

# USO SEGURO E RACIONAL DE PRODUTOS NATURAIS E FITOTERÁPICOS:

## a utilização das redes sociais digitais para interação entre profissionais da área da saúde e a sociedade

**Renato Dantas-Medeiros**<sup>1</sup>

**Alan Soares Bezerra**<sup>2</sup>

**Renata Borges de Oliveira**<sup>3</sup>

**Juliana Bessa Figueiredo de Lima**<sup>4</sup>

**Luanna Valéria da Silva**<sup>5</sup>

**Gilberto Oliveira**<sup>6</sup>

**Silvana Maria Zucolotto**<sup>7</sup>

### RESUMO

O presente artigo é resultante de um projeto de extensão que objetivou a criação do perfil @fitoterapia.com.ciencia, no Instagram, como ferramenta didática para promover a participação e interação entre profissionais da área da saúde e a sociedade sobre o tema “Uso seguro e racional de produtos naturais e fitoterápicos”. O perfil soma um total de 5.550 seguidores e, até a presente data, foram realizadas 139 publicações sobre conceitos, atualizações, Fake News e eventos na área de produtos naturais e fitoterápicos. Semanalmente o perfil tem um alcance superior a 2.400 visualizações e um total de 5.617 impressões. Em conclusão, observou-se que o uso do Instagram foi uma ferramenta tecnológica promissora para a comunicação virtual na divulgação de informações científicas seguras aos profissionais de saúde e à sociedade de forma simples, acessível e interativa.

Palavras-chave: Produtos naturais; Fitoterápicos; Redes sociais digitais; Instagram; Fake News.

# SAFE AND RATIONAL USE OF NATURAL PRODUCTS AND HERBAL MEDICINES:

## the use of digital social networks for interaction between health professionals and society

### ABSTRACT

This article is the result of an extension project that aimed to create of the profile @fitoterapia.com.ciencia on Instagram as a teaching tool to promote the participation and interaction between health professionals and society on the theme “safe and rational use of natural products and herbal medicine”. To date, the profile amassed 5.550 followers and published 139 posts on concepts, updates, Fake News and events related to natural products and herbal medicines. Weekly reach is over 2400 publications viewed by followers, achieving a total of 5.617 impressions. In conclusion, it was observed that the use of Instagram was a promising technological tool for virtual communication and publication of safe scientific information to health care professionals and general society in a simple, accessible and interactive way.

<sup>1</sup> Doutorando em Desenvolvimento e Inovação Tecnológica em Medicamentos Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN.

<sup>2</sup> Mestre em Estudos da Mídia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

<sup>3</sup> Graduanda em Farmácia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

<sup>4</sup> ? Graduanda em Farmácia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

<sup>5</sup> Graduanda em Publicidade. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

<sup>6</sup> Mestre em Estudos da Mídia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

<sup>7</sup> Professora Doutora do Departamento de Farmácia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Keywords: Natural products; Herbal medicines; Digital social networks; Instagram; Fake News.

## USO SEGURO Y RACIONAL DE PRODUCTOS NATURALES Y FITOMEDICAMENTOS: el uso de redes sociales digitales para la interacción entre profesionales de la salud y la sociedad

### RESUMEN

Este artículo es el resultado de un proyecto de extensión que tuvo como objetivo crear el perfil @fitoterapia.com.ciencia en Instagram como una herramienta didáctica para promover la participación e interacción entre los profesionales de la salud y la sociedad sobre el tema “Uso seguro y racional de productos naturales y fitomedicamentos”. El perfil tiene un total de 5.550 seguidores y, a la fecha, se han realizado 139 publicaciones sobre conceptos, actualizaciones, Fake News y eventos en el área de productos naturales y fitomedicamentos. El perfil tiene un alcance semanal de más de 2.400 visualizaciones y un total de 5.617 impresiones. En conclusión, se observó que el uso del Instagram era una herramienta tecnológica prometedora para la comunicación virtual en la difusión de información científica segura a los profesionales de la salud y la sociedad de forma sencilla, accesible e interactiva.

Palabras clave: Productos naturales; Fitomedicamentos. Redes sociales digitales; Instagram; Fake News.

