








ARTÍCULO ORIGINAL

Análisis del contenido sobre cáncer de cuello uterino en Instagram

HIGHLIGHTS

1. Se identifican brechas en la confiabilidad de la información sobre VPH y cáncer de cuello uterino.
2. Se observan desigualdades regionales en la comunicación digital en salud.
3. La desinformación en salud es una forma de violencia simbólica.
4. La alfabetización digital es una estrategia de equidad en salud.

Luana Oliveira Rodrigues¹ 
Luane Julyelle Duarte Pantoja¹ 
Beatriz Graça de Araújo Moraes² 
Nayara Gonçalves Barbosa³ 
Thais de Oliveira Gozzo⁴ 
Flávia Azevedo Gomes-Sponholz⁴ 
Lise Maria Carvalho Mendes⁵ 

RESUMEN

Objetivo: Analizar la confiabilidad del contenido sobre cáncer de cuello uterino publicado en Instagram. **Método:** Estudio descriptivo, de tipo investigación documental, que analizó publicaciones de Instagram sobre cáncer de cuello uterino, seleccionadas mediante los hashtags #câncerdecolodeútero, #hvp, #vacinahpv y #vacinacontraohpv, en mayo de 2025. Se analizaron las 50 primeras publicaciones de la pestaña "relevantes" para cada hashtag. La confiabilidad de la información fue evaluada mediante metodologías validadas internacionalmente para la medición de la calidad de la información en salud. **Resultados:** El 55% de las publicaciones fueron consideradas confiables, el 33% de confiabilidad media, el 10% no confiables y el 2% inconsistentes. El 47,27% de las publicaciones estaban vinculadas al eje temático de prevención y el 14,54% al de diagnóstico. Se identificó una amplia circulación de información de baja confiabilidad sobre la prevención del cáncer de cuello uterino. **Conclusión:** La identificación de contenidos con baja calidad informacional evidencia una preocupación en el contexto de la comunicación en salud en las redes sociales.

DESCRIPTORES: Salud Pública Digital; Internet; Desinformación; Neoplasias del Cuello Uterino; Virus del Papiloma Humano.

CÓMO REFERIRSE A ESTE ARTÍCULO:

Rodrigues LO, Pantoja LJD, Moraes BGA, Barbosa NG, Gozzo TO, Gomes-Sponholz FA, et al. Análisis del contenido sobre cáncer de cuello uterino en Instagram. Cogitare Enferm [Internet]. 2026 [cited "insert year, month and day"];31:e101891es. Available from: <https://doi.org/10.1590/ce.v31i0.101891es>

¹Universidade Federal do Amapá, Departamento de Biologia e Ciências da Saúde, Macapá, AP, Brasil.

²Universidade do Estado do Amazonas, Programa de Pós-Graduação em Enfermagem em Saúde Pública, Manaus, AM, Brasil.

³Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Enfermagem, São Paulo, SP, Brasil.

⁴Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Enfermagem em Saúde Pública, Ribeirão Preto, SP, Brasil.

⁵Universidade Federal do Amapá, Programa de Pós-Graduação em Enfermagem para o Cuidar-Educar, Amapá, AP, Brasil.

INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas, el surgimiento de las redes sociales como fuente de información en salud reformuló la manera en que circula el conocimiento. Las plataformas de redes sociales se convirtieron en espacios dinámicos de construcción y disputa de sentidos en torno a las prácticas de autocuidado, la prevención de enfermedades y la adherencia a los tratamientos¹⁻².

En el contexto latinoamericano, y particularmente en Brasil, este fenómeno adquiere una complejidad aún mayor, dada la alta inserción de estas plataformas en diferentes estratos poblacionales y la histórica desigualdad en el acceso a fuentes calificadas de información en salud³⁻⁴. La desinformación en salud y la difusión de afirmaciones falsas o distorsionadas, sin respaldo científico, profundizan las vulnerabilidades sociales y sanitarias, impactando en las decisiones individuales y colectivas⁵⁻⁶.

En este contexto, el cáncer de cuello uterino (CCU) se configura como un tema de alta sensibilidad para el análisis. En Brasil, el CCU sigue siendo una de las principales causas de morbimortalidad femenina, con mayor incidencia en las regiones Norte y Nordeste, lo que refleja históricas desigualdades en el acceso a la prevención y al tratamiento⁷. Su prevención está directamente vinculada a la vacunación contra el virus del papiloma humano (VPH)⁸, cuyo éxito depende, entre otros factores, de la circulación de información correcta y de la superación de las barreras comunicacionales que alimentan la hesitación vacunal⁸⁻⁹.

La hesitación vacunal ha sido significativamente influenciada por la difusión de información falsa en las redes sociales, comprometiendo las estrategias de salud pública^{10,11}. Plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y WhatsApp son los principales canales para la propagación de la desinformación en salud, lo que contribuye a la resistencia de algunos grupos sociales a la vacunación^{3,10}. Estas plataformas han alcanzado una amplia adhesión entre los consumidores de información en salud, abarcando diversos grupos sociales sin distinción de género o edad².

