

DISCUTINDO HPV: MUITO ALÉM DE UMA E ÚNICA SALA DE AULA

Diana Pessoa Silva Freire

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
dianapessoas@gmail.com

Regina Taís da Silva

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
reginatais@ufrn.edu.br

Raquel Alice Fernandes Holanda

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
raquel.holanda.108@ufrn.edu.br

Aurimárcia da Silva Torres

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
aurimarcia.torres.099@ufrn.edu.br

Francisco Edilson Leite Pinto Junior

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
edilsonpinto@uol.com.br

Cristina Rocha Medeiros de Miranda

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
cristina.rocha@liga.org.br

Resumo

Objetivo: O presente artigo apresenta o “Discutindo HPV”, projeto de extensão universitária que atuou no combate ao HPV através da plataforma *Instagram*®. **Método:** Foi criado um perfil na plataforma *Instagram*® intitulado “Discutindo HPV”, visando o público leigo em saúde, por meio de realização de publicações na grade e nos *Stories* com conteúdo gráfico próprio e textos curtos e de linguagem simples, além de constante interação com o público. **Resultados:** O perfil iniciou as suas atividades em 31/10/2019. Os dados foram coletados desta data até 04/05/2020. Nos seguidores, destaca-se mulheres, na faixa etária de 25 a 34 anos. A coleta demonstra que o perfil tem atingido o propósito de compartilhar conteúdo com base científica sobre o HPV, de forma a aumentar a vacinação e o diagnóstico precoce. **Conclusões:** Os dados coletados demonstram que o projeto atingiu o propósito de compartilhar conteúdo com base científica sobre o HPV atingindo diversos públicos.

Palavras-chave: Infecções por Papillomavirus; Vacinas; Educação em Saúde; Rede Social.

DISCUSSING HPV: FAR BEYOND THE CLASSROOM

Abstract

Objective: This article presents the "Discussing HPV", a university extension project that acted in the fight against HPV through the *Instagram*® platform. **Method:** A profile was created on the *Instagram*® platform entitled “**Discussing HPV**”, aimed at the lay public in health, through publications in the grid and in *Stories* with their own graphic content and short texts in simple language, in addition to constant interaction with the public. **Results:** The profile started its activities on 10/31/2019. Data were collected from this date until 05/04/2020. In the followers, women stand out, in the age group of 25 to 34 years. The collection demonstrates that the profile has achieved the purpose of sharing scientifically-based content about HPV, in order to increase vaccination and early diagnosis. **Conclusions:** The data collected demonstrate that the project achieved the purpose of sharing scientifically based content about HPV reaching different audiences.

Keywords: Papillomavirus Infections; Vaccines; Health Education; Social Networking.

DISCUTIR EL VPH: MÁS ALLÁ DEL AULA

Resumen

Objetivo: Este artículo presenta "Discutiendo el VPH", un proyecto de extensión universitaria que actuó contra el VPH por *Instagram*®. **Método:** Se creó un perfil en la plataforma de *Instagram*® titulado “Discutiendo HPV”, dirigido al público lego en salud, a través de publicaciones en grilla y en *Stories* con contenido gráfico propio, textos breves en lenguaje sencillo, además de interacción constante con el público. **Resultados:** El perfil inició sus actividades el 31/10/2019. Los datos fueron recolectados desde esta fecha hasta el 04/05/2020. En los seguidores se destacan las mujeres, entre 25 a 34 años. La colección demuestra que el perfil ha logrado el propósito de compartir contenido con base científica sobre el VPH, con el fin de aumentar la vacunación y el diagnóstico precoz. **Conclusiones:** Los datos recopilados demuestran que el proyecto logró el propósito de compartir contenido con base científica sobre el VPH llegando a diferentes audiencias.

Palabras clave: Infecciones por Virus del Papiloma; Vacunas; Educación para la Salud; Redes Sociales.



INTRODUÇÃO

O Papilomavírus Humano (HPV) é um grupo de vírus que provoca uma infecção sexualmente transmissível, a qual atinge pele e mucosas de homens e mulheres causando o aparecimento de verrugas anogenitais e neoplasias, especialmente o Câncer de Colo de Útero (CCU) (HAUSEN, 2009). O CCU, no Brasil, constitui-se a terceira causa de tumor maligno na população feminina, excetuando-se o câncer de pele não melanoma; e a quarta causa de morte feminina por câncer (INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER, 2020). O HPV, também, está relacionado ao câncer anal, sendo responsável por mais de 90% dos casos dessa patologia, que acomete homens homossexuais que convivem com HIV 25 vezes mais que a população geral; e cerca de 25% dos cânceres de cabeça e pescoço (HAUSEN, 2009; TUMBAN, 2019).