### 1. INTRODUÇÃO

No mundo inteiro há uma tendência crescente ao consumo de produtos naturais e fitoterápicos como agentes terapêuticos no tratamento de várias doenças (BOY et al., 2018). De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), 80% da população, principalmente dos países em desenvolvimento, faz uso de práticas tradicionais na atenção primária à saúde (APS) e, desse total, 85% fazem uso de medicamentos derivados de plantas medicinais e animais (OMS, 2014; ZENI et al., 2017). No entanto, o uso indiscriminado desses produtos sem nenhuma orientação, prescrição ou acompanhamento de um profissional da área da saúde pode trazer prejuízos aos usuários, bem como à eficácia do tratamento, em virtude de possíveis interações medicamentosas (MURRAY et al., 2016).

No Brasil, a Política Nacional de Plantas Medicinais e Fitoterápicos (PNPMF) tem como um dos objetivos garantir o acesso seguro e racional à população (BRASIL, 2009). Uma das diretrizes da PNPMF é estabelecer estratégias de comunicação para divulgação do setor de plantas medicinais e fitoterápicos. Ações que promovam o desenvolvimento de material didático e a divulgação de informações sobre essa temática, por profissionais com formação na área, podem contribuir com a PNPMF para que a população utilize esses produtos de forma racional e consciente.

Além disso, tem-se a necessidade dos cientistas se envolverem cada vez mais na difusão de conhecimento por meio da popularização da ciência. Isso desmistifica os conceitos, auxilia na socialização dos estudos e contribui com a melhoria da alfabetização científica na sociedade (RULL, 2014). Nesse sentido, as novas mídias como ferramentas de comunicação em ciências têm contribuído significativamente para a popularização da Ciência através da utilização de recursos midiáticos que possibilitam o processo de ensino-aprendizagem (JENKINS; GREEN; FORD, 2014). Assim,

as tecnologias educacionais se tornaram essenciais para a acessibilidade e modernização desse processo, criando e recriando novas formas de interação entre cientistas, profissionais da saúde e a sociedade (MARANDINO; ISZLAJI; CONTIER, 2015). Dessa forma, os cientistas e os profissionais de saúde são indispensáveis na mediação entre o que é publicado e o que a ciência comprova.

Nos últimos anos, em função da ampliação do uso da Internet e das redes sociais digitais, sites e aplicativos que permitem a conexão e interação entre os usuários contribuíram com um compartilhamento exponencial de conteúdos (JACQUEMET, 2019). Dentre estes materiais, pode-se destacar os conteúdos e propagandas enganosas sobre plantas medicinais e fitoterápicos que estimulam o uso indiscriminado e propagam ideias equivocadas quanto à obtenção de resultados fáceis e rápidos, como exemplo, a perda de peso. Soma-se a isso o interesse da população por produtos de origem natural tem crescido rapidamente devido às preocupações com os efeitos adversos e aos questionamentos em relação aos medicamentos sintéticos (VAN-ROOYEN et al., 2017).

As redes sociais digitais têm permitido a veiculação e compartilhamento de informações falsas e/ou equivocadas na área de saúde, podendo trazer consequências sérias à saúde individual e coletiva. É diante disso, que o combate às Fake News tornou-se um elemento central na propagação de notícias falsas na área da saúde, além de reiterar a responsabilidade social da comunicação que é informar a sociedade. Ratificando assim, elementos centrais utilizados pelo jornalismo científico e que podem ser adotados para construção de toda e qualquer notícia informativa com credibilidade que são: apuração, checagem e validação das fontes (LAGE, 2006).

No aplicativo de compartilhamento de fotos e vídeos Instagram, a veiculação de propagandas enganosas é frequente e induz ao consumo desses produtos ditos "milagrosos" com alegações terapêuticas para curar doenças complexas como câncer, diabetes e hipertensão, bem como para fins estéticos, como emagrecimento, ganho de massa muscular, dentre outros. Nesse sentido, o Instagram como dispositivo midiático de participação apresenta uma função estratégica de possibilitar e/ou interferir na construção de uma opinião pública a partir de um determinado posicionamento ou comportamento no que é publicado (AGAMBEN, 2009).

O uso das redes sociais digitais para realização do projeto se deve principalmente à possibilidade de uma comunicação mais rápida, interativa, dinâmica e gratuita. Diante disso, a escolha da rede social Instagram para popularização da ciência por meio dos conteúdos publicados pela equipe se deve ao amplo uso, alcançando assim um largo e variado público.

