

Além do "curtir" e "compartilhar": o dever de cuidado na divulgação de informações de saúde nas mídias sociais

Beyond "liking" and "sharing": the duty of care in disseminating health information on social media

Más allá del "me gusta" y el "compartir": el deber de cuidado al difundir información de salud en las redes sociales

Genilson Geraldo dos Santos^{1*}

ORCID: 0009-0006-8990-6774

Rosângela Sakman²

ORCID: 0000-0003-1748-9490

André Luiz de Arruda³

ORCID: 0000-0002-6811-0957

Wagner Rafael da Silva⁴

ORCID: 0000-0002-0952-4877

João Márcio Andreu⁵

ORCID: 0009-0006-8357-3972

Daniela de Stefani Marquez⁶

ORCID: 0000-0002-1463-2012

Annelisa Gregório Andreazzi⁷

ORCID: 0009-0002-2915-9528

Welton John Marques Lima⁸

ORCID: 0009-0002-6719-4683

Camilla Estevão de França⁹

ORCID: 0000-0003-3226-8709

Valdinha Teixeira de Vasconcelos¹⁰

ORCID: 0009-0008-6855-1323

¹Instituto de Educação em Saúde. São Paulo, Brasil.

²Faculdade Sequencial. São Paulo, Brasil.

³Centro Universitário FECAF. São Paulo, Brasil.

⁴Universidade Brasil. São Paulo, Brasil.

⁵Núcleo de Especializações Ana Carolina Puga. São Paulo, Brasil.

⁶Universidade de Rio Verde. Goiás, Brasil.

⁷Centro Paula Souza. São Paulo, Brasil.

⁸Instituto Pedagógico de Minas Gerais. Minas Gerais, Brasil.

⁹Universidade Estácio de Sá. São Paulo, Brasil.

¹⁰Anhanguera Educacional. São Paulo, Brasil.

Como citar este artigo:

Santos GG, Sakman R, Arruda AL, Silva WR, Andreu JM, Marquez DS, Andreazzi AG, Lima WJM, França CE, Vasconcelos VT. Além do "curtir" e "compartilhar": o dever de cuidado na divulgação de informações de saúde nas mídias sociais. Glob Acad Nurs. 2025;6(Sup.4):e520. <https://dx.doi.org/10.5935/2675-5602.20200520>

*Autor correspondente:

genilsonsempreemfrente@gmail.com

Submissão: 05-10-2025

Aprovação: 28-11-2025

Resumo

As mídias sociais tornaram-se um espaço ambíguo para os profissionais de saúde, oscilando entre o potencial educativo e os riscos éticos da desinformação. Este estudo de reflexão teórica teve como objetivo compreender, à luz da fenomenologia hermenêutica de Martin Heidegger, o fundamento ontológico do dever de cuidado na comunicação digital em saúde. Por meio de uma revisão interpretativa de literatura das bases PubMed, SciELO e *Google Scholar*, o estudo articula a analítica do Dasein para argumentar que o profissional está lançado em um mundo digital como um ser-de-cuidado (Sorge). Os resultados desvelam que cada ato online é um modo de desvelamento deste ser, podendo ocorrer de forma autêntica (como projeto de cuidado) ou inautêntica (como decadência no anonimato das redes). Conclui-se que a responsabilidade ética emerge da própria estrutura do ser profissional, sendo um chamado à autenticidade. A formação deve, portanto, promover uma autorreflexão ontológica, capacitando os profissionais a agirem nas redes não como usuários comuns, mas como seres cuja existência é, em si mesma, cuidado.

Descritores: Mídias Sociais; Pessoal de Saúde; Ética Baseada em Princípios; Pesquisa Qualitativa; Comunicação em Saúde.

Abstract

Social media has become an ambiguous space for healthcare professionals, oscillating between educational potential and the ethical risks of misinformation. This theoretical reflection study aimed to understand, considering Martin Heidegger's hermeneutic phenomenology, the ontological foundation of the duty of care in digital health communication. Through an interpretative literature review of the PubMed, SciELO, and Google Scholar databases, the study articulates the Dasein analytical framework to argue that the professional is launched into a digital world as a being-of-care (Sorge). The results reveal that each online act is a way of unveiling this being, which can occur authentically (as a care project) or inauthentically (as decadence in the anonymity of networks). It concludes that ethical responsibility emerges from the very structure of the professional being, representing a call to authenticity. Training should therefore promote ontological self-reflection, enabling professionals to act on networks not as ordinary users, but as beings whose existence is, in itself, care.