Segundo dados obtidos em 2020, no sistema do Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde do Brasil (DATASUS), os números relacionados ao CCU no país estão crescendo. Referente ao carcinoma epidermóide e adenocarcinoma de colo uterino, neoplasia de alta prevalência e mortalidade, causou 6.526 óbitos em 2018, 6.540 em 2019 e 6.627 em 2020. Nos gastos públicos concernentes ao ano de 2020, verificou-se um total de 4.007.335 coletas de exame citopatológico para o CCU. Realizaram-se 34.937 biópsias de colo uterino e 25.384 tratamentos de quimioterapia para o carcinoma epidermóide e adenocarcinoma do colo uterino (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021).

A região do país com menor número de coletas de citologia oncológica preventiva para o CCU no primeiro semestre de 2020 foi a região Norte, com 23.193 exames realizados. No entanto, nesse período o custo na região Norte com tratamento de quimioterapia para essa neoplasia totalizou R\$ 1.554.800,00, valor maior que a região Centro-Oeste, que realizou o dobro de exames preventivos, e aproximadamente a mesma quantidade de biópsias, mas quase a metade de tratamentos quimioterápicos, o que mostra o impacto financeiro positivo que a prevenção do CCU pode gerar (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021).

Em 2010, a *American Cancer Society* (ACS) estimou os custos sociais do câncer a nível mundial, que alcançam o valor de US\$ 1,16 trilhões de dólares (ACS, 2020). O custo social é o nome dado aos custos relacionados ao impacto do câncer nos aspectos emocionais e cognitivos da paciente, assim como família e amigos. Esses impactos podem ser mensurados em perdas materiais ou perdas imensuráveis, como o impacto na qualidade de vida e produtividade. O CCU é uma das principais causas de morte da população feminina de 40 a 60 anos, interrompendo a vida de mulheres em idade ativa, e que interfere negativamente na área sexual, social e econômica (CASTANEDA; BERGMANN; CASTRO; KOIFMAN, 2019).

Uma importante medida para prevenção do HPV e, por consequência, do CCU, além do método contraceptivo do tipo barreira, é a vacina HPV, considerada um dos mais significativos avanços recentes para a saúde das mulheres. Apesar disso, existem obstáculos que perpassam o conhecimento sobre a vacina contra o HPV e as doenças que ela previne, como questões de segurança e aspectos socioculturais. Em 2019, a vacina estava disponível para mais de 80% das adolescentes da América Latina, mas a adesão ainda não estava totalmente estabelecida (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE, 2019). Por sua vez, o Brasil tem diminuído sua cobertura vacinal, com perda de pelo menos 14 pontos percentuais na cobertura vacinal desde 2010 (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020). Assim, estratégias motivacionais, incluindo comunicação e educação em saúde, tornam-se cada vez necessárias (NOGUEIRA-RODRIGUES, 2019).

Nesse contexto, em um mundo intensamente conectado pela internet, as mídias sociais são importantes para disseminação de informações com amplo alcance a diversos gêneros, faixas etárias, condições socioeconômicas e se configuram como importante ferramenta para ações de educação em saúde. Deanna Teoh, médica norte-americana especialista no tratamento de cânceres ginecológicos e pesquisadora na comunicação em saúde, avaliou o poder das mídias sociais na disseminação de informações relativas à vacinação contra o HPV, concluindo que esse é um assunto popular em debates redes (TEOH, 2019).

Um instrumento utilizado para tal finalidade é o *Instagram*®, por seu amplo acesso e fácil utilização. Ele é um aplicativo de rede social, criado inicialmente para dispositivos móveis, de compartilhamento de fotos/vídeos, composto por perfil (informações básicas, número de seguidores, publicações realizadas), *feed* ou *timeline* (mostra publicação de contas seguidas), seção explorar, seção atividade (registro de interações do usuário e das pessoas que seguem), *stories* (fotografias e vídeos disponíveis por 24 horas) e filtros e ferramentas de edição de fotos (MONTARDO, 2019). A interação entre seus usuários acontece por meio de comentários, atribuição de *likes* (aprovação do conteúdo), e o envio de *Instagram Direct*, que corresponde a trocas privadas de mensagens entre usuários. O serviço está disponível para diversos sistemas operacionais e, em junho de 2018, registrou mais de um bilhão de usuários ativos mensais em todo o mundo, sendo 500 milhões de usuários ativos diários (CLEMENT, 2020). Em 2020, o Brasil apresentou 77 milhões de usuários ativos do *Instagram*®, sendo o terceiro maior país nesse *ranking* (CLEMENT, 2020).