En este escenario, considerando la relevancia epidemiológica del CCU⁷ y los riesgos asociados a la difusión de desinformación en salud en las redes sociales^{3,10}, resulta imprescindible evaluar la confiabilidad de la información relacionada con este tema en plataformas de gran alcance, como Instagram. A pesar de la creciente literatura sobre la desinformación vacunal, aún escasean los estudios que analicen sistemáticamente la calidad de la información sobre CCU y VPH en Instagram. La elección de Instagram como campo de análisis se justifica por su creciente protagonismo en la difusión de contenidos de salud, especialmente entre públicos jóvenes y de media a alta conectividad digital³. La estructura visual de la plataforma, combinada con los algoritmos de personalización de contenido, puede potenciar la difusión tanto de información calificada como de contenidos desinformativos, lo que amplía la necesidad de un monitoreo crítico de estas redes³.

La literatura científica identifica metodologías validadas internacionalmente para la medición de la calidad de la información en salud, entre las que se destacan tres instrumentos ampliamente utilizados: el *Journal of the American Medical Association* (JAMA), que evalúa la autoría, la transparencia y la claridad de las publicaciones; el código HONcode; y el DISCERN, que evalúa la precisión, la imparcialidad y la utilidad práctica de la información disponible para los usuarios¹¹⁻¹³. El análisis sistemático basado en estos criterios tiene como objetivo no solo caracterizar la calidad del contenido identificado, sino también señalar caminos para acciones educativas y políticas públicas orientadas a la promoción de información en salud basada en evidencias en el entorno digital, fortaleciendo la capacidad de respuesta de los sistemas de salud ante

la desinformación. De este modo, el objetivo del estudio es analizar la confiabilidad del contenido sobre cáncer de cuello uterino publicado en Instagram.

MÉTODO

Estudio descriptivo, de tipo investigación documental, que utilizó *hashtags* para la búsqueda de publicaciones sobre CCU en la red social Instagram.

Las búsquedas se realizaron entre el 12 y el 19 de mayo de 2025. Instagram fue seleccionado por su amplia popularidad, su elevado alcance en la difusión de información no confiable, el impacto que ejerce sobre la salud de las personas y su potencial para promover cambios positivos en la forma de compartir información¹⁻².

Este estudio se centró exclusivamente en publicaciones de carácter informativo vinculadas al *hashtag* seleccionado para el análisis. Se incluyeron publicaciones que utilizaron los siguientes *hashtags*: #câncerdecólodeútero, #hvp, #vacinahpv y #vacinacontraohpv. Se excluyeron las publicaciones incoherentes, desvinculadas del *hashtag* o compuestas únicamente por relatos personales. De este modo, siempre que una publicación no cumplía con los criterios predefinidos, era automáticamente descartada y el análisis continuaba con la publicación siguiente. Esta metodología permitió identificar las principales publicaciones en circulación, considerando que la frecuencia y el destaque de determinadas publicaciones están directamente asociados a su alcance.

Para la caracterización de la muestra, se seleccionaron las 50 primeras publicaciones de la pestaña "relevantes" para cada *hashtag*, totalizando 200 publicaciones analizadas. Este número fue definido con base en estudios nacionales e internacionales que emplean muestras de entre 30 y 100 publicaciones por *hashtag* como estrategia metodológica válida para el análisis de redes sociales^{3,14}.

Se consideró también la dinámica de la plataforma, en la que los contenidos con mayor alcance tienden a permanecer en las primeras posiciones de la pestaña "Relevantes". Asimismo, se tuvo en cuenta el criterio de saturación temática identificado en el análisis preliminar, en el que, a partir de las 50 publicaciones, los temas comenzaron a repetirse con escasa incorporación de nuevos elementos cualitativos. Durante la selección se aplicó además un criterio de consistencia, incluyendo únicamente publicaciones acordes con el *hashtag* asignado.

El análisis de las publicaciones fue realizado por dos evaluadoras independientes, previamente capacitadas en la aplicación de los instrumentos JAMA, HONcode y DISCERN. Las características y los aspectos evaluados se presentan en el Cuadro 1.

Se utilizó un instrumento adaptado¹⁴ para el análisis de la confiabilidad de las publicaciones en Instagram, mediante cinco preguntas (Cuadro 2). La información fue categorizada en alta, media o baja confiabilidad de acuerdo con la siguiente escala: alta confiabilidad, más de seis puntos (superior al 60% de confiabilidad); confiabilidad media, de cuatro a seis puntos (entre el 30% y el 60% de confiabilidad); baja confiabilidad, de cero a tres puntos (entre el 0% y el 30% de confiabilidad); publicaciones inconsistentes, sin correlación con el contenido difundido. Los datos también fueron analizados mediante estadística descriptiva (frecuencia relativa, frecuencia absoluta, media).