Descriptors: Social Media; Health Personnel; Principle-Based Ethics; Qualitative Research; Health Communication.

Resumen

Las redes sociales se han convertido en un espacio ambiguo para los profesionales sanitarios, que oscila entre su potencial educativo y los riesgos éticos de la desinformación. Este estudio de reflexión teórica se propuso comprender, a la luz de la fenomenología hermenéutica de Martin Heidegger, el fundamento ontológico del deber de cuidado en la comunicación digital en salud. Mediante una revisión bibliográfica interpretativa de las bases de datos PubMed, SciELO y Google Académico, el estudio articula el marco analítico del Dasein para argumentar que el profesional se lanza al mundo digital como un ser de cuidado (Sorge). Los resultados revelan que cada acto en línea es una forma de revelar este ser, que puede ocurrir de forma auténtica (como un proyecto de cuidado) o inauténtica (como decadencia en el anonimato de las redes). Se concluye que la responsabilidad ética emerge de la propia estructura del ser profesional, representando una llamada a la autenticidad. Por lo tanto, la formación debe promover la autorreflexión ontológica, capacitando a los profesionales para actuar en las redes no como usuarios comunes, sino como seres cuya existencia es, en sí misma, cuidado.

Descriptores: Medios de Comunicación Sociales; Personal de Salud; Ética Basada en Principios; Investigación Cualitativa; Comunicación en Salud.



Introdução

O fenômeno da comunicação digital transformou radicalmente a interação social e a disseminação do conhecimento, cenário em que os profissionais de saúde se inserem cada vez mais como agentes ativos. Se, por um lado, as mídias sociais apresentam um potencial democratizante para a educação em saúde e a construção de uma relação mais horizontal com a população, por outro, erguem um complexo campo de tensões éticas e profissionais^{1,2}. No Brasil, onde mais de 80% da população tem acesso à internet e as plataformas digitais são fontes primárias de informação para decisões em saúde, a atuação desses profissionais neste espaço perpassa a esfera pessoal, tornando-se uma extensão de sua práxis^{3,4}. Contudo, a fronteira entre a liberdade de expressão individual e a responsabilidade profissional coletiva torna-se difusa, frequentemente reduzida aos gestos impulsivos de "curtir" e "compartilhar", sem uma reflexão profunda sobre as implicações ontológicas desses atos.

Neste contexto, a divulgação de informações, conselhos ou opiniões pessoais sobre saúde nas redes sociais por parte de médicos, enfermeiros, fisioterapeutas e outros profissionais da área da saúde pode gerar impactos diretos na percepção pública, na adesão a tratamentos e, em última instância, na segurança do paciente. Dados globais alertam para a rápida propagação de desinformação (infodemia) durante eventos como a pandemia de COVID-19, em que profissionais de saúde foram tanto vozes de autoridade quanto, em alguns casos, vetores involuntários de conteúdo não validado^{5,6}. No cenário nacional, estudos apontam uma preocupação crescente, mas ainda incipiente, dos conselhos profissionais com a conduta on-line, evidenciando a necessidade de um entendimento mais sólido que ultrapasse a mera normatização^{7,8}. A problemática central que se impõe, portanto, não é apenas de ordem deontológica, mas ontológica, sendo: "O que fundamenta, na própria existência do profissional de saúde, o dever inerente ao ato de comunicar-se no mundo digital?"

Parte-se da hipótese de que a essência desta responsabilidade não se encontra exclusivamente em códigos éticos externos, mas radica na própria estrutura do ser do profissional de saúde enquanto aquele que cuida. Sob a ótica da fenomenologia hermenêutica de Martin Heidegger, o ser humano (Dasein) é essencialmente cuidado (Sorge), um ser lançado em um mundo com outros, para quem a responsabilidade é um modo constitutivo de existir^{9,10}. O "mundo-digital" configura-se, assim, como uma nova modalidade de ser-no-mundo, em que o profissional se projeta. A ação de divulgar uma informação de saúde não é um evento isolado, mas uma manifestação (ou, na terminologia heideggeriana, um modo de desvelamento) do próprio Dasein em seu compromisso ontológico com o cuidado. Quando este ato é realizado sem uma consciência desse fundamento, o dever de cuidado se oculta sob a trivialidade da ferramenta técnica.