O uso desse recurso apresenta exemplos no Brasil, como a campanha nacional de imunização contra o HPV de 2018, campanha cujos posts mais relevantes no *Instagram*® foram analisados, mostrando um baixo engajamento da população leiga em saúde (ALMEIDA;

YAMADA; VICENTE; LUCENA; BERNUC, 2018) ou um experimento apresentado em tese de dissertação que utiliza o *Instagram*®, no processo de aprendizagem de adolescente dos conteúdos referentes ao HPV e sua relação com a gênese do câncer do colo do útero, acreditando o autor que as redes sociais são facilitadoras no processo de transmissão de conhecimento, uma vez que uma boa parte dos jovens está sempre em contato com esse tipo de recurso (OLIVEIRA, 2020).

Pesquisa brasileira sobre a efetividade das redes sociais na educação de mulheres portadoras do HPV constatou que a rede social pode prover assistência prática, encorajar diretamente comportamentos preventivos ou fornecer ambiente emocional de apoio que colaborariam ou facilitariam a aderência em práticas preventivas, pois estariam relacionados ao empoderamento de cuidados com a saúde, através do acesso à informação, transferência de conhecimento e incentivo (SOUZA, 2019).

Com base no exposto, o presente artigo discorre como o “Projeto Discutindo HPV”, um projeto de extensão da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), que atuou no combate ao HPV pela apresentação de informação relevante e de qualidade, visando alcançar público variado em idade e situação socioeconômica, por meio da plataforma *Instagram*®.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para elaborar o Projeto de Extensão da UFRN, fez-se o levantamento sobre *marketing* nas redes sociais e optou-se usar o *Instagram*® como ferramenta, devido sua popularidade entre os brasileiros, com cerca de 110 milhões de usuários em 2021 (VOLPATO, 2021), e por ser gratuito, já que é uma iniciativa sem fins lucrativos e sem apoio orçamentário.

O *Instagram*® tem se mostrado uma possível ferramenta de aprendizagem, pois conta com recursos que lhe tornam uma plataforma visual intuitiva e de fácil uso. Dessa forma, é acessível ao público leigo de diversas faixas etárias, executando bem o seu papel na divulgação de informações, especialmente as relacionadas à prevenção em saúde (SHAFFER; JOHNSON; THOMAS; JOHNSON; FISHMAN, 2018).

O uso de imagens gráficas temáticas e chamativas com textos complementares curtos são fatores determinantes para a aprovação dos usuários da rede *Instagram*®. As evidências sugerem que essa plataforma pode ser usada para fins de aprendizagem, principalmente quando o objetivo é exibir imagens gráficas complementadas por conteúdo educacional (TIMOTHY; JEFFREY; KAITLYN; MARGARITA, 2016).

O Projeto de Extensão foi elaborado por um grupo de cinco alunas voluntárias do curso de Medicina e um professor orientador, com o objetivo de aumentar a adesão às medidas preventivas para o câncer de colo uterino por meio da educação em saúde. A ideia foi inspirada por uma atividade da disciplina de Oncologia do curso de Medicina, em 2019, na qual deveria ser elaborado um material que estimulasse a prevenção à neoplasia cervical. Dessa forma, criou-se o perfil de *Instagram*® intitulado “Discutindo HPV” (www.instagram.com/discutindohpv_), estando em operação desde então. Hoje, o Projeto consta com 12 estudantes voluntários, sob a orientação de dois docentes.

Desde outubro de 2019, a página passou a ser alimentada com conteúdos que obedecem a uma sequência didática sobre os assuntos acerca do tema HPV, visando alcançar o público leigo de todas as faixas etárias. Foi acordado, entre as alunas fundadoras, uma frequência semanal de publicações na grade e nos *stories*, com textos curtos, objetivos e de linguagem simples, adaptados de órgãos oficiais. Tal periodicidade era ajustada de acordo com as demandas curriculares das discentes, permitindo a continuidade do projeto durante os semestres. A interação com o público foi através de questionários, caixas de perguntas e conteúdo gráfico próprio que possibilitou informações de qualidade, acessível a todos os níveis educacionais.