Recentemente, D'Angelo (2019), em sua pesquisa, mostrou que 49% dos usuários do Instagram entrevistados afirmam seguir algum conteúdo relacionado à temática Saúde e Fitness, o que corrobora na mídia selecionada. Além disso, 67% deles afirmaram acessar a rede mais de uma vez ao dia.

Ademais, o Instagram permite a inserção de uma linguagem acessível a partir de imagens com textos curtos, o que incentiva a compreensão da escrita e facilita o aprendizado. Além disso, também é possível a utilização das hashtags a partir do símbolo # com a imagem e a descrição do assunto, recurso este que facilita a disseminação dos conteúdos e aumento do número de seguidores (BARBOSA et al., 2017).

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho foi relatar a criação do perfil @fitoterapia.com.ciencia no Instagram, como ferramenta tecnológica para divulgar e compartilhar informações seguras e confiáveis na área de produtos naturais e fitoterápicos. Somado a isso, a criação do perfil saúde - médicos, enfermeiros, odontólogos, farmacêuticos, fisioterapeutas, nutricionistas, dentre outros e a po-

pulação).

## 2. OBJETIVOS

Este artigo, resultante de um projeto de extensão, teve como objetivo relatar a criação do perfil @fitoterapia.com.ciencia no Instagram como ferramenta tecnológica promissora na divulgação de informações científicas para promover a participação e interação entre cientistas e a sociedade sobre o tema "Uso seguro e racional de produtos naturais e fitoterápicos".

## 3. METODOLOGIA

Este trabalho decorre do projeto de extensão que foi aprovado sob o N. PJ229-2019/UFRN com o título "Uso do Instagram @fitoterapia.com.ciencia como ferramenta para cientistas conversarem com a sociedade sobre o uso seguro e racional de produtos naturais e fitoterápicos", tendo sido desenvolvido no período de 01 de março a 31 de dezembro de 2019, por quinze discentes e um docente (coordenador) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Para o desenvolvimento do projeto foi formado, inicialmente, um grupo de alunos de Graduação dos cursos de Farmácia, Jornalismo e de três Programas de Pós-Graduação: Ciências Farmacêuticas, Ciências da Saúde e Desenvolvimento e Inovação Tecnológica em Medicamentos da UFRN.

A aplicação metodológica foi dividida em oito etapas: (1) escolha do tema; (2) pesquisa bibliográfica; (3) análise crítica e seleção do material bibliográfico; (4) construção da publicação com uma linguagem simples, direta e resumida; (5) análise e aprovação final do conteúdo pela coordenadora do projeto; (6) preparação da arte; (7) publicação por meio de post no feed e pelos stories; e, por fim, (8) interação com os seguidores.

Dessa forma, os temas a serem publicados foram selecionados seguindo a seguinte ordem de relevância: i) plantas e produtos cujo uso vem sendo bastante divulgado nas redes sociais, tanto por usuários, profissionais da saúde ou por empresas; ii) produtos ditos fitoterápicos comercializados na Internet sem comprovações científicas e/ou sem registro na ANVISA; iii) Fake News de assuntos e produtos relacionados; iv) temas sugeridos pelos seguidores do perfil através de enquetes e ao longo das publicações no Instagram; v) conceitos importantes que geram dúvidas na população em busca de informações confiáveis da área; vi) situação dos fitoterápicos no Brasil; vii) fitoterápicos do SUS; viii) divulgação dos estudos científicos desenvolvidos pelo grupo de pesquisa em Produtos Naturais Bioativos (PNBio) da UFRN.

Após a seleção dos temas, foram realizadas pesquisas bibliográficas nas principais bases de dados científicas como PubMed, Science Direct, Cochrane e Google Acadêmico, bem como algumas fontes confiáveis de informação sobre plantas medicinais, como The Plant List, Dataplant e The International Plant Names, utilizando como chave de busca o nome científico e popular da planta. Em relação às plantas medicinais que possuem produtos registrados na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), seja como Produto Tradicional Fitoterápico ou Medicamento Fitoterápico, a busca foi realizada na página oficial da ANVISA e em documentos oficiais como a Farmacopeia Brasileira, o Formulário de Fitoterápicos da Farmacopeia Brasileira e o Memento Fitoterápico da Farmacopeia Brasileira, para verificação de embasamento científico (informação sobre os parâmetros de qualidade, segurança e eficácia).

