# **Relato de Experiência**

# **INSTAGRAM COMO FERRAMENTA CONTRA FAKE NEWS: RELATO DE MONITORIA EM TOXICOLOGIA SOBRE DROGAS DE ABUSO**

Paula da Silva Kujbida, doutora, UFF, paulak@id.uff.br

Dianna Soares da Silva, mestranda, UFF, diannasoares@id.uff.br

Monique Araújo de Brito, doutora, UFF, moniquebrito@id.uff.br

# **PALAVRAS-CHAVE**: Divulgação científica. Desinformação. Drogas de abuso. Instagram.

**INTRODUÇÃO**

A desinformação sobre drogas é um fenômeno crescente nas redes sociais, contribuindo para o consumo inseguro de substâncias e a formação de opiniões equivocadas. Segundo Caulfield *et al*. (2019), a informação incorreta nas mídias sociais sobre saúde representa uma ameaça séria à saúde pública. No campo da toxicologia, esse problema é agravado pelo surgimento das drogas sintéticas, que frequentemente são retratadas de forma sensacionalista ou banalizada nas redes. Nesse cenário, iniciativas de divulgação científica tornam-se essenciais para promover informação de qualidade e pensamento crítico.

**OBJETIVO**

Relatar uma experiência de monitoria em Toxicologia, no curso de Farmácia da Universidade Federal Fluminense (UFF), com foco na popularização da ciência e combate à desinformação sobre drogas de abuso, utilizando o Instagram como ferramenta de comunicação científica.

**CONTEXTO**

A estratégia foi realizada no contexto da disciplina de Toxicologia Geral, adotando uma abordagem extensionista para integrar ensino, pesquisa e divulgação. O uso de mídias digitais para fins educacionais tem se mostrado eficaz, especialmente entre estudantes universitários (Erviti e Stengler, 2016). O Instagram, em particular, apresenta potencial como meio de engajamento e disseminação de conteúdo científico (Jarreau *et al*., 2019).

**DESCRIÇÃO**

Participaram da atividade 35 estudantes, organizados em grupos para produzir postagens no Instagram sobre temas sorteados (cannabis, cigarros eletrônicos, fentanil e canabinoides sintéticos), com base em fontes científicas confiáveis como artigos revisados por pares e relatórios da UNODC, NIDA e Fiocruz. Os conteúdos, desenvolvidos em linguagem acessível utilizando ferramentas gratuitas de design e imagens livres de direitos autorais, foram publicados no perfil da disciplina e divulgados pelos alunos. A iniciativa abordou mitos recorrentes nas redes sociais, como: 1) a falsa ideia de que cigarros eletrônicos são mais saudáveis que os convencionais; 2) o equívoco de que o contato dérmico com fentanil causa overdose; 3) a crença errônea de que a cannabis é inócua; e 4) a desinformação de que canabinoides sintéticos são equivalentes à “maconha sintética”.

**RESULTADOS**

A atividade teve impacto formativo e social ao promover a divulgação científica com linguagem acessível e base em evidências. As postagens obtiveram diferentes níveis de engajamento no Instagram: o conteúdo sobre cigarros eletrônicos recebeu 177 curtidas; sobre fentanil, 153 curtidas; cannabis, 89 curtidas; e canabinoides sintéticos, 14 curtidas. Apesar da variação, todas cumpriram o objetivo de enfrentar a desinformação de forma ética, atrativa e cientificamente fundamentada. A diferença no alcance reforça a importância de estratégias de comunicação adaptadas ao interesse do público. Para os estudantes, a experiência favoreceu o desenvolvimento de competências em síntese crítica, pesquisa, design informativo, colaboração e protagonismo na construção de saberes com relevância social.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A experiência evidenciou o valor pedagógico da articulação entre ensino e extensão por meio de redes sociais digitais, promovendo a divulgação científica com linguagem acessível e foco em saúde pública. A atividade favoreceu a formação de estudantes mais conscientes de seu papel social, críticos frente à desinformação e preparados para dialogar com a sociedade. Ao transformar conhecimento técnico em comunicação de utilidade pública, a proposta reafirmou a importância da universidade na promoção da ciência como bem comum.

# **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CAULFIELD, T. et al. Information as intervention: how the media shapes people's decisions to participate in clinical trials. Nature Medicine, v. 25, p. 1–3, 2019.

ERVITI, M. C.; STENGLER, E. Public communication from research institutes: visibility of communication activities and scientists’ participation. Public Understanding of Science, v. 25, n. 6, p. 708–717, 2016.

JARREAU, P. B.; PORTER, L.; TANG, T. Science in the Social Media Age: Profiles of Science Blog Readers. Social Media Society, v. 5, n. 3, 2019.