O conteúdo das postagens explicitou o que é o HPV, sua epidemiologia, formas de transmissão, possíveis lesões e tumores causados por esse vírus, maneiras de prevenir a infecção e, especialmente, o câncer de colo uterino, além de ressaltar a importância da vacinação contra o HPV. O roteiro de publicações foi planejado de modo que primeiramente fossem postados os assuntos de menor complexidade, como a conceituação do vírus e suas manifestações, seguindo para as dúvidas mais comuns enviadas ao perfil. Para a elaboração das postagens, as principais fontes utilizadas eram documentos do Ministério da Saúde, artigos publicados pelo Instituto Nacional do Câncer, pela Organização Mundial de Saúde e Organização Pan-Americana de Saúde. Quando não eram encontrados documentos nessas fontes, realizavam-se pesquisas em bases de dados confiáveis, como o PubMed e a Biblioteca Virtual em Saúde.

A conta do tipo profissional disponibiliza informações, atualizadas diariamente, conforme as interações na página, para os criadores avaliarem os impactos das postagens. Além do número de curtidas e comentários, a rede social também informa a quantidade de visitas ao perfil nos últimos sete dias, e a de cada publicação, o perfil do público atingido, seu gênero e sua faixa etária.

Dois conceitos importantes para compreender as informações disponibilizadas pelo aplicativo são alcance e impressão. O primeiro informa o número total de usuários que visualizaram o conteúdo. Já o segundo, quantas vezes aquela postagem foi exibida. Ambos

diferem, porque na impressão um conteúdo pode ser exibido para a mesma pessoa várias vezes; ao contrário do alcance, que é sobre o número de usuários.

RESULTADOS E ANÁLISES

O perfil do Instagram https://www.instagram.com/discutindohpv_/ iniciou as suas atividades em 31 de outubro de 2019, estando, desde então, em constante atuação. Em 15 de maio de 2022, constavam 146 publicações no *feed* (espaço que reúne todas as postagens), e 1 vídeo no IGTV (Instagram TV), recurso que permite criação de vídeos longos no Instagram, além de 2.697 seguidores. Os seguidores correspondem em sua maioria por mulheres (70%), com destaque para a faixa etária de 25 a 34 anos (35%).

Quanto à expectativa dos estudantes no uso de tecnologia com o foco tomado pelos educadores, na literatura foram encontradas divergências. Os alunos preferem receber materiais de revisão e questionários, enquanto professores preferem postar vídeos, artigos e comentários explicativos (BIALY; JALALI, 2015). Isso ressalta a necessidade de desenvolver metodologias focadas no público-alvo, com linguagem, simples e objetiva, contribuindo para a disseminação correta da informação e aprovação dos usuários.

Em relação à localização, 98% dos seguidores estão no Brasil, sendo os 2% restantes compostos por pessoas de países como Portugal, Grécia, Austrália e Estados Unidos. Considerando as cidades, prevalece os seguidores de Natal/Rio Grande do Norte (35%), seguida por São Paulo (SP) (7%). Consideramos que o maior número de seguidores do Nordeste se dá pelo fato de o perfil citado ser um projeto de extensão da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Ante o exposto, constata-se que o Instagram® possui eficácia na disseminação de informações. O perfil “Discutindo HPV” atinge seguidores em diversas regiões e países, devido às redes sociais superarem barreiras de distância física. Esse atributo pode ser aproveitado para a prevenção de doenças por meio da educação em saúde e estímulo de práticas preventivas.

Em decorrência da pandemia causada pela doença pelo novo coronavírus em 2019 (COVID-19) e autopercepção do perfil como educador em saúde, decidiu-se realizar postagens sobre o novo coronavírus, que versavam sobre como se proteger do vírus, isolamento social, importância do uso de máscaras e vacinação. Tal modificação gerou respostas positivas, sugerindo que o objetivo de educar foi alcançado.

A postagem “O que é HPV?” foi a mais curtida com 91 *likes* de um total de 1.392; sendo também a mais compartilhada, recebendo 49 compartilhamentos, que ao todo somam 346. Desse modo, podemos afirmar que a definição da doença é de extrema importância no que diz respeito

à educação em saúde, definido pelo próprio Ministério da Saúde como uma apropriação temática pela população, que contribui para aumentar a autonomia das pessoas no seu autocuidado (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2006).