Na etapa final de busca, foram selecionados de um a três artigos científicos e informações obtidas por meio da página oficial da ANVISA. Todo o material se-

lecionado subsidiou a geração de conteúdos para cada tema a ser publicado. Na sequência, foram elaborados resumos de cada tema com uma linguagem acessível, de modo a evitar o domínio e o controle dos conteúdos apenas por parte dos cientistas e profissionais da saúde, o que pode permitir maior engajamento da sociedade não especialista e uma participação social mais ativa.

No processo de construção dos resumos destinados à publicação, a equipe selecionou as principais informações contidas nos tópicos de resultados e discussão dos artigos. Dessa forma, a transição didática das informações científicas a ser divulgadas foi realizada através da tradução de uma linguagem técnica especializada para uma leiga, de fácil compreensão, de forma a possibilitar a socialização das informações. Isso se faz necessário devido à grande variedade de seguidores, como cientistas, profissionais de diversas áreas da saúde e a população em geral.

Além disso, as informações foram preparadas de forma mais interativa e mais objetiva, utilizando recursos midiáticos, como imagens, banners informativos, vídeos, animações sem termos técnicos. Nesse sentido, uma boa compreensão acerca dos temas abordados é capaz de evitar o uso indiscriminado de produtos naturais e fitoterápicos e até mesmo proporcionar a propagação do perfil e da informação correta por meio dos próprios seguidores.

A etapa final se deu através da publicação do material no perfil @fitoterapia.com.ciencia com todas as referências bibliográficas disponibilizadas na legenda de cada postagem. As publicações são feitas semanalmente no feed na forma de foto personalizada com o tema da semana, seguida de texto curto na legenda e diariamente nos stories, recurso que permite a publicação de fotos e vídeos curtos, que podem ser visualizados por um período de tempo de 24 horas.

Ambas as formas podem promover o compartilhamento com o intuito de manter um diálogo didático simulado, interação dialógica que ocorre entre os autores do processo de ensino-aprendizagem por meio de suportes midiáticos (imagens, textos, banners informativos, vídeos e animações), de forma que a construção coletiva do conhecimento ocorra entre todos os envolvidos (cientistas, estudantes, profissionais da saúde e a sociedade) (JENKINS et al., 2014).

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil @fitoterapia.com.ciencia foi criado em maio de 2016, seguiu pouco ativo até as atividades serem retomadas em 2019 após aprovação do projeto de extensão. Desde a sua criação foram realizadas 139 publicações sobre os seguintes conteúdos relacionados à temática: conceitos, atualizações, Fake News, plantas medicinais sem comprovações científicas e eventos relacionados à área de produtos naturais e fitoterápicos. Além disso, também foram feitas importantes divulgações, como exemplo, das análises realizadas no Laboratório de Farmacognosia da UFRN de produtos vendidos como naturais à base de plantas e que continham substâncias sintéticas não declaradas, bem como, divulgação de produtos “ditos fitoterápicos”, mas que não apresentam registro na ANVISA.

Em maio de 2020, o perfil @fitoterapia.com.ciencia contou com 5.550 seguidores (Figura 1) e recebeu semanalmente mais de 380 visitas e interações dos usuários (Figura 2). Levando em consideração o período analisado para esta publicação, que correspondeu ao recorte temporal de 25 a 31 de maio de 2020, o perfil teve um alcance (quantidade de vezes que o post foi visualizado por diferentes seguidores) superior a 2.400 contas, chegando a um total de 5.617 impressões (quantidade de vezes que o post foi visualizado) (Figura 2).



**Figura 1:** Número de seguidores e publicações do perfil @fitoterapia.com.ciencia.



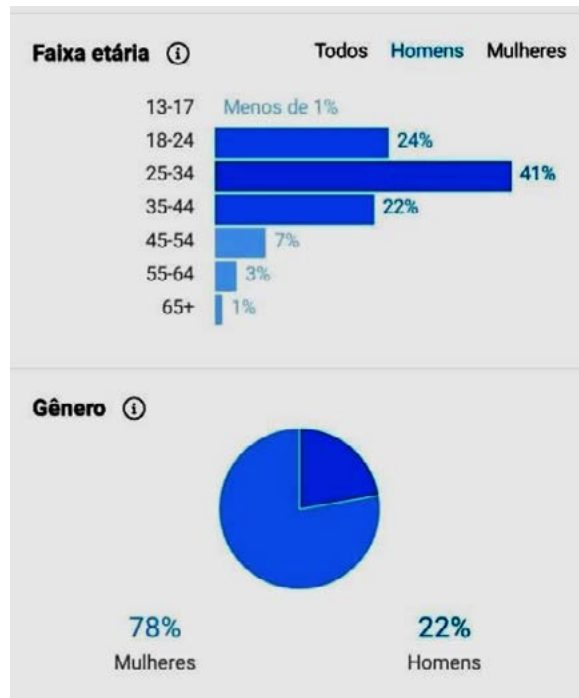
Fonte: Instagram: @fitoterapia.com.ciencia, 2020.