Cuadro 1. Instrumentos utilizados para evaluar la confiabilidad de las publicaciones sobre CCU en Instagram. Macapá, Amapá, Brasil, 2025

Instrumento	Aspectos evaluados	Características principales
Criterios JAMA ¹²	Autoría, atribución de fuentes, declaración de conflictos de interés, actualidad de la información	Analiza la transparencia, la credibilidad y la responsabilidad editorial presentes en las publicaciones de salud.
Criterios HONcode ¹²	Autoridad, complementariedad de la información, confidencialidad, atribución de fuentes, justificación de las afirmaciones, transparencia de autoría, patrocinio y publicidad	Prioriza la ética y la calidad de la información en salud disponible en línea, con énfasis en sitios web y contenidos digitales.
Criterios DISCERN ¹³	Claridad de los objetivos, identificación de fuentes, actualidad de la información, imparcialidad, orientación basada en evidencias	Evalúa la confiabilidad y la calidad de la información en salud, con especial atención a las opciones de tratamiento, dirigidas al público lego.
Instrumento adaptado ¹⁴	Autoría, fuentes de información, patrocinio/publicidad, misión de la publicación, imparcialidad del contenido	Incorpora los principios del JAMA, HONcode y DISCERN en la evaluación de la confiabilidad de los contenidos en redes sociales, adaptándolos al lenguaje y las dinámicas específicas de Instagram.

Fuente: Los autores (2025).

Cuadro 2. Instrumento adaptado para el análisis de la confiabilidad de las publicaciones sobre CCU en Instagram. Macapá, Amapá, Brasil, 2025

Categorías	Aspectos	Puntuación
Autoría	1- ¿El autor de la publicación está explícito en ella? En caso afirmativo, ¿es un profesional del área?	Hasta 3
Fuentes de información	2- ¿Están claramente indicadas las fuentes utilizadas para obtener la información que figura en la publicación?	Hasta 2
Patrocinio y publicidad	3- ¿La publicación contiene patrocinio o publicidad? En caso afirmativo, ¿está debidamente informado?	Hasta 2
Misión	4- ¿El público objetivo y la finalidad de la publicación están claramente indicados?	Hasta 1
Imparcialidad del contenido	5- ¿El contenido de la publicación se presenta de forma imparcial?	Hasta 2

Fuente: Los autores, adaptado de¹⁴.

Se realizó una prueba piloto con 20 publicaciones, cinco por hashtag, para la capacitación y el alineamiento de los criterios interpretativos. Las discrepancias fueron resueltas por consenso entre los evaluadores y, en casos específicos, con la mediación de un tercer evaluador. Las publicaciones del piloto fueron incluidas en el estudio.

Por tratarse de datos públicos disponibles en internet, y considerando que no se utilizó ninguna información personal identificable, el estudio no requirió aprobación de un comité de ética, conforme a la Resolución n.º 510/2016 del Consejo Nacional de Salud. Se respetaron los principios éticos en la conducción y divulgación de los resultados.

RESULTADOS

Se identificaron más de 927.700 publicaciones que utilizaron los hashtags seleccionados para el estudio, distribuidas de la siguiente manera: #câncerdecolodeútero, más de 5.000; #hvp, 900.000; #vacinahpv, 23.200; #vacinacontraohpv, más de 500.

De las 50 publicaciones recuperadas mediante el hashtag #câncerdecolodeútero, 47 (94,0%) presentaron consistencia; de estas, 27 (57,4%) contenían información considerada de alta confiabilidad. Entre ellas, 14 (29,7%) abordaban específicamente la prevención, con énfasis en medidas como la vacunación contra el VPH, el uso de preservativos y la orientación para una sexualidad segura, estrategias fundamentales para reducir la incidencia del CCU.

Las demás publicaciones de alta confiabilidad se distribuyeron entre los siguientes ejes temáticos: 4 (8,5%) abordaban el diagnóstico, con énfasis en pruebas como la citología cervicovaginal y los test de VPH; 2 (4,2%) trataban las modalidades de tratamiento, incluyendo cirugía, radioterapia y quimioterapia; 2 (4,2%) se enfocaban en síntomas y señales de alerta; 2 (4,2%) desmitificaban información falsa; 1 (2,1%) brindaba información sobre las formas de contagio del VPH; 1 (2,1%) presentaba datos epidemiológicos y estadísticos; y 1 (2,1%) fue clasificada como "otros" por tratar sobre lesiones precancerosas. Además, 20 (42,5%) publicaciones fueron consideradas de confiabilidad media. No se identificaron publicaciones con bajos niveles de confiabilidad.

Cabe destacar que 22 (46,8%) publicaciones contenían información atribuida a profesionales médicos. Sin embargo, solo una (2,1%) alcanzó la puntuación máxima por cumplir íntegramente con todos los criterios establecidos. Asimismo, 15 (31,9%) publicaciones no obtuvieron la puntuación máxima por no indicar la fuente de información utilizada.

