

I ENCONTRO INTERNACIONAL EM DIREITO E INOVAÇÃO

GOVERNANÇA DIGITAL NA SAÚDE

G721

Governança digital na saúde [Recurso eletrônico on-line] organização I Encontro Internacional em Direito e Inovação: Universidade Católica de Pernambuco – Recife/PE;

Coordenadores: Carol de Oliveira Abud, Vinicius de Negreiros Calado e Marcelo Lamy – Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-426-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Sustentabilidade, Consensualidade, Governança Digital e Inteligência Artificial.

1. Consensualidade. 2. Governança Digital. 3. Inteligência Artificial. I. Encontro Internacional em Direito e Inovação (1:2025 : Recife, PE).

CDU: 34

I ENCONTRO INTERNACIONAL EM DIREITO E INOVAÇÃO

GOVERNANÇA DIGITAL NA SAÚDE

Apresentação

É com imensa satisfação que apresentamos à comunidade acadêmica os frutos colhidos durante o I Encontro Internacional em Direito e Inovação (I EIDI), realizado de 4 a 7 de novembro de 2025.

As páginas que se seguem reúnem as pesquisas que foram aprovadas e apresentadas nos Grupos de Trabalho (GTs) deste evento, que já nasce como um marco para os estudos na intersecção entre o Direito e as novas tecnologias.

O I EIDI nasceu do anseio de criar um fórum qualificado para debater os desafios contemporâneos, sob a égide dos temas da Sustentabilidade, Consensualidade, Governança Digital e Inteligência Artificial.

Promovido pelo Programa de Pós-graduação em Direito e Inovação (PPGDI) da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), com fomento do Programa de Apoio a Eventos no País (PAEP-20253520241P) e apoio do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito (CONPEDI), da Escola Judicial do Tribunal de Justiça de Pernambuco - TJPE / ESMape, da Placa Mãe.org, da Escola Superior Dom Helder Câmara (MG), do Mestrado Acadêmico em Direito do CESMAC (AL), do Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito de Franca – São Paulo (SP), do Programa de Pós-Graduação em Direito do Centro Universitário 7 de Setembro (UNI7) – Fortaleza (CE), do Programa de Pós-Graduação em Direitos Fundamentais – PPGDF/UNAMA (PA), do Programa de Pós-Graduação em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável (UPE/PE) e do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu da Universidade Santa Cecília (Unisanta) - Mestrado em Direito da Saúde, o evento buscou fomentar um diálogo transdisciplinar e global, conectando pesquisadores em torno de soluções inovadoras para as complexas demandas do século XXI.

A resposta da comunidade acadêmica ao nosso chamado foi, em si, um testemunho da pertinência e da urgência de nossa proposta. Recebemos um volume extraordinário de 148 submissões de resumos expandidos, um número que superou todas as nossas expectativas para uma primeira edição. Após um rigoroso processo de avaliação por pares duplo-cego, que garantiu a impessoalidade e a excelência do processo, 130 trabalhos foram aprovados para apresentação em nossos onze Grupos de Trabalho.

A abrangência do encontro manifestou-se na diversidade de origens, com a valiosa participação de pesquisadores de todas as regiões do Brasil e de colegas da Argentina, Colômbia e Itália, consolidando o caráter internacional de nossos debates.

Este e-book representa, portanto, um recorte desta rica produção intelectual. Cada resumo expandido aqui presente reflete o engajamento, a profundidade e o espírito inovador que permearam as discussões em seu respectivo Grupo de Trabalho. São contribuições que não apenas diagnosticam os desafios atuais, mas que, sobretudo, apontam para novos caminhos, novas interpretações e novas soluções.

Nossa gratidão estende-se a todos que tornaram este projeto possível: aos autores, pela excelência de suas pesquisas; aos coordenadores dos Grupos de Trabalho, pela maestria na condução dos debates; ao Comitê Científico e aos pareceristas, pelo trabalho criterioso e dedicado de avaliação imparcial; e, de forma especial, ao Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito (CONPEDI), cuja parceria foi fundamental para viabilizar este legado editorial.

Que a leitura destas páginas inspire novas reflexões, fomente novas pesquisas e contribua para o avanço contínuo do Direito em uma sociedade em constante transformação. Este é apenas o marco inicial de uma jornada que esperamos continuar a trilhar junto a todos vocês.

Livia Dias Barros

Coordenadora da Comissão Organizadora

Coordenadora do PPGDI/UNICAP

Vinicius de Negreiros Calado

Coordenador do Comitê Científico

Professor Fundador do PPGDI/UNICAP

**CURSO DE CAPACITAÇÃO EM PUBLICIDADE MÉDICA DIGITAL:
CONFORMIDADE ÉTICO-JURÍDICