
Comunicação pública, socioeducação e narrativas no *Instagram*¹

Priscilla Swaze Anchieta SILVA²

Patrícia Rakel de Castro SENA³

Universidade Federal do Maranhão, Maranhão, MA

Resumo

Esta pesquisa relata o desenvolvimento de um protocolo de comunicação pública para abordar a Socioeducação no Instagram, com aplicação específica na Fundação da Criança e do Adolescente, no estado do Maranhão. O estudo adota uma abordagem qualitativa, utilizando técnicas de coleta de dados, como revisão bibliográfica, análise documental, entrevistas e grupos focais, juntamente com a metodologia dos Processos Circulares. A análise dos dados emprega a Análise de Conteúdo, com foco nas categorias Comunicação Pública, Socioeducação e Mídias Sociais. As conclusões extraídas fornecem os alicerces para a criação do protocolo intitulado "Socioeducação no Instagram: comunicação pública e narrativas digitais".

Palavras-chave: Socioeducação; Comunicação Pública; Narrativas.

Introdução

A presente pesquisa tem como problema a abordagem da política de Socioeducação nas mídias sociais digitais pelas assessorias das instituições e órgãos estaduais responsáveis pela execução do Atendimento Socioeducativo. Este estudo surge em um contexto onde a Socioeducação, tratando-se de um tema sensível e historicamente negligenciado, demanda uma abordagem comunicativa mais abrangente e contextualizada. Os profissionais de comunicação, ao lidarem com a privação de liberdade de adolescentes e jovens, podem não explorar plenamente o potencial dessa temática, carecendo de parâmetros e recursos que promovam uma abordagem mais completa e compreensível. O objetivo é fomentar um entendimento mais profundo, um debate enriquecedor e um maior acolhimento por parte da sociedade.

Ao introduzir essa discussão no cenário das mídias digitais, especialmente nas mídias sociais, onde os usuários desfrutam de considerável autonomia na criação de conteúdo, é possível observar como a expressão da sociedade em relação a temas

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestra em Comunicação, pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação – Mestrado Profissional (PPGCOMPRO), da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), e-mail: priscilla.swaze@gmail.com.

³ Professora Dra. do Departamento do Curso de Comunicação Social – Jornalismo e do PPGCOMPRO da UFMA. e-mail: patricia.rakel@ufma.br.

específicos reflete seu acesso à poucas fontes de qualidade e compreensão dos fatos. Entretanto, a disseminação de informações incorretas pode culminar em publicações suscetíveis a notícias falsas e ao fomento de discursos odiosos, o que, por sua vez, amplia a distância e o preconceito em relação à questão socioeducativa.

Dessa forma, a pesquisa visa estabelecer um novo enfoque na Socioeducação através da lente da Comunicação Pública, um direito universal fundamentado nos princípios de acesso à informação, participação social e transparência. A utilização do *Instagram*, uma ferramenta que potencializa a disseminação de informações, é considerada estratégica para aproximar a sociedade das estruturas estatais. Além disso, almeja-se oferecer apoio aos profissionais de comunicação, especialmente assessores, técnicos de comunicação e social media, que atuam nas instituições encarregadas da execução do atendimento socioeducativo. Através da construção de narrativas interativas, a pesquisa busca incentivar debates de alta qualidade no ambiente digital.

Destaca-se que este estudo foi desenvolvido no contexto de um programa de mestrado profissional, com o propósito de refletir a situação local. A resposta à problemática proposta resultou na elaboração de um e-book que estabelece um protocolo de Comunicação Pública sobre a Socioeducação no Instagram. Este protocolo foi aplicado na Fundação da Criança e do Adolescente (FUNAC) do Maranhão, uma instituição local que desempenha um papel crucial nesse contexto (MARANHÃO, 2017).

Para atingir os objetivos delineados, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, empregando diversas técnicas de coleta de dados, como revisão bibliográfica sistemática, análise documental, entrevistas e grupos focais. Estas foram complementadas pela metodologia dos Processos Circulares da Justiça Restaurativa, devidamente aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMA – Plataforma Brasil, com o Parecer nº 4.900.052. Todos os participantes forneceram seu consentimento livre e esclarecido (SEVERINO, 2007).