Las publicaciones recuperadas con el hashtag #hvp fueron las que presentaron los mejores resultados en términos de confiabilidad. De las 50 publicaciones evaluadas, 49 (98,0%) fueron consideradas consistentes; de estas, 33 (67,3%) fueron categorizadas como de alta confiabilidad, siendo la mayoría del eje de prevención ($n = 14$; 28,5%). Otro eje temático destacado fue el combate a mitos y a la desinformación, con 10 (20,4%) publicaciones confiables. Entre las publicaciones consistentes, 12 (24,4%) presentaron un nivel medio de confiabilidad y 4 (8,1%) un nivel bajo, todas relacionadas con la prevención. Solo una (2,0%) publicación recibió la puntuación máxima, abordando información sobre el contagio del VPH, y 20 (40,8%) publicaciones no alcanzaron la nota 10 por no indicar la fuente de información.

El 35 (71,4%) de las publicaciones identificó al autor, siendo la gran mayoría, 31 (63,2%), compuestas por profesionales médicos. Las restantes 4 (8,1%) fueron firmadas por un enfermero, un nutricionista, un farmacéutico y un periodista. Se observó además que 17 (34,6%) publicaciones promovían servicios ofrecidos en clínicas privadas, lo que indica un posible sesgo comercial en la difusión de la información. Asimismo, con el uso de este hashtag se identificó una publicación de alta confiabilidad dirigida al público LGBTQIA+, con orientación sobre las formas de prevención del VPH para mujeres que se relacionan con otras mujeres.

En cuanto a los resultados del análisis de las 50 publicaciones con el hashtag #vacinahpv, 30 (60,0%) fueron clasificadas como de alta confiabilidad, lo que evidencia una adherencia a los criterios de calidad informacional, tales como la presencia de datos basados en evidencias científicas, la claridad del lenguaje y la identificación de la autoría o de fuentes confiables.

Dentro de este grupo, la mayoría de las publicaciones abordaba el eje temático de la prevención, con 13 (26,0%) publicaciones que trataban temas como la vacunación contra el VPH, el uso de preservativos, la orientación para prácticas sexuales seguras y los factores de riesgo asociados a la infección por el virus. Se identificaron cinco (10,0%) publicaciones con información confiable sobre diagnóstico, que mencionaban pruebas como la citología cervicovaginal y los test específicos de detección del VPH; tres (6,0%) abordaban opciones terapéuticas, incluyendo cirugía, radioterapia y quimioterapia; dos (4,0%) abordaban síntomas y señales de alerta; y dos (4,0%) brindaban información sobre las formas de contagio del VPH.

Solo una (2,0%) publicación presentó datos epidemiológicos o estadísticos; tres (6,0%) abordaron el apoyo emocional o social para pacientes y familiares; y una (2,0%) discutió políticas públicas o campañas de salud relacionadas con el tema.

En el grupo de publicaciones con una media de confiabilidad de 13 (26,0%), se observó una leve predominancia de contenidos orientados a la prevención, 8 (16,0%), y al diagnóstico, 5 (10,0%). Estas publicaciones, aunque contenían información potencialmente útil, presentaban limitaciones derivadas de factores como la ausencia de referencias claras, la simplificación excesiva de los contenidos técnicos o el uso de lenguaje ambiguo, lo que puede comprometer la comprensión plena o la credibilidad de los mensajes.

Además, siete (14,0%) publicaciones con el hashtag #vacinahpv fueron clasificadas como de baja confiabilidad, y todas abordaban exclusivamente el eje de la prevención. Este hallazgo resulta preocupante, ya que información imprecisa o incorrecta sobre estrategias preventivas puede generar desinformación, hesitación vacunal o la adopción de conductas inadecuadas por parte del público lego. Las deficiencias más frecuentes en estas publicaciones incluyeron la ausencia de fuentes, el uso de lenguaje sensacionalista, un abordaje superficial y, en algunos casos, la difusión de mitos o datos desactualizados sobre la vacunación contra el VPH.

En relación con el hashtag #vacinacontraohpv, de las 50 publicaciones analizadas, 20 (40,0%) fueron clasificadas como de alta confiabilidad. Estas se distribuyeron principalmente en el eje temático de la prevención, con 11 (22,0%) publicaciones. Los demás temas abordados con alta confiabilidad incluyeron: diagnóstico, 3 (6,0%); síntomas y señales de alerta, 2 (4,0%); tratamiento, 1 (2,0%); información sobre el contagio del VPH, 1 (2,0%); datos epidemiológicos o estadísticos, 1 (2,0%); y apoyo emocional o social a pacientes y familiares, 1 (2,0%). Estos datos sugieren que, si bien la prevención es el foco principal, existe un esfuerzo, aunque limitado, por abordar otras dimensiones relevantes de la temática. Las publicaciones clasificadas como de confiabilidad media totalizaron 21 (42,0%), representando la mayor proporción entre los tres niveles.