Considerando as impressões, que consiste no número de vezes que o perfil, ou uma postagem foi visualizado, a postagem “O que é NIC?” destacou-se com 1.507 impressões. O projeto como um todo atinge 35.147 impressões. A postagem de maior alcance foi “Quais os sintomas do HPV?”, com 995 de um total de 29.040 alcances.

O salvamento, dado quando o usuário marca uma postagem para ficar arquivada em seu próprio perfil, alcançou o total de 160, e a publicação mais salva foi “Coronavírus: quando procurar o serviço de saúde?”, com 17 arquivamentos.

Os *stories* contaram até o momento com um total de 257 publicações, destes 55,6% (143) conteúdo próprio, 14,8% (38) repostagens (postagens em que o conteúdo não foi criado no próprio *story*), do conteúdo do *feed* e 29,6% (76) conteúdos de outros perfis oficiais, como o do Ministério da Saúde.

Os números obtidos mostram uma grande capacidade da página em gerar conteúdo de saúde para a população, e que esse material está sendo entregue de forma eficiente através dessa plataforma que, inicialmente, é pensada apenas para compartilhamento de fotos e vídeos pessoais sem caráter de aprendizagem.

A plataforma *stories* no *Instagram*® possibilitou postagens mais interativas, com participação ativa do público, promovendo um ambiente virtual descontraído de aprendizagem. Há estudo apontando que o público possui preferência por conteúdos diversificados, não por temas específicos e limitados (COSTA, 2019). Logo, o uso dos *stories* na divulgação de informações gerais sobre saúde e respondendo dúvidas do público contribuiu para ampliar o interesse dos usuários pela página, auxiliando no aprendizado da temática sem cobranças, mas significativa e de qualidade.

Compreende-se que o *Instagram*® possui potencial para ser usado como meio de aprendizagem, especialmente na conscientização da comunidade, que possui acesso à internet, sobre o HPV e as patologias que esse vírus pode causar. No entanto, é necessário que o conteúdo publicado seja fruto de um cuidadoso planejamento, com foco no público leigo sobre a temática para que desperte o interesse e garanta a compreensão das informações. Dessa forma, permite-se que a informação correta seja disseminada e, por meio do incentivo e educação em saúde, que o perfil “Discutindo HPV” auxilie na expansão da vacinação, já disponibilizada pela rede pública, contra o HPV no Brasil.

Vale ressaltar que o projeto não foi financiado, o que limitou o uso de recursos de divulgação e, conseqüentemente, alcance das publicações. Investimentos neste tipo de projeto levariam à promoção dos conteúdos, gerando mais acessos e ampliando a difusão de informações.

CONSIDERAÇÕES ÉTICAS

Uma vez que os elementos utilizados neste trabalho são originados de banco de dados de interesse e controle exclusivo dos autores, não foi necessário submeter projeto de pesquisa a Comitê de Ética para obtenção do Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE), nem emissão de termo de confidencialidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O perfil “Discutindo HPV” buscou gerar um processo em cascata de educação em saúde, de forma que os seguidores se tornassem fontes de propagação e uma cadeia de informações fosse formada. Nesse ponto, é essencial ressaltar que a continuação da ampliação da cobertura da internet em lugares pouco acessíveis é imprescindível, para que este processo em cadeia gerado pela educação em saúde discutido neste trabalho e outros processos educacionais e sociais possam evoluir.

No mais, os dados coletados demonstram que o perfil tem atingido o propósito de compartilhar conteúdo com base científica sobre o HPV, de forma a atingir diversos públicos, aumentar a adesão à vacina e solucionar as dúvidas mais frequentes, estimulando a prevenção contra verrugas e neoplasia causados pelo vírus. Ademais, o perfil também se mostrou eficiente em incluir questões relevantes durante a pandemia da COVID-19.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Beatriz Lisboa; YAMADA, Patrícia Ayumi Nunes; VICENTE, Elen Bruna Pereira; LUCENA, Tiago Rodrigues; BERNUC, Marcelo Picinin. **Instagram no fortalecimento das ações contra a transmissão do HPV**. In: MOSTRA INTERNA DE TRABALHOS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 9., 2018, Maringá. Anais da IX Mostra Interna de Trabalhos de Iniciação Científica. Paraná: Unicesumar – Centro Universitário de Maringá, 2018.

AMERICAN CANCER SOCIETY. **Atlanta: American Cancer Society**. Disponível em: <https://www.cancer.org>. Acesso em: 27 ago. 2020.