**Figura 2:** Número de alcance, impressões e interações do perfil @fitoterapia.com.ciencia.



Fonte: Instagram: @fitoterapia.com.ciencia, 2020.

O público que acessa o perfil é principalmente formado pela faixa etária de 18 a 44 anos, sendo 78% do total composto por mulheres (Figura 3). Esses dados estatísticos chamam atenção pelo fato do maior número de acessos serem de seguidoras. Para tal constatação formulamos duas hipóteses: devido ao grande apelo publicitário, sobretudo de influenciadores digitais que vendem resultados instantâneos com o uso de produtos naturais, por meio de propagandas enganosas, como perda de peso, por exemplo, e o crescente número de mulheres na ciência nos últimos anos.

**Figura 3:** Visualização do perfil @fitoterapia.com.ciencia no Instagram por faixa etária e gênero.

Fonte: Instagram: @fitoterapia.com.ciencia, 2020.

Embora o perfil seja predominantemente acessado pelo público brasileiro que corresponde a 96% de todos os acessos, verificamos que o perfil também foi visto por seguidores de outros países como Portugal, Argentina, Estados Unidos e Espanha, que juntos somam um total de 4% (Figura 4). Em conjunto, nossos resultados mostram que o Instagram é uma rede social potencialmente promissora para popularização da ciência, uma que vez que é capaz de alcançar um largo e variado público em todo o mundo.

**Figura 4:** Porcentagem de visualizações do perfil @fitoterapia.com.ciencia por cada país.

Fonte: Instagram: @fitoterapia.com.ciencia, 2020.

Além disso, o desenvolvimento desse projeto possibilitou a divulgação de informações científicas seguras tanto para os profissionais da área de saúde quanto para a população em geral sobre o uso racional de produtos naturais e fitoterápicos. Resultados obtidos por meio de uma comunicação simples, direta e facilmente acessível. Desse modo, a divulgação científica por meio da rede social digital Instagram, permitiu a democratização da ciência e proporcionou maior interação entre os usuários de maneira dinâmica, atrativa, interativa e prática.

De fato, as redes sociais digitais, como Instagram, tem possibilitado a conexão entre os usuários resultando em uma presença cotidiana dessas interfaces constituindo uma comunicação midiática, que implica nesse engajamento vivenciado secularmente a partir dos usos e apropriações de conteúdos (FILATRO; CAIRO, 2015). Concomitantemente, na área da Comunicação tem-se discutido sobre a “educomunicação” como um campo de mediação possível entre conteúdos científicos e caminhos de divulgação a partir dos dispositivos midiáticos (SOARES, 2000).

Nesse sentido, a utilização das redes sociais digitais como tecnologia educacional, merece uma atenção especial, uma vez que é capaz de promover melhorias na socialização do conhecimento científico para a população em geral (BARBOSA et al., 2017).

É nesse contexto que o nosso perfil @fitoterapia.com.ciencia vem trabalhando para popularização da ciência entre cientistas, profissionais da saúde e a sociedade sobre o tema uso racional de produtos naturais e fitoterápicos, além de contribuir com o combate às Fake News. Vale ressaltar que em agosto de 2018, o Ministério da Saúde, de forma inovadora, criou um canal digital para combater as Fake News sobre saúde acessível a toda população (BRASIL, 2018).

Ainda no que se refere às Fake News, devido à pandemia causada pelo novo coronavírus (Sars-CoV-2), foi observado um aumento significativo de notícias falsas que gerou grande preocupação em todo mundo, em especial na comunidade científica, uma vez que tais notícias causaram grandes impactos na sociedade em geral, comprometendo a prevenção e o tratamento necessário. Diante desse cenário, o nosso perfil se mostrou bastante ativo na tentativa de combater as Fake News em relação ao uso irracional de fitoterápicos e produtos naturais na prevenção e tratamento da Covid-19. Assim, foram publicadas importantes informações com base em evidências científicas à medida que os estudos eram publicados nos periódicos indexados nacionais e internacionais. Vale destacar que ações como esta devem acontecer continuamente e em constante atualização. Dessa forma, os cientistas foram indispensáveis na mediação entre o que era publicado e o que a ciência comprovava.