Al igual que en las publicaciones de alta confiabilidad, la mayoría de las publicaciones de confiabilidad media también se concentraron en el eje de la prevención, 16 (32,0%), seguidas por los temas de diagnóstico, 4 (8,0%), y síntomas y señales de alerta, 1 (2,0%). Esta concentración refuerza la centralidad del discurso preventivo en las campañas digitales sobre el VPH, aunque la consistencia y el fundamento de la información aún presentan variaciones.

Además, nueve (18,0%) publicaciones fueron clasificadas como de baja confiabilidad. Todas estaban relacionadas con el eje temático de la prevención, lo que evidencia que, incluso en un campo considerado prioritario para la salud pública, aún se difunde información imprecisa, incompleta o no fundamentada en evidencias científicas. La presencia de contenidos con baja calidad informacional puede comprometer la eficacia de las campañas de concientización y refuerza la necesidad de una mayor regulación y curación de contenidos en entornos digitales.

Al analizar el conjunto, se observó que, de las 200 publicaciones: 110 (55,0%) pueden considerarse confiables; 66 (33,0%), de confiabilidad media; 20 (10,0%), no confiables; y 4 (2,0%), inconsistentes.

Estos resultados destacan la importancia de monitorear activamente el contenido sobre salud difundido en las redes sociales, especialmente en temas sensibles como la vacunación, que impactan directamente en la salud pública. La predominancia de publicaciones de alta confiabilidad es positiva, pero la presencia de contenidos de baja confiabilidad evidencia la necesidad de estrategias más eficaces para regular la calidad de la información digital y fomentar la producción de contenido confiable por parte de profesionales de la salud e instituciones reconocidas.

DISCUSIÓN

Se verificó la difusión de información de confiabilidad media y baja, particularmente en el eje temático de la prevención. Estos hallazgos son coherentes con estudios recientes que investigan la calidad y el impacto de la información sobre VPH y CCU en las redes sociales. Un análisis de contenido en Instagram identificó que, si bien existe un enfoque significativo en la prevención secundaria del cáncer cervical, como la citología cervicovaginal, la información sobre prevención primaria, específicamente la vacunación contra el VPH, es escasa¹⁵.

La escasez de contenidos informativos confiables que enfatizan la vacunación contra el VPH como estrategia de prevención primaria tiene repercusiones directas en el escenario epidemiológico actual, especialmente entre las mujeres jóvenes. Brasil presenta actualmente señales de una inversión en la tendencia de mortalidad por CCU¹⁶. Un estudio que analizó la evolución de la mortalidad por CCU en el país entre 1980 y 2020 verificó que la tasa de mortalidad dejó de descender en 2014 y, a partir de entonces, comenzó a crecer a un ritmo de 1,2% anual. Entre las mujeres más jóvenes, con edades de entre 25 y 39 años, la tasa de mortalidad dejó de descender y comenzó a aumentar desde 2007, a una velocidad de 2,5% anual¹⁶.

La alta conectividad de las mujeres jóvenes, si bien ofrece oportunidades para la difusión de información en salud, también las expone a contenidos de baja confiabilidad. La presencia de información imprecisa o engañosa sobre la prevención, el diagnóstico y el tratamiento del CCU en las redes sociales puede contribuir a la hesitación vacunal y a la no adherencia al tamizaje, factores que impactan negativamente en la prevención y el control de la enfermedad.

En este sentido, la comunicación en salud no puede entenderse de forma instrumental, como simple transmisión de información correcta o incorrecta, sino como un proceso social y político que organiza sentidos, regula comportamientos, influye en decisiones colectivas e individuales y estructura, en última instancia, modos de vivir, enfermar y morir¹⁷. La circulación de desinformación en salud en las redes sociales no es, por tanto, un fenómeno marginal; al contrario, refleja y materializa las contradicciones

estructurales de sociedades profundamente marcadas por desigualdades en el acceso a la información calificada, a la educación, a los servicios de salud y al conocimiento científico. Es necesario comprender que los procesos informacionales, y la desinformación en particular, actúan como mediaciones fundamentales en la reproducción de las inequidades en salud¹⁸.

En este estudio también se identificó una publicación sensacionalista de una clínica privada que promovía la vacuna contra el VPH argumentando que cubre más serotipos. El contenido omitió que la vacuna del Sistema Único de Salud (SUS), aunque con menor cobertura de serotipos, protege contra los tipos más asociados al cáncer. Esta omisión puede inducir la percepción de que la vacuna pública es inferior, estimulando la búsqueda de vacunas privadas sin necesidad clínica. Dicha práctica desinforma y refuerza las desigualdades en salud.

La desinformación en salud tampoco se explica únicamente por la ausencia de conocimiento, sino que emerge como un fenómeno estructurante de las disputas sociopolíticas contemporáneas, que opera en la reproducción de las desigualdades y en la fragilidad de los vínculos sociales e institucionales¹⁹. Aquí resulta pertinente recurrir al concepto de violencia simbólica²⁰, entendida como la capacidad de imponer representaciones del mundo de manera que sean naturalizadas como legítimas, incluso cuando producen exclusión. La desinformación, en este contexto, se configura como una expresión contemporánea de esa violencia simbólica, al reforzar estigmas, alimentar la hesitación vacunal y oscurecer los derechos en salud. Se trata de una imposición de significados y jerarquías que opera a través del lenguaje, la educación, los medios de comunicación, las normas y los símbolos culturales, sin recurrir a la coerción física o explícita.