CASTANEDA, Luciana; BERGMANN, Anke; CASTRO, Shamyr; KOIFMAN, Rosalina. **Prevalência de incapacidades e aspectos associados em mulheres com câncer de colo do**

útero, Rio de Janeiro, Brasil. Cadernos Saúde Coletiva, v. 27, n. 3, p. 307-315, set. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1414-462x201900030440>.

CLEMENT. Statista. **Leading countries based on Instagram audience size as of April 2020**. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

COSTA, Franciely Vanessa. **Uso do Instagram como ferramenta de estudo: análise de um perfil da área biológica**. Research, Society And Development, v. 8, n. 10, 23 ago. 2019. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v8i10.1360>.

BIALY, Safaa El; JALALI, Alireza. **Go Where the Students Are: a comparison of the use of social networking sites between medical students and medical educators**. Jmir Medical Education, v. 1, n. 2, 8 set. 2015. JMIR Publications Inc. <http://dx.doi.org/10.2196/mededu.4908>

HAUSEN, Harald Zur. **Papillomaviruses in the causation of human cancers — a brief historical account**. Virology, v. 384, n. 2, p. 260-265, fev. 2009. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.virol.2008.11.046>

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. **Câncer do colo do útero**. 2020. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/tipos-de-cancer/cancer-do-colo-do-uterio>. Acesso em: 20 abr. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Informações de Saúde, Epidemiológicas e Morbidade: banco de dados**. Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde. Disponível em: <https://datasus.saude.gov.br/epidemiologicas-e-morbidade/>. Acesso em: 27 ago. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Câmara de Regulação do Trabalho em Saúde**. Secretaria de Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde. Departamento de Gestão e da Regulação do Trabalho em Saúde. Brasília: Ministério da Saúde; 2006.

MONTARDO, Sandra Portella. **Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa**. Galáxia (São Paulo), n. 41, p. 169-182, ago. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019237688>.

NOGUEIRA-RODRIGUES, Angelica. **HPV Vaccination in Latin America: global challenges and feasible solutions**. American Society Of Clinical Oncology Educational Book, n. 39, p. 45-52, maio 2019. American Society of Clinical Oncology (ASCO). http://dx.doi.org/10.1200/edbk_249695.

OLIVEIRA, Tiago Robério de. **Utilização de uma mídia digital como ferramenta didática para ensino da relação entre o HPV e a gênese do câncer do colo do útero**. 2020. Dissertação (Mestrado em Ensino de Biologia) - Universidade Federal de Pernambuco, Vitória de Santo Antão, 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Progress and Challenges with Achieving Universal Immunization Coverage**. 2020. Disponível em: https://www.who.int/immunization/monitoring_surveillance/who-immuniz.pdf. Acesso em: 1 set. 2020.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **Folha informativa: HPV e câncer do colo do útero.** Brasília, 2019. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5634:folha-informativa-hpv-e-cancer-do-colo-doutero&Itemid=839. Acesso em: 22 abr. 2020.

SHAFER, Serena; JOHNSON, Michael B.; THOMAS, Rachel B.; JOHNSON, Pamela T.; FISHMAN, Elliot K.. **Instagram as a Vehicle for Education.** Academic Radiology, v. 25, n. 6, p. 819-822, jun. 2018. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.acra.2018.03.017>.

SOUZA, Karla Cristina Faria. **Morfologia das redes sociais e sua influência na realidade das mulheres com HPV.** 2019. 122 f. Dissertação (Mestrado em Economia Doméstica) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa. 2019.

TEOH, Deanna. **The Power of Social Media for HPV Vaccination–Not Fake News!** American Society Of Clinical Oncology Educational Book, n. 39, p. 75-78, maio 2019. American Society of Clinical Oncology (ASCO). http://dx.doi.org/10.1200/edbk_239363.

TIMOTHY, P Gauthier; JEFFREY, Bratberg; KAITLYN, Loi; MARGARITA, V Divall. **Delivery of educational content via Instagram®.** Medical Education, v. 50, n. 5, p. 575-576, 13 abr. 2016. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/medu.13009>.

TUMBAN, Ebenezer. **A Current Update on Human Papillomavirus-Associated Head and Neck Cancers.** Viruses, v. 11, n. 10, p. 922, 9 out. 2019. MDPI AG. <http://dx.doi.org/10.3390/v11100922>.

VOLPATO, Bruno. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021, com insights e materiais gratuitos.** Resultados Digitais, 24 de agosto de 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em: 15 de maio de 2022.

Recebido em: 11/07/2021

Aceito em: 08/08/2022