Conceitos

Para fundamentar os conceitos essenciais deste estudo, recorreu-se a um conjunto de referenciais que abrangem as seguintes categorias de estudo: Socioeducação, Comunicação Pública e Narrativas Digitais.

No contexto da Socioeducação, a expressão se refere à política pública voltada para adolescentes de 12 a 18 anos e suas famílias, envolvidos em atos infracionais

conforme as disposições do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei nº. 8.069 de 13 de julho de 1990, e do Sistema Nacional do Atendimento Socioeducativo (SINASE), Lei nº 12.594 de 18 de janeiro de 2012. Essa terminologia é o resultado de mais de 30 anos de luta dos movimentos sociais pelos direitos de crianças e adolescentes, evoluindo de uma política repressiva para o paradigma da proteção integral, como consagrado na Constituição de 1988 (CARLOS, 2019). Antonio Gomes da Costa, pedagogo e redator do ECA, é uma figura seminal nessa construção conceitual, destacando o processo socioeducativo como uma abordagem fundamental para desvincular a prática de atos infracionais e promover a ressignificação da vida de adolescentes. Essa reinserção social envolve políticas educacionais, sociais e humanas, em conjunto com um processo judicial de responsabilização do adolescente (BRASIL, 2006; COSTA, 2015).

No campo da Comunicação Pública, este estudo abordou a evolução histórica desde as práticas repressivas de "Comunicação Governamental" durante a ditadura até a construção de perspectivas mais abertas e participativas, influenciadas por estudiosos como Zémor (1995), Matos (2011) e Brandão (2009). A Comunicação Pública moderna visa facilitar o diálogo entre Estado, governo e sociedade, aumentar a transparência dos serviços públicos, e educar a população sobre a gestão pública, visando ao bem-estar da sociedade (DUARTE, 2009b). As plataformas de mídia social, como *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Tiktok*, foram incorporadas como canais importantes para essa comunicação, permitindo acesso e interação em tempo real.

A adaptação da comunicação ao ambiente digital envolve a criação de narrativas que sejam atraentes e compreensíveis para os usuários. O *Storytelling*, considerando a necessidade de organizar informações complexas em histórias acessíveis, e a consideração das características do ambiente digital, são essenciais. A cibercultura, caracterizada pela virtualização das relações humanas e influenciada pela expansão da telemática e comunicação, desempenha um papel crucial na atual configuração comunicativa (RUDIGER, 2013; LEMOS, 1997; MARTINO, 2014).

A produção de conteúdo para o ambiente digital deve considerar características como propagabilidade, interatividade, instantaneidade e hipertextualidade. A Hipertextualidade e a Multimídia permitem aos usuários traçar seus próprios caminhos de leitura e enriquecer o conteúdo com texto, imagem e som, fortalecendo a estratégia de *storytelling*. A interação comunicativa é vital, permitindo aos usuários abrir

novas narrativas com base em conteúdo inicial. A instantaneidade, caracterizada pela produção e consumo de conteúdo em tempo real, também é essencial no ambiente digital (MARTINO, 2014; RUDIGER, 2013; JENKINS; GREEN; FORD, 2014; Canavilhas, 2014).

Por fim, o *Instagram*, uma plataforma com mais de 110 milhões de usuários ativos e a quarta rede social mais utilizada no Brasil, foi escolhido como canal de comunicação pública. Essa plataforma sintetiza os conceitos discutidos neste tópico, compartilhando informações relevantes de forma rápida e aproximando os cidadãos dos serviços públicos. Além disso, o Instagram oferece um espaço para produção, circulação, consumo e interação de conteúdo, com a flexibilidade de abordar diversas temáticas, incluindo as de natureza social.