En Brasil, esta violencia se expresa de forma particularmente aguda, con desigualdades regionales pronunciadas en las regiones Norte y Nordeste, que presentan las tasas de incidencia de CCU más altas del país, con 20,48 y 17,59 casos por 100.000 mujeres, respectivamente, para el trienio 2023-2025⁷. Estas regiones también enfrentan desafíos significativos en la cobertura vacunal contra el VPH, lo que contribuye a la persistencia de las altas tasas de incidencia y mortalidad por CCU²¹.

La difusión de información de baja confiabilidad en las redes sociales puede agudizar estas desigualdades, especialmente en regiones donde el acceso a información de calidad es limitado. Este fenómeno se vuelve aún más problemático si se considera que la interpretación de contenidos inconsistentes o poco confiables exige a los usuarios un mayor grado de alfabetización digital en salud. En áreas donde el acceso precario a la educación formal y a los servicios de salud es una realidad cotidiana, la circulación de contenidos inexactos tiene el potencial de reforzar mitos, incrementar la hesitación vacunal, generar desinformación sobre métodos preventivos y, en consecuencia, perpetuar las altas tasas de incidencia y mortalidad por CCU²².

Asimismo, se identificó una brecha significativa en la producción de contenidos dirigidos a las poblaciones indígenas, ribereñas, quilombolas y LGBTQIA+, cuyas tasas de mortalidad por CCU superan las medias nacionales, según estudios epidemiológicos recientes²³⁻²⁴. Un estudio realizado en Brasil identificó que la proporción de mujeres LGBT+ que se sometieron a exámenes preventivos de CCU, como la citología cervicovaginal, fue menor que entre las mujeres no LGBT+, con un 39,0% y un 75,0%, respectivamente²²⁻²³. En cuanto a las mujeres indígenas, se constató que mueren de CCU un 80,0% más que las mujeres blancas²⁴.

La ausencia de campañas segmentadas contribuye a la invisibilización de estas poblaciones en las políticas públicas de prevención del CCU. Por ello, la formulación

de políticas de comunicación en salud debe contemplar la pluralidad sociocultural del país como condición para garantizar el derecho a la información y a la salud. Más que una cuestión de acceso, la calidad de la información en circulación constituye un determinante social de la salud.

Este estudio presenta limitaciones que deben considerarse en la interpretación de los resultados. La muestra se restringió a publicaciones asociadas a hashtags previamente seleccionados, con base en la pestaña "Relevantes" de Instagram, cuyos criterios de ordenación son desconocidos y están influenciados por algoritmos. Esto representa una limitación metodológica, aunque también refleja lo que efectivamente llega a los usuarios. Además, los instrumentos de evaluación utilizados fueron diseñados para entornos de divulgación científica, lo que puede comprometer su adecuación al contexto de las redes sociales, cuyo público objetivo es mayoritariamente lego. La ausencia de criterios adaptados a un lenguaje accesible constituye otro desafío. Por último, se trata de un recorte temporal, lo que impide la generalización de los resultados a otros momentos, dada la dinámica propia de las redes sociales.

Los hallazgos de este estudio refuerzan la relevancia de la actuación profesional en la promoción y difusión de información en salud basada en evidencias en el entorno digital. Es necesaria una mayor participación de los profesionales de la salud en la producción, curación y divulgación de contenidos calificados sobre cáncer de cuello uterino en las redes sociales. En este contexto, la Enfermería puede contribuir al fortalecimiento de la educación en salud, al enfrentamiento de la desinformación y a la ampliación del acceso de la población a información segura, favoreciendo las decisiones informadas y la adherencia a las estrategias de prevención y tamizaje de la enfermedad.

CONCLUSIÓN

La confiabilidad de la información sobre CCU y VPH en Instagram aún presenta brechas preocupantes, con numerosas publicaciones sin autoría clara, fuentes científicas o contenido actualizado. Esta realidad adquiere mayor gravedad al considerar el papel central de la plataforma en la formación de opinión, especialmente entre los jóvenes. Se vuelve urgente involucrar a los profesionales de la salud en la promoción de la alfabetización en salud y responsabilizar a los productores de contenido digital. En el ámbito educativo, el estudio destaca la necesidad de incorporar competencias comunicacionales y digitales en la formación de los profesionales de la salud. Ello les permitirá actuar de forma ética y eficaz en la producción, análisis y difusión de contenidos, respetando los distintos contextos y lenguajes.

FINANCIAMIENTO

El presente estudio fue realizado con el apoyo de la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior — Brasil (CAPES) — Código de Financiamento 001.

