde sume importante din împrumuturile aferente ultimei cereri de plată, pe fondul incapacității instituționale de a finaliza reforme structurale precum Codul Urbanismului sau reforma pensiilor speciale.
- **Controversa din Jurul Piesei „Choke Me”:** Felicitările adresate Alexandrei Căpitănescu de către Comisia Europeană au adus în atenție o dispută etică intensă în secțiunea de comentarii. Piesa a atras critici la nivel european din partea unor activiști pentru combaterea violenței sexuale, aceștia acuzând că versurile („I want you to choke me”, „make my lungs explode”) ar promova practici periculoase de asfixiere erotică și ar normaliza abuzul. În timp ce mulți utilizatori români au apărat piesa ca fiind o expresie pur artistică și au celebrat performanța istorică, alții au criticat postul public și instituția europeană pentru promovarea unui mesaj controversat.
- **Polarizarea privind Consimțământul Sexual:** Postarea Parlamentului European despre consimțământ au evidențiat o falie între susținătorii digitali ai campaniei, care au subliniat urgența adoptării unor standarde clare pentru protejarea tinerilor și minorilor în contextul ratificării Convenției de la Istanbul și voci conservatoare care au catalogat inițiativa europeană drept o intruziune în viața privată sau au exprimat neîncredere în aplicabilitatea

Dincolo de componenta tematică, performanța digitală este determinată direct de potrivirea dintre formatul vizual utilizat și obiceiurile de consum ale audienței. Datele din rapoarte indică un dezechilibru între volumul de muncă investit în producerea anumitor formate și impactul lor real în rândul publicului. Pe Facebook, atât CE, cât și PE folosesc în mod majoritar formatul Photo (imagine statică simplă). Pentru PE, postarea de fotografii (1,30

postări pe zi) reprezintă cel mai des utilizat format, însă acesta generează o rată medie de engagement foarte scăzută, de doar 0,053%. În schimb, formatul Video (utilizat mult mai rar, 0,30 postări pe zi) generează un engagement mediu de peste trei ori mai mare (0,18%). Pe Instagram, Comisia Europeană publică predominant imagini statice (1,27 postări pe zi), obținând un engagement mediu de 0,72%. Cu toate acestea, formatele dinamice înregistrează performanțe considerabil mai bune, formatul Carousel (galerie foto glisantă), deși folosit extrem de rar (0,07 postări pe zi), înregistrează cea mai mare rată medie de engagement, de 4,98%, urmat de formatul Reel (clip video vertical rapid), cu 1,07%.

Analiza orelor și zilelor în care postările înregistrează cea mai mare activitate oferă repere pentru optimizarea distribuției de conținut:

- **Comisia Europeană în România:** Pe Facebook, orele cele mai active sunt plasate la mijlocul după-amiezii, cu un vârf la 3:00 PM EEST, când publicul se află în ferestrele de pauză din timpul programului de lucru. Pe Instagram, însă, ora de top identificată este 2:00 AM EEST, dinamică aparent neobișnuită indică faptul că postările publicate la sfârșitul zilei beneficiază de o perioadă lungă de acumulare a interacțiunilor nocturne, fără concurență directă în flux, fiind distribuite cu prioritate de algoritmi utilizatorilor în primele ore ale dimineții.
- **Parlamentul European, România:** Instituția adoptă un tipar clasic, având ora de top stabilită la 11:00 AM EEST pe ambele platforme. Acest interval captează utilizatorii chiar înaintea pauzei de prânz, asigurând o interacțiune imediată și constantă de-a lungul zilei.

Analiza comparativă a activității digitale desfășurate de cele două reprezentanțe instituționale în perioada 19 aprilie – 18 mai 2026 oferă o serie de repere pentru optimizarea comunicării publice a Uniunii Europene în România. În primul rând, este necesară o reducere a numărului total de postări și o optimizare a acestora prin gruparea informațiilor similare în galerii explicative de tip Carousel, evitându-se publicarea repetitivă a unor șabloane rigide de text. De asemenea, pentru a menține nivel de interes a utilizatorilor, se recomandă renunțarea la limbajul administrativ greoi și utilizarea unor strategii de prezentare axate pe povești reale, prezentându-se beneficiari concreți din comunitățile locale sau folosirea umorului și a satirei. Parteneriatul de lungă durată al Comisiei Europene cu caricaturistul Costel Pătrășcan reprezintă un model de bune practici în comunicarea cu publicul. Caricaturile publicate de Ziua Europei sau cu alte ocazii de interes național aduc rate excelente de interacțiune, deoarece traduc mesajul instituțional într-o formă accesibilă, caldă și autoironică. Această abordare ajută la demontarea barierelor birocratice și la creșterea simpatiei față de valorile europene în rândul publicului român.