Percurso Metodológico

É relevante iniciar a apresentação deste processo metodológico pela contextualização do ponto de aplicação da pesquisa, considerando que se discutirão dados coletados. Dado o enfoque local proposto, a escolha recaiu sobre a Fundação da Criança e do Adolescente (FUNAC). Esta instituição, estabelecida pela Lei Estadual nº 5.650, de 13 de abril de 1993, é uma fundação pública de direito público vinculada à Secretaria de Direitos Humanos e Participação Popular (SEDIHPOP), considerando a necessidade de priorizar os direitos de crianças e adolescentes na esfera estadual, como forma de reparar a carência histórica de políticas públicas destinadas a esses grupos.

A criação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) em 1990 conduziu a uma reestruturação de órgãos públicos e entidades da sociedade civil que atuavam no campo da infância e juventude. Antes da FUNAC, existia a Fundação Estadual de Bem-Estar do Menor (FEBEM) no Maranhão, criada pela Lei equiparada nº 128 de 21 de novembro de 1977. A FEBEM, entidade filantrópica de direito privado, integrava o governo estadual por meio da Secretaria do Trabalho e Ação Social, possuindo também vinculação nacional através da Política Nacional do Bem-Estar do Menor (PNBEM). Naquela época, o atendimento ocorria em 12 unidades distribuídas por São Luís, Caxias e Imperatriz, sendo dirigido a "adolescentes que infringissem as normas sociais", bem como crianças e adolescentes carentes ou em situação de rua. Este sistema era assistencialista e segregativo (SILVA, 2018).

A transição da FEBEM para a FUNAC foi um processo complexo que impactou a sociedade civil, os servidores da época e os beneficiários, implicando uma mudança da "cultura de punição e delinquência" para a "proteção integral e garantia de direitos". Além das alterações jurídicas, essa transição envolveu uma mudança de mentalidade, práticas profissionais e abordagens em relação à infância e juventude como sujeitos em desenvolvimento peculiar. Essa transição foi difícil, caracterizada por uma compreensão não linear e contraditória, que refletiu a resistência a novas regras e estruturas, bem como a presença persistente de preconceitos enraizados e estruturas burocráticas. Este processo desempenha um papel fundamental na compreensão das resistências às medidas socioeducativas ainda presentes na sociedade.

A reformulação institucional estabelecida pelo ECA permitiu a reorganização das medidas socioeducativas no Maranhão, e assim, a FUNAC passou a ser responsável pela execução das medidas socioeducativas privativas e restritivas de liberdade. O objetivo era garantir um atendimento integral a adolescentes com idades entre 12 e 18 anos, visando à (re)construção de seus projetos de vida de acordo com os princípios do ECA e posteriormente do SINASE. A instituição promoveu mudanças estruturais em seus documentos orientadores, incorporando princípios, concepções, valores, diretrizes, objetivos e metas. O princípio da Incompletude Institucional foi introduzido para promover a integração de diversas políticas públicas, como Educação, Saúde, Cultura e Esporte, garantindo a realização dos direitos dos adolescentes mesmo durante o cumprimento de medidas socioeducativas. A reorganização dos setores e unidades também ocorreu para acomodar as novas demandas. Atualmente, a FUNAC opera em 12 unidades, incluindo sete na Região Metropolitana de São Luís, três na Região Tocantina (Imperatriz) e duas na Região dos Cocais (Timon), oferecendo serviços de internação, semiliberdade e internação cautelar. A instituição atende cerca de 180⁴ adolescentes e jovens por mês, com uma equipe multiprofissional de aproximadamente mil servidores distribuídos em áreas de gestão, técnica, segurança, administrativa e operacional.

Quanto à comunicação, a FUNAC interage com a sociedade através de um site institucional, do informativo digital *Funac News*, de um canal no *Youtube* e de um perfil

⁴ A FUNAC atendia uma média de 350 adolescentes por mês, contudo o contexto pandêmico e a Recomendação Conjunta nº 01, de setembro de 2020, do Conselho Nacional de Justiça, do Ministério Público e os Ministérios de Estado da Cidadania, da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, promoveram um processo de redução significativa de ocupação das unidades socioeducativas e uma regressão do cenário de superlotação, que era uma constante no passado.

no *Instagram*, criado em julho de 2020 em resposta ao contexto pandêmico para ampliar a divulgação das atividades da instituição. Essa presença tardia nas mídias sociais digitais foi resultado das diretrizes de comunicação do governo estadual, estabelecidas em 2015, que orientavam a produção de conteúdo para as redes do governo. Posteriormente, essas diretrizes foram segmentadas por segmento de política pública, incluindo a página da SEDIHPOP, à qual a FUNAC está vinculada.

Até janeiro de 2023, o site da instituição não apresentava um plano institucional de comunicação com diretrizes para a produção de conteúdo nas mídias sociais digitais, especificamente em relação ao atendimento socioeducativo. O *Instagram* da FUNAC também não incluía essas informações. Considerando a natureza pública das atividades, Duarte (2006; 2009a; 2009b) destaca a importância de documentar o posicionamento institucional nesta área.

Com base nessa breve caracterização, a pesquisa foi construída após a seleção dos referenciais teóricos e a escolha da instituição local. A pesquisa foi dividida em etapas metodológicas, incluindo a técnica de coleta de dados para a análise da realidade, o desenvolvimento do instrumento de análise e a elaboração do protocolo de Comunicação Pública.

Os sujeitos envolvidos na pesquisa foram divididos em quatro categorias: gestores da instituição, profissionais da assessoria de comunicação, adolescentes e jovens atendidos nos Centros Socioeducativos, e uma das secretarias que interagem com a FUNAC, especificamente a Secretaria de Comunicação. A análise dos dados coletados foi conduzida utilizando a Análise de Conteúdo, com foco nas categorias de pesquisa de Comunicação Pública, Socioeducação e Mídias Sociais, buscando compreender os discursos à luz das orientações de Bardin (2016), Drisko e Maschi (2016) e Severino (2007). Através da construção metodológica e das indicações dos entrevistados, um protocolo de Comunicação Pública foi desenvolvido para orientar a atuação da FUNAC nas mídias sociais digitais, considerando o *Instagram* como plataforma de destaque.

Contexto

A partir das categorias teóricas e do público de pesquisa foi possível identificar os pontos de atenção sobre a Socioeducação, do ponto de vista da comunicação, assim como as indicações de como melhorar cada contexto. Para isso, esse processo compreendeu a transcrição de falas de três categorias: gestores, adolescentes e secretaria externa; análise

do questionário com a equipe de comunicação e, posteriormente, a etapa de codificação, a partir dos recortes das unidades de registro e de contexto e com o apoio do programa *Atlas TI Cloud*. Para iniciar as análises a partir deste ponto, utilizamos a metodologia de Análise de Conteúdo na modalidade temática associada a perspectiva interpretativista.

Para gestores e profissionais de comunicação foram identificados cerca de 15 códigos e 226 registros importantes. Posterior a essa codificação, foi necessário refinar ainda mais esses códigos, com a adoção de novos subcódigos que, posteriormente, se transformaram nas categorias de análise, nas quais registramos: Alicerce institucional; Diagnóstico de cenário da Comunicação e Socioeducação; e Socioeducação e Comunicação e narrativas possíveis no *Instagram*. Assim, registramos as seguintes percepções por categorias de público e análise:

- a) **Gestores:** na primeira, associam os valores da comunicação pública como visibilidade, publicidade e transparência enquanto fundamentais à gestão pública; o *Instagram* enquanto ferramenta de divulgação e informação para a sociedade e o adolescente como sujeito deste processo. A perspectiva do diagnóstico destaca que eles encontram dificuldade de compreensão das pessoas, sociedade, secretarias sobre o trabalho executado no contexto da Socioeducação e citam que o preconceito e estigma são aspectos estruturais relacionados à privação de liberdade. Para isso, é necessário pensar formas de disputar narrativas para dar visibilidade ao trabalho e das pessoas com histórias, imagens positivas, sentimento, carinho e afeto, de forma pública, transparente e credibilidade para sensibilizar e romper estigmas.
- b) **Comunicação:** enfatiza também a transparência, a impessoalidade, a participação e o combate à desinformação como recursos essenciais para a comunicação pública; no que tange à Socioeducação pontua a necessidade de mais ação intersetorial. Demarca que desconhece dificuldades no sentido de produção de conteúdo sobre a Socioeducação e foca numa linguagem clara para o público no *Instagram*, contudo o engajamento da sociedade nas publicações não atinge as expectativas, é necessário ainda desmistificar falas preconceituosas.

Para o terceiro público pesquisado, o estudo teve a participação de representante da Secretaria de Comunicação do governo do Estado. Essa opção cumpre dois papéis:

enquanto construtora de diretrizes de planejamento, produção e divulgação dos produtos comunicacionais e como um olhar externo, avaliador, ao que é produzido pela Funac, mesmo que ambas componham a estrutura de governo. Quanto às categorias de análise, neste recorte foram identificados 42 registros para as seguintes: Perspectiva de Comunicação Pública, Mídias Sociais e Linguagem, Socioeducação, conforme registro abaixo.

- c) **Secretaria Externa:** a comunicação como um direito humano fundamental para acesso a outros direitos; o cidadão como ponto central na comunicação pública; na linguagem, o apelo pela proximidade, pela identificação com a sociedade no ambiente digital para facilitar o processo de assimilar as informações da gestão pública; a pauta da Socioeducação será melhor explorada quando se “ligar” com outras secretarias e conteúdos, um ‘pool de ações’.

Por fim, tem-se a etapa das entrevistas com os adolescentes atendidos pelos programas de Semiliberdade e Internação da FUNAC, executados nas regionais da Grande Ilha, dos Cocais e Tocantina, na faixa etária entre 14 e 18 anos, que tivessem anteriormente ou durante o cumprimento de medida socioeducativa, algumas vivências nas redes e mídias sociais digitais. No total foram 14 adolescentes entrevistados, em 2022, mas foram aproveitadas somente oito entrevistas, sendo uma do sexo feminino e sete do sexo masculino, para esta pesquisa, considerando as recomendações do comitê de ética e a qualidade das informações prestadas quanto à proposta da pesquisa. No total, o material coletado foi dividido de forma indutiva, a partir do que eles apresentaram, em 170 menções, 9 códigos, analisados em 3 categorias: Personalidade, Representação Pessoal no *Instagram* e Representação Institucional no *Instagram*, sendo esta última detalhada no presente tópico e perpassa alguns elementos como a questão das fotos e textos, imagem e preconceitos.

- d) **Adolescentes:** apontaram vários pontos polêmicos como o uso de emojis, borrões e tarjas para a não identificação de pessoas em restrição e privação de liberdade. Esses recursos reforçam a imagem negativa como “meliantes, criminosos e ladrões”, as fotos deveriam focar nas ações positivas que eles desenvolvem. Destaque para o foco em seu processo socioeducativo (lendo, aprendendo uma profissão, fazendo artesanato, participando das atividades de esporte e cultura) e que eles possam falar sobre a sua mudança de comportamento; textos num tom mais positivo e de incentivo às suas

potencialidades e com elogios aos seus avanços. Necessidade de mostrar a realidade da instituição para outras pessoas: as boas práticas, os regramentos, a organização, um local digno e agradável para se aprender novas coisas, e que eles estão respondendo pelos atos cometidos. Sofrimento de preconceito “natural”, associação da privação de liberdade a maus tratos, vergonha e castigo.

Ao relacionar as percepções dos entrevistados com as categorias teóricas, a Socioeducação, seus fundamentos e parâmetros de atuação com o público de interesse coadunam com Brasil (2006); quanto a Comunicação Pública prevalece o conhecimento sobre o eixo da transparência (transparência, impessoalidade, credibilidade e responsabilidade), conforme preconiza Duarte (2006; 2009a; 2009b), porém é necessário avançar em outros eixos como a participação da sociedade, fomento à cidadania. O *Instagram* é uma ferramenta que amplia, impacta e fortalece a divulgação dos serviços executados no âmbito da política pública da Socioeducação, mas é preciso visualizá-lo como um meio de comunicação, que deve ter, inclusive, diretrizes institucionais. O perfil do *Instagram* da FUNAC é muito centrado na instituição em si, o que poderia ser deslocado para os adolescentes que são atendidos. Em comparação ao que é produzido pelo perfil do Governo do Estado, identificamos uma discrepância significativa, uma vez que a narrativa da instituição não segue a mesma proposta da SECOM, ao contrário configura-se como um texto técnico, formal, sisudo que pode sim distanciar o público da sociedade. A invisibilidade, o preconceito e o impacto disso na gestão do atendimento socioeducativo e na vivência dos adolescentes é significativo ao se relacionar com a ausência das demais secretarias, desconsiderando a intersetorialidade e o princípio da incompletude institucional previstas no SINASE. Além disso, percebemos que os adolescentes têm plena consciência das situações que o afetam durante o cumprimento de uma medida socioeducativa na perspectiva da comunicação e como desejam ser representados no ambiente digital.

Produto desenvolvido

Em resposta às questões abordadas, o presente estudo se propôs a desenvolver um protocolo abrangente que delineia estratégias orientadoras para profissionais da comunicação envolvidos na criação de conteúdo relacionado à Socioeducação. Este protocolo é delineado a partir da perspectiva da Comunicação Pública, com ênfase na

plataforma *Instagram*, e sua aplicação na Fundação da Criança e do Adolescente. O protocolo se baseia nas contribuições dos autores relevantes que embasaram esta investigação.

Diante dos desafios críticos identificados nas etapas de coleta e análise de dados – a saber, preconceito, narrativa e invisibilidade – emergiu o Protocolo para Socioeducação no *Instagram*, que se organiza em três diretrizes principais: planejamento, diagnóstico da realidade e construção de narrativas. As duas primeiras diretrizes direcionam a reestruturação da informação e a coleta das percepções das partes interessadas. A terceira diretriz é subdividida nas dimensões linguísticas (texto, imagem e vídeo) e valores e intencionalidade comunicativa, incorporando os atributos do Jornalismo Digital, a saber, Hipertextualidade, Multimídia, Interação, Instantaneidade e Propagabilidade. Além disso, o protocolo adere ao princípio da Linguagem Simples e às diretrizes de Comunicação Pública: Transparência, Acesso e Interatividade.

Nesta abordagem, compreende-se que uma reavaliação e reestruturação da produção de conteúdo sobre Socioeducação se torna viável, com a formulação de uma nova narrativa que almeja combater o preconceito e aprimorar a experiência narrativa. Concebido para o cenário virtual, o protocolo incorpora tanto conteúdo textual quanto elementos como *links* e fluxogramas, a fim de otimizar a acessibilidade, dinamicidade e adequação às narrativas digitais, respeitando os autores relevantes já estudados.

A estrutura do *e-book* está subdividida em cinco capítulos: o primeiro aborda conceitos fundamentais, como Socioeducação, Comunicação Pública e Mídias Sociais Digitais; o segundo explora o contexto de aplicação escolhido, a saber, a FUNAC; o terceiro apresenta o próprio protocolo, detalhando a criação de uma base de diretrizes através de diagnóstico da realidade, planejamento e construção narrativa; o quarto capítulo oferece um fluxograma ilustrativo e, por fim, o quinto capítulo oferece uma aplicação prática para aprimorar a compreensão.

O objetivo do protocolo, moldado como um *e-book* digital intitulado "Socioeducação no *Instagram*: Comunicação Pública e Narrativas Digitais", é proporcionar um conteúdo de fácil compreensão, aplicação e distribuição, destinado às equipes de comunicação envolvidas na temática da Socioeducação.