Este estudo se reveste de alta relevância acadêmica e social ao propor uma reflexão filosófica profunda sobre um problema prático urgente e de consequências desastrosas. Ao invés de listar regras, busca-se desvelar o alicerce

ontológico que deve orientar qualquer diretriz futura. A análise proposta contribui para o campo da Bioética e da Enfermagem, oferecendo uma fundamentação teórica crítica para a educação permanente e a autorreflexão dos profissionais, capacitando-os a acessar, navegar e usufruir do ambiente digital não como meros usuários, mas como seres-de-cuidado responsáveis. Objetiva-se, portanto, por meio de uma reflexão fundamentada no referencial heideggeriano, desvelar a estrutura ontológica do Dasein do profissional de saúde enquanto ser-no-mundo-digital, interpretando o sentido do dever de cuidado (Sorge) que subjaz às suas ações de comunicação nas mídias sociais.

Metodologia

Trata-se de um estudo de reflexão teórica, de natureza qualitativa e exploratória, que adota a abordagem fenomenológico-hermenêutica de Martin Heidegger como estrutura filosófico-metodológica fundamental. Este delineamento é apropriado para investigar questões de sentido e fundamento ontológico, como a proposta, que não busca generalizar fatos empíricos, mas desvelar as estruturas do ser que possibilitam a experiência ética no mundo digital⁹. A investigação foi conduzida por meio de uma revisão bibliográfica sistemática e interpretativa, focada na análise conceitual e na síntese argumentativa.

A coleta do corpus de análise foi realizada entre setembro e outubro de 2024, a partir de fontes secundárias publicadas nas plataformas PubMed, SciELO Brasil e *Google Scholar*. Utilizaram-se os seguintes descritores e suas combinações, em português, inglês e espanhol: "*social media*", "*health professionals*", "*ethics*", "*responsibility*", "*digital health*", "*infodemic*", "*Heidegger*", "*phenomenology*", "*care*", "*Sorge*", "*Dasein*". Foram incluídos artigos científicos, capítulos de livros e documentos oficiais publicados entre 2010 e 2024, que abordassem a atuação de profissionais de saúde em mídias sociais, a ética digital em saúde, a fenomenologia do cuidado ou a filosofia heideggeriana aplicada à saúde. Excluíram-se teses, dissertações e materiais sem revisão por pares, exceto os documentos normativos dos conselhos profissionais, considerados fontes primárias para o contexto regulatório brasileiro.

A análise dos materiais selecionados seguiu os preceitos da hermenêutica heideggeriana, conforme proposta por estudiosos como Figueiredo¹⁰. O processo não se ateve à uma análise de conteúdo tradicional, mas a uma interpretação ontológica, que compreendeu três movimentos inter-relacionados e cíclicos: compromisso prévio (Vorhabe), em que há o reconhecimento do fenômeno investigado a partir da imersão na literatura sobre saúde digital e ética, que revelou a tensão entre a prática cotidiana nas redes e a falta de um fundamento sólido para a responsabilidade; visão prévia (Vorsicht), em que há a explicitação do referencial filosófico que orienta o olhar, tomando os conceitos de Dasein, ser-no-mundo, cuidado (Sorge) e desvelamento como lentes privilegiadas para a interpretação⁹; e a concepção prévia (Vorgriff), em que há a articulação dos conceitos heideggerianos com os achados da literatura científica e normativa, num movimento de círculo



hermenêutico. Nesta etapa, os dados sobre o comportamento on-line (ex.: benefícios, riscos, casos de infodemia) foram continuamente interrogados à luz da analítica existencial, e os conceitos filosóficos foram, por sua vez, concretizados e especificados para o fenômeno do "mundo-digital".