REFERENCIAS

1. Roberts B, Kobritz M, Nofi C, Demyan L, Guevara J, Hansen L, et al. Social Media, misinformation, and online patient education in emergency general surgical procedures. *J Surg Res [Internet]*. 2023 [cited 2025 Jul 26];287:16-23. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jss.2023.01.009>
2. Chou WYS, Gaysynsky A, Cappella JN. Where we go from here: health misinformation on social media.

- Am J Public Health [Internet]. 2020 [cited 2025 Jul 26];110(Suppl 3):S273-S5. Available from: <https://doi.org/10.2105/ajph.2020.305905>
3. Galhardi CP, Freire NP, Fagundes MCM, Minayo MCS, Cunha ICKO. Fake news and vaccine hesitancy in the context of the COVID-19 pandemic in Brazil. *Ciênc Saúde Coletiva* [Internet]. 2022 [cited 2025 May 20];27(5):1849-58. Available from: <https://doi.org/10.1590/1413-81232022275.24092021>
4. Mendes LMC, da Silva Neto AS, Barbosa NG, Cardoso LF, de Andrade RF, Gomes-Sponholz FA. Representations of COVID-19: the pandemic in the context of international commuting migration from mining. *Rev Esc Enferm USP* [Internet]. 2023 [cited 2025 Jul 26];57(spe):e20220382. Available from: <https://doi.org/10.1590/1980-220X-REEUSP-2022-0382en>
5. Suarez-Lledo V, Alvarez-Galvez J. Prevalence of health misinformation on social media: systematic review. *J Med Internet Res* [Internet]. 2021 [cited 2025 Jul 26];23(1):e17187. Available from: <https://www.jmir.org/2021/1/e17187/>
6. Wang Y, McKee M, Torbica A, Stuckler D. Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. *Soc Sci Med* [Internet]. 2019 [cited 2025 Jul 26];240:112552. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>
7. Instituto Nacional de Câncer José Alencar da Silva (INCA). Dados e números sobre câncer do colo do útero: relatório anual 2022 [Internet]. Rio de Janeiro: INCA; 2022 [cited 2025 Jul 26]. Available from: <https://ninho.inca.gov.br/jspui/handle/123456789/11047>
8. Santos WM, Santos DM, Fernandes MS. HPV immunization in Brazil and proposals to increase adherence to vaccination campaigns. *Rev Saúde Pública* [Internet]. 2023 [cited 2025 May 7];57:79. Available from: <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2023057005410>
9. Nobre R, Guerra LDS, Carnut L. Hesitação e recusa vacinal em países com sistemas universais de saúde: uma revisão integrativa sobre seus efeitos. *Saúde Debate* [Internet]. 2022 [cited 2025 Jul 26];46(Spe 1):303-21. Available from: <https://doi.org/10.1590/0103-11042022E121>
10. Fernandez M, Paiva E, Petra P, Rosário CA, Lemos PL, Vieira F, et al. The reasons for vaccine hesitancy in Brazil: an analysis based on the perception of health workers who worked during the COVID-19 pandemic. *Saude Soc* [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 26];33(4):e230854en. Available from: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902024230854en>
11. Smailhodzic E, Hooijsma W, Boonstra A, Langley DJ. Social media use in healthcare: a systematic review of effects on patients and on their relationship with healthcare professionals. *BMC Health Serv Res* [Internet]. 2016 [cited 2025 Jul 26];16:442. Available from: <https://doi.org/10.1186/s12913-016-1691-0>
12. Fefer M, Lamb CC, Shen AH, Clardy P, Muralidhar V, Devlin PM, et al. Multilingual analysis of the quality and readability of online health information on the adverse effects of breast cancer treatments. *JAMA Surg* [Internet]. 2020 [cited 2025 Jul 26];155(8):781-4. Available from: <https://doi.org/10.1001/jamasurg.2020.1668>
13. Ozduran E, Hanci V, Erkin Y. Evaluating the readability, quality and reliability of online patient education materials on chronic low back pain. *Natl Med J India* [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 26];37:124-30. Available from: https://doi.org/10.25259/NMJI_327_2022
14. Guimarães T, Cordeiro RI. O Instagram sob o viés da desinformação: as hashtags e o compartilhamento de informações na área de Nutrição. *Em Questão* [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 26];30:e138528. Available from: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.30.138528>
15. Vicente EP, de Faria SEE, Almeida ABL, Yamada PA, Lucena TFR, Silva TMG, et al. Cervical cancer prevention on instagram: content and social interaction analysis of brazilian accounts. *Asian Pac J Cancer Prev* [Internet]. 2022 [cited 2025 Jul 26];23(9):3043-49. Available from: https://journal.waocp.org/article_90283.html
16. Luizaga CTM, Jardim BC, Wünsch-Filho V, Eluf-Neto J, Silva GA. Recent changes in trends of mortality from cervical cancer in Southeastern Brazil. *Revista De Saúde Pública* [Internet]. 2023 [cited 2025 Jul 26];57(1):25. Available from: <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2023057004709>