Considerações finais

Nas considerações finais, este estudo delinea as principais descobertas e contribuições relacionadas à criação de um protocolo de Comunicação Pública sobre Socioeducação, direcionado ao *Instagram* e aplicado na FUNAC. A abordagem metodológica destacou a importância de compreender o contexto e os desafios enfrentados pela FUNAC, uma instituição responsável por medidas socioeducativas. A transição da antiga FEBEM para a FUNAC refletiu mudanças profundas na abordagem à juventude em conflito com a lei, direcionando-se de uma cultura punitiva para uma perspectiva de proteção integral e garantia de direitos, embora enfrentando desafios de resistência e estigma.

A interseção entre a Socioeducação e a Comunicação Pública foi explorada por meio de entrevistas com gestores, profissionais de comunicação, adolescentes e uma secretaria externa. A comunicação pública foi considerada essencial para promover transparência, engajamento e desmistificação de estereótipos. Os adolescentes expressaram a necessidade de representações positivas em mídias sociais, combatendo preconceitos e estigmas associados à privação de liberdade.

O desenvolvimento do protocolo abordou desafios específicos, como a redefinição da imagem da FUNAC no *Instagram*. O protocolo se estrutura em três diretrizes principais: planejamento, diagnóstico da realidade e construção de narrativas. A aplicação das diretrizes busca reavaliar e reestruturar a produção de conteúdo sobre Socioeducação, com ênfase na abordagem comunicativa, linguagem acessível e utilização de elementos multimídia para envolver e educar o público.

A pesquisa ressalta a relevância do *Instagram* como ferramenta de disseminação de informações e o papel da Comunicação Pública em criar narrativas de alta qualidade e combater o preconceito. O protocolo desenvolvido, intitulado "Socioeducação no *Instagram*: Comunicação Pública e Narrativas Digitais", busca promover compreensão, engajamento e aceitação na sociedade em relação à Socioeducação. Conclui-se que a abordagem proposta pode contribuir para melhorar a percepção pública e o diálogo em torno dessa temática sensível, promovendo uma transformação positiva no cenário socioeducativo.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. *In*: DUARTE, J. (org). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 1. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

BRASIL. Secretaria Especial dos Direitos Humanos. **As bases éticas da ação socioeducativa**: referenciais normativos e princípios norteadores. Brasília, DF: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2006. 78 p.

CANAVILHAS, J. (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI; LabCom; Livros LabCom, 2014.

CARLOS, V. Y. **Os fundamentos pedagógicos que sustentam a Socioeducação no Brasil**: desvendando os nexos da proposta construída ao longo de um século. 2019. 212 f. Tese (Doutorado em Serviço Social e Política Social) – Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2019.

COSTA, C. da. Dimensões da medida socioeducativa: entre o sancionatório e o pedagógico. **Textos & Contextos**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 62 - 73, jan./jun. 2015.

DRISKO, J. W.; MASCHI, T. **Content analysis**. Oxford; New York: Oxford University Press, 2016.

DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 1. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora Atlas, 2009a.

DUARTE, J. **Comunicação pública**. 2006. Disponível em <http://jfor.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2021.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. *In*: DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 1. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora Atlas, 2009b. p. 59-71.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora ALEPH, 2014.

LEMOS, A. Ciber-socialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. **Logos**: comunicação e universidade, v. 4, n. 1, 1997. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14575>. Acesso em 10 de agosto de 2021.

MARANHÃO. Fundação da Criança e do Adolescente. **Projeto Político Pedagógico**. São Luís, 2017. 110 p.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MATOS, H. H. G. de. Comunicação política e comunicação pública. **Revista Organicom**, ano 3, n. 4, p. 62-73, jan./jun. 2011.

RÜDIGER, F. **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 319 p. (Coleção Cibercultura).

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, P. S. A. **Entre laços e nós**: contribuições da família no cumprimento de medida de internação por adolescentes em São Luís/MA. 2018. 142 f. Monografia (Curso de Serviço Social) – Centro de Ciências Sociais, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

ZÉMOR, P. O campo da comunicação pública. *In*: ZÉMOR, P. **La Communication Publique**. Tradução de Elizabeth Brandão. Paris, PUF, 1995. Disponível em: <https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2021.