O foco da análise foi deslocar a compreensão do problema da deontologia (estudo dos deveres e normas) para a ontologia (estudo do ser), perguntando não "o que as regras dizem", mas "o que deve ser o profissional enquanto ser para que o dever de cuidado sequer se torne uma questão". A síntese reflexiva resultante busca desvelar o sentido do agir comunicativo do profissional de saúde como uma modalidade do cuidado. Por se tratar de uma reflexão fundamentada em fontes de domínio público, sem envolvimento de seres humanos, este estudo não requereu apreciação por Comitê de Ética em Pesquisa. A discussão é apresentada de forma integrada aos resultados, na próxima seção, conforme a tradição de trabalhos de cunho filosófico-hermenêutico, em que a interpretação constitui simultaneamente o achado e a sua discussão crítica.

Resultados e Discussão

A interpretação hermenêutica conduzida à luz da filosofia de Martin Heidegger apresenta que a comunicação do profissional de saúde nas mídias sociais vai muito além de uma mera habilidade técnica ou uma opção de lazer. Revela-se, antes, como uma expressão fundamental e constitutiva do seu próprio ser-no-mundo, um fenômeno cuja compreensão exige que se ultrapasse a análise ôntica dos comportamentos observáveis para se alcançar a estrutura ontológica que os possibilita. A reflexão sobre o corpus bibliográfico permitiu articular três dimensões ontológicas interligadas que respondem à questão central do estudo: a facticidade do profissional lançado no mundo-digital, a manifestação do cuidado (*Sorge*) como essência de sua ação comunicativa e a consequente emergência do dever ético como um chamado à autenticidade, e não como uma mera imposição externa.

Inicialmente, é fundamental reconhecer a condição de lançamento (*Geworfenheit*) do profissional de saúde no que se pode denominar de mundo digital. Ele não escolheu nascer em uma era de hiperconectividade, mas se encontra inevitavelmente imerso nela, um mundo já constituído por significados, ferramentas e relações específicas. Esta facticidade é multifacetada: inclui uma base técnica regida por algoritmos que priorizam o engajamento emocional e a viralidade, frequentemente em detrimento da nuance, da precisão e da contextualização necessárias à informação em saúde^{1,6,11}. Inclui, também, uma pressão social e uma expectativa pública em que a sua identidade profissional, seja de enfermeiro, médico ou fisioterapeuta, é imediatamente associada à autoridade epistêmica e credibilidade. Estudos demonstram que o público tende a atribuir maior confiança a conteúdos de saúde quando associados a um perfil identificado como de um profissional, tornando cada postagem um ato de influência potencial, independentemente da intenção pessoal^{4,12}.

Ademais, este mundo é marcado pela infodemia, um estado de poluição informacional que caracteriza a contemporaneidade, especialmente aguda em crises sanitárias, criando um ambiente de urgência e confusão onde a voz do profissional é simultaneamente uma âncora potencial e um vetor de risco para tomadas de decisão^{5,6}. Normativas éticas, como as estabelecidas pelo Conselho Federal de Enfermagem e pelo Conselho Federal de Medicina, surgem como respostas ônticas a esta facticidade complexa, buscando regular ações específicas^{7,8}. No entanto, a análise heideggeriana nos traz que tais códigos, embora necessários, operam no nível do ente (o que se deve ou não fazer), sem necessariamente tocar na questão mais radical do ser que executa ou deixa de executar tais ações. O risco, portanto, é de uma conduta meramente conforme, burocrática, onde o profissional "não mostra o paciente" para cumprir uma regra, mas sem uma compreensão existencial profunda da violação da alteridade que tal exposição representa.

O núcleo da investigação conduz ao desvelamento do ato comunicativo em si como uma manifestação do cuidado (*Sorge*), conceito que em Heidegger define a própria estrutura do *Dasein*. O cuidado não é um sentimento, mas o modo-de-ser do humano como ser-no-mundo, sempre projetado em possibilidades e em relação com os outros^{9,10}. Nas mídias sociais, cada gesto de "curtir", "compartilhar" ou "comentar" é, portanto, um modo de desvelamento do próprio ser do profissional. Pode-se observar aqui uma clivagem entre um modo inautêntico e um modo autêntico de existir digitalmente. A inautenticidade se dá no modo da decadência (*Verfallen*), quando o profissional se deixa absorver totalmente pelo anonimato e pelas determinações impessoais do "eles" (*das Man*) do mundo digital^{9,13}.