Como resultado, a publicação sobre a origem e uso da cloroquina e hidroxicloroquina na prevenção e tratamento da Covid-19 (Figura 5), foi uma das publicações com maior repercussão do perfil, com 4.684 de alcance, 165 compartilhamentos e salva por 95 seguidores, atestando assim que essa publicação foi considerada muito relevante pelos seguidores.

**Figura 4:** Publicação no perfil @fitoterapia.com.ciencia sobre a origem e uso da cloroquina e hidroxicloroquina na prevenção e tratamento da Covid-19.



**Fonte:** Instagram: @fitoterapia.com.ciencia, 2020.



Portanto, a partir deste trabalho de extensão, foi possível observar uma maior participação ativa da comunidade científica e da população em geral. Ademais, os profissionais envolvidos têm recebido feedback bastante positivo quanto ao perfil. De modo geral, essa ação de extensão tem contribuído diretamente com a PNMF na produção de conteúdos confiáveis que podem auxiliar os estudantes e profissionais de saúde que atuam na área de fitoterapia a obterem de forma rápida e fácil informações seguras e importantes.

Além disso, a linguagem utilizada nas publicações contribui para facilitar o entendimento e os assuntos abordados que são vivenciados nos serviços de atenção básica de saúde. Para a sociedade em geral, a principal contribuição científica deste trabalho é a obtenção de informações científicas no combate às Fake News e de assuntos relacionados ao objeto de estudo, por meio da divulgação de alertas sobre propagandas enganosas, para assim alcançar o objetivo maior que é o uso seguro e racional de plantas medicinais e fitoterápicos.

Adicionalmente, numa perspectiva científica, esta ação corrobora no fortalecimento acadêmico em duas nuances: a primeira como reflexão epistemológica de um fenômeno cultural que nas palavras de Soares (2000) é resultante da educomunicação, uma vez que um dispositivo comunicacional - no caso o perfil do Instagram @fitoterapia.com.ciencia - foi tomado com usos e apropriações educativas; e a segunda, na aproximação da academia com a sociedade através da extensão universitária, o que fortalece o tripé articulador do ensino superior com um discurso transversal constituído de conceitos transdisciplinares.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do desenvolvimento do projeto de extensão foi possível identificar uma maior participação ativa e interação entre os cientistas, profissionais da área de saúde e a sociedade, tendo sido alcançados os objetivos definidos, por meio da divulgação de informações científicas seguras sobre o uso racional de produtos naturais e fitoterápicos de forma simples, acessível e interativa.

Além disso, durante a pandemia causada pelo Sars-CoV-2, o perfil tem se destacado no combate às Fake News em relação ao uso irracional de fitoterápicos e produtos naturais na prevenção e tratamento da Covid-19 através da publicação de informações atualizadas e bem fundamentadas com base em evidências científicas. Adicionalmente, o perfil tem possibilitado mostrar a sociedade em geral as pesquisas desenvolvidas pelos pesquisadores do grupo de pesquisa em Produtos Naturais e Bioativos (PNBio) do Departamento de Farmácia da UFRN.

Cabe destacar que o perfil tem sido usado como referência de busca por professores e alunos de diversos cursos da área de saúde de todo o Brasil e de outros países da Europa e das Américas. Diante disso, espera-se que com a continuidade do projeto por meio das publicações, as informações possam chegar a um maior número de pessoas, oferecendo aos usuários uma ferramenta pedagógica e uma prática de promoção à saúde.

Dessa forma, pretendemos através de parcerias transdisciplinares avançar com a construção de um planejamento estratégico para o perfil ora citado, na busca de decodificar textos que possuam um teor puramente científico e contribuir com popularização da ciência e com a construção didática a partir de ideias “educativas” com o uso dos recursos midiáticos já disponibilizados pelo Instagram.