17. dos Santos RT, Franco TAV, Pitthan RGV, Cabral LMS, Cotrim Junior DF, Gomes BC. Public health and communication: impasses facing Brazil's National Health System in democratic public opinion formation. *Ciência & Saúde Coletiva* [Internet]. 2022 [cited 2025 Jul 26];27(4):1547-56. Available from: <https://doi.org/10.1590/1413-81232022274.02622021>
18. Sacramento I, Falcão H, Monari AC. Entrando no campo da desinformação: emoções conflitantes e os limites da relativização. *Saúde e Sociedade* [Internet]. 2023 [cited 2025 Jul 26];32(4):e230456pt. Available from: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902023230456pt>
19. Madeiro A, Rufino AC. Cobertura e fatores associados à não realização do exame citopatológico do colo do útero entre mulheres brasileiras de 18 a 39 anos. *J Health Biol Sci* [Internet]. 2022 [cited 2025 Jul 26];10(1):1-9. Available from: <https://doi.org/10.12662/2317-3076jhbs.v10i1.3521.p1-9.2022>
20. Bourdieu P. A escola conservadora: as desigualdades frente à escola e à cultura. In: Nogueira: Maria Alice; Catani, Afrânio. *Escritos de Educação*. São Paulo: Vozes, 1998. p. 39-64.
21. Reis RS, de Lima FCS, da Silva DHN, Cavalcante JPF, Corrêa FM, Santos YRP, et al. HPV infection and cancer control in Brazil: the important Role of vaccination. *Rev Bras Cancerol* [Internet]. 2025 [cited 2025 Jul 26];71(1):e-164928. Available from: <https://doi.org/10.32635/2176-9745.RBC.2025v71n1.4928>
22. Agência Brasil. Desinformação é maior entrave para controle do câncer do colo do útero [Internet]. Rio de Janeiro: Agência Brasil; 2022 [cited 2025 Jul 26]. Available from: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2022-02/desinformacao-e-maior-entrave-para-controle-do-cancer-do-colo-do-utero>
23. Crenitte MRF, de Melo LR, Jacob Filho W, Avelino-Silva TJ. Transforming the invisible into the visible: disparities in the access to health in LGBT+ older people. *Clinics* [Internet]. 2023 [cited 2025 Jul 26];78:100149. Available from: <http://doi.org/10.1016/j.clinsp.2022.100149>
24. Góes EF, Guimarães JMN, Almeida MCC, Gabrielli L, Katikireddi SV, Campos AC, et al. The intersection of race/ethnicity and socioeconomic status: inequalities in breast and cervical cancer mortality in 20,665,005 adult women from the 100 million brazilian cohort. *Ethn Health* [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 26];29(1):46-61. Available from: <https://doi.org/10.1080/13557858.2023.2245183>

Analysis of cervical cancer content on Instagram

ABSTRACT

Objective: To analyze the reliability of cervical cancer content published on Instagram. **Method:** A descriptive, documentary research study that analyzed Instagram posts about cervical cancer, selected through the hashtags #câncerdecôlondeútero, #hpv, #vacinahpv, and #vacinacontraohpv, in May 2025. The first 50 posts from the “relevant” tab were analyzed for each hashtag. Information reliability was assessed using internationally validated methodologies for measuring health information quality. **Results:** 55% of posts were considered reliable, 33% of moderate reliability, 10% unreliable, and 2% inconsistent. Of all posts, 47.27% were related to the thematic axis of prevention and 14.54% to diagnosis. Widespread circulation of low-reliability information about cervical cancer prevention was identified. **Conclusion:** The identification of content with low informational quality highlights a concern in the context of health communication on social media.

DESCRIPTORS: Digital Public Health; Internet; Disinformation; Uterine Cervical Neoplasms; Human Papillomavirus Viruses.

Recibido en: 31/10/2025

Aprobado en: 09/04/2026

Editor asociado: Dra. Mariana Torreglosa Ruiz

Autor correspondiente:

Lise Maria Carvalho Mendes

Universidade Federal do Amapá

Rod. Josmar Chaves Pinto, km 02 - Jardim Marco Zero, Macapá - AP, 68903-419

E-mail: lisedemendes@gmail.com

Contribución de los autores:

Contribuciones sustanciales a la concepción o diseño del estudio; o la adquisición, análisis o interpretación de los datos del estudio - **Rodrigues LO, Pantoja LJD, Mendes LMC**. Elaboración y revisión crítica del contenido intelectual del estudio - **Rodrigues LO, Moraes BGA, Barbosa NG, Gozzo TO, Gomes-Sponholz FA, Mendes LMC**. Responsable de todos los aspectos del estudio, asegurando las cuestiones de precisión o integridad de cualquier parte del estudio - **Mendes LMC**. Todos los autores aprobaron la versión final del texto.

Conflicto de intereses:

Los autores no tienen conflictos de intereses que declarar.

Disponibilidad de datos:

Los autores declaran que todos los datos están completamente disponibles en el cuerpo del artículo.

ISSN 2176-9133



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).