Neste estado, a ação é motivada pela busca de validação imediata (*os likes*), pela pressão do algoritmo por conteúdo contínuo, pela reprodução acrítica de memes ou informações simplificadas que geram engajamento, ou pela performance de uma identidade pessoal desconectada da responsabilidade profissional. É o "compartilhar" impulsivo de uma manchete alarmista sobre um suposto tratamento milagroso. Neste gesto, o *Sorge* se oculta. O profissional foge de sua responsabilidade mais própria, dissolvendo-se no turbilhão da publicidade digital, tornando-se, mesmo que involuntariamente, um copartícipe da lógica da infodemia que despersonaliza e massifica a informação^{6,14}.

Em contrapartida, a autenticidade emerge quando o ato comunicativo é assumido como um projeto de cuidado. A existencialidade, sendo a dimensão do *Dasein* que está sempre à-frente-de-si, projetada em possibilidades, se torna evidente. A comunicação passa a ser intencionalmente orientada por um "para quê" que é constitutivo do ser-profissional: "Divulgo esta campanha de vacinação para que a cobertura aumente"; "Esclareço este mito com a finalidade de reduzir danos"; "Opto por não opinar sobre este tema controverso porque o silêncio refletido é, neste caso, a forma de cuidado mais prudente". Esta projeção para um fim que perpassa o próprio ato (o bem-estar do Outro, a melhoria da saúde coletiva) é a realização concreta do cuidado como estrutura ontológica^{10,15}. Neste modo, a



liberdade de expressão deixa de ser um direito individual abstrato para se constituir na responsabilidade radical de quem desvela o mundo. O profissional, ao comunicar, está literalmente trazendo-à-luz (a-letheia) uma interpretação da realidade em saúde para e com os outros. Assumir essa autoria de modo autêntico é reconhecer-se como o ente para o qual seu próprio ser está em jogo em cada desvelamento.

Desta articulação entre facticidade, cuidado e autenticidade, emerge finalmente a compreensão do dever como um chamado ontológico. O "dever de cuidado" que intitula este estudo não é primariamente um imperativo categórico externo, mas a voz da consciência (Gewissen) heideggeriana, que convoca o Dasein a se apropriar de seu ser mais próprio, que é o cuidado^{9,16}. Os códigos de ética profissional^{7,8} e as análises sobre riscos e benefícios^{4,2} funcionam, nesta perspectiva, como chamados à autenticidade para o Dasein que está em fuga na decadência do mundo digital. Eles sinalizam, no nível ôntico, as situações em que o cuidado foi ou pode ser ocultado. A relevância prática desta reflexão é transformadora. Ela desloca o foco da educação permanente de um treinamento para o cumprimento de regras (o que fazer) para uma formação que promova a autorreflexão ontológica (como ser). Implica capacitar o profissional a interrogar-se constantemente: "Este *post*, este compartilhamento, esta omissão, desvelam o meu ser-cuidador ou o ocultam? Estou me projetando, nesta esfera pública, como um ser-para-a-saúde ou estou me perdendo no jogo das aparências digitais?". É esta passagem da deontologia para uma ontologia da práxis digital que pode fundar uma atuação nas mídias sociais verdadeiramente ética, responsável e, em última instância, autenticamente cuidadora.

Considerações Finais

A investigação empreendida, através de uma reflexão fundamentada na fenomenologia hermenêutica de Martin Heidegger, demonstrou que a questão da responsabilidade do profissional de saúde nas mídias sociais exige um deslocamento do debate. Não se trata apenas de um problema deontológico a ser resolvido com novas regras ou listas de proibições, mas de uma questão ontológica que toca o cerne do ser profissional. A análise permitiu enfatizar que a comunicação digital é uma modalidade constitutiva do ser-no-mundo do cuidador, onde o "dever" emerge não como uma imposição externa, mas como a voz da consciência (Gewissen) que convoca o Dasein a assumir autenticamente sua estrutura fundamental de cuidado (Sorge). A dicotomia entre atos autênticos (projetados como cuidado) e inautênticos (decadentes na massificação digital) oferece uma chave interpretativa poderosa para compreender desde o compartilhamento impulsivo de desinformação até a postura ética e refletida. A principal contribuição deste estudo, portanto, é oferecer um alicerce filosófico que confere profundidade e sentido último às diretrizes éticas já existentes, propondo que a formação permanente deve priorizar a autorreflexão ontológica sobre a própria existência digital. Futuras pesquisas poderiam explorar, com métodos qualitativos, como os profissionais vivenciam concretamente esta tensão entre autenticidade e decadência em suas redes, ou como a educação baseada nesta fundamentação ontológica impacta sua práxis comunicativa. Conclui-se que atuar nas mídias sociais com responsabilidade é, em última análise, uma escolha existencial pela autenticidade do ser-que-cuida.