## 6. AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à Nomager Nunes pela atenção e cuidado que nos dispensou durante a revisão gramatical no texto deste artigo. À Universidade Federal do Rio Grande do Norte pelo apoio financeiro – código de financiamento: PJ29-2019/UFRN.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. 1<sup>o</sup> Edição. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BARBOSA, C.; BULHÕES, J.; ZHANG, Y., MOREIRA, A. **The use of Instagram in the teaching and learning of Portuguese as a foreign language by Chinese students in the University of Aveiro**, *Journal Universidad de Extremadura*, v.1, n.1, p. 22-25, jun. 2017.

BOY, H. I. A.; RUTILLA, A. J. H.; SANTO, S. K. A.; TY, A. W. T.; YU, A. I.; MAHBOOB, T.; TANGPOONG, I.; NISSAPATON, V. **Recommended Medicinal Plants as Source of Natural Products: A Review**. *Digital Chinese Medicine*, v.1, n. 2, p. 131-141, jun. 2018.

BRASIL. Ministério da saúde. **Saúde sem Fake News**. Brasília: Ministério da Saúde, 2018. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/fakenews>>. Acesso em 01 de set. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos. **Programa Nacional de Plantas Medicinais e Fitoterápicos**. Brasília: Ministério da Saúde; 2009. Disponível em: <[http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/programa\\_nacional\\_plantas\\_mediciniais\\_fitoterapicos.pdf](http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/programa_nacional_plantas_mediciniais_fitoterapicos.pdf)>. Acesso em 10 de Out. 2019.

D'ANGELO, I. **Pesquisa sobre Instagram 2019: dados exclusivos sobre o Instagram no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-sobre-instagram-2019>>. Acesso em 01 de set. 2020.

FILATRO, A.; CAIRO, S. **Produção de Conteúdos Educacionais**. 1<sup>o</sup> Edição. São Paulo, SP: Saraiva, 2017.

JACQUEMET, M. **Beyond the speech community: On belonging to a multilingual, diasporic, and digital social network**. *Language & Communication*, v. 68, n.1, 46-56, sep. 2019.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. 1<sup>o</sup> Edição. São Paulo, SP: Aleph, 2014.

LAGE, N. **Estrutura da Notícia**. 1<sup>o</sup> Edição. São Paulo, SP: Ática, 2006.

MARANDINO, M.; ISZLAJI, C.; CONTIER, D. **A divulgação da ciência por meio da mídia: análise textual de websites**. 2015. Disponível em: <<http://www.geenf.fe.usp.br/v2/wp-content/uploads/2015/08/A-divulgacao-da-ciencia-por-meio-da-midia-analise-textual-de-websites.pdf>>. Acesso em 01 de set. 2020.

MURRA, Y. I.; PICKING, D.; LAMM, A.; MCKENZIE, S.; HARTLEY, C.; WATSON, L.; LOWE, H.; DELGADO, R. **Significant inhibitory impact of dibenzyl trisulfide and extracts of *Petiveria alliacea* on the activities of major drug-metabolizing enzymes in vitro: An assessment of the potential for medicinal plant-drug**

interaction. *Fitoterapia*, v.1, n. 11, p.138-146, feb. 2016.

OMS. Organización Mundial de la Salud. **Estrategia de la OMS sobre medicina tradicional 2014-2023**. China: OMS; 2014. Disponível em: <[http://www.who.int/medicines/publications/traditional/trm\\_strategy14\\_23/en](http://www.who.int/medicines/publications/traditional/trm_strategy14_23/en)>. Acesso em 10 de Out. 2019.

RULL, V. **The most important application of Science**. *EMBO Reports*, v. 15, n. 9, p. 919-922, sep. 2014.

SOARES, I. **Educomunicação: um campo de mediações**. *Comunicação & Educação*, v. 1, n. 19, p. 12-24, dez. 2000.

VAN-ROOYEN, R. M.; PRETORIUS, B.; TEMBANI, N.M.; HAM-BALOYI, W. **Evidence-based recommendations to facilitate professional collaboration between allopathic and traditional health practitioners**. *Health SA Gesondheid*, v. 22, n. 1, p. 291-299, dec. 2017.

ZENI, A. L. B.; PARISOTTO, A. V.; MATTOS, G.; HELENA, E. T. S. **Utilização de plantas medicinais como remédio caseiro na Atenção Primária em Blumenau, Santa Catarina, Brasil**. *Ciências & Saúde Coletiva*, v. 22, n. 8, p. 2703-2712, ago. 2017.