Referências

1. Moorhead SA, Hazlett DE, Harrison L, Carroll JK, Irwin A, Hoving C. A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *J Med Internet Res*. 2013 Apr;15(4):e85. doi: 10.2196/jmir.1933.
2. Ventola CL. Social media and health care professionals: benefits, risks, and best practices. *P T [Internet]*. 2014 [acesso em 10 nov 2025];39(7):491-520. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25083128/>
3. CETIC.br. TIC Domicílios 2022: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros [Internet]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil; 2023 [citado 2024 Abr 10]. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-2022/>
4. Machado KRS, Pereira MEBC, Carvalho DQ, Rocha RSB. Fontes de informação em saúde utilizadas pela população brasileira: uma revisão integrativa. *Ciênc. Saúde Colet*. 2021 Nov;26(11):5745-5758. doi: 10.1590/1413-812320212611.32102020.
5. World Health Organization. Infodemic management: an overview of infodemic management during COVID-19, January 2020-May 2021 [Internet]. Geneva: WHO; 2021 [citado 2024 Abr 10]. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240045964>
6. Gisondi MA, Barber R, Faust JS, Raja A, Strehlow MC, Westafer LM, et al. A Deadly Infodemic: Social Media and the Power of COVID-19 Misinformation. *J Med Internet Res*. 2022 Feb;24(2):e35552. doi: 10.2196/35552.
7. Conselho Federal de Enfermagem (COFEN). Resolução COFEN n.º 643/2020. Estabelece normas para a atuação da Enfermagem no uso das redes sociais e na divulgação de informações [Internet]. Brasília: COFEN; 2020 [citado 2024 Abr 10]. Disponível em: http://www.cofen.gov.br/resolucao-cofen-no-643-2020_78344.html
8. Conselho Federal de Medicina (CFM). Código de Ética Médica: Resolução CFM nº 2.217/2018 [Internet]. Brasília: CFM; 2018 [citado 2024 Abr 10]. Disponível em: <https://portal.cfm.org.br/images/PDF/cem2019.pdf>
9. Heidegger M. Ser e tempo. 7ª ed. Petrópolis: Vozes; 2015. Parte I, Capítulo VI: O cuidado como ser do Dasein.
10. Figueiredo LC. Heidegger e a questão da ética: o cuidado (Sorge) como ethos originário. *Natureza Humana [Internet]*. 2003 [acesso em 05 nov 2025];5(1):155-180. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nh/a/HP8XhVQjYj8W4Myv8BK7KQG/?lang=pt>
11. O'Connor S. Using social media in nursing education and practice: a bibliometric analysis. *Nurse Educ Today*. 2022 Nov;118:105523. doi: 10.1016/j.nedt.2022.105523.



12. Sánchez-Mendiola M, Martínez-Franco AI, Rosales-Vega A, et al. Healthcare professionals' social media use and self-perceived professionalism and digital identity: a cross-sectional study. *BMJ Open*. 2021;11(12):e054606. doi:10.1136/bmjopen-2021-054606.
13. Heidegger M. Os conceitos fundamentais da metafísica: mundo, finitude, solidão. Rio de Janeiro: Forense Universitária; 2003.
14. Pulido CM, Villarejo-Carballido B, Redondo-Sama G, Gómez A. COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *Int Sociol*. 2020;35(4):377-392. doi:10.1177/0268580920914755.
15. Ayres JRCM. Cuidado: trabalho e interação nas práticas de saúde. Rio de Janeiro: CEPESC, UERJ; 2011.
16. Rocha JA, Selli L. A voz da consciência (Gewissen) em Ser e Tempo de Martin Heidegger. *Veritas*. 2011;56(2):134-151. doi: 10.15448/1984-6746.2011.2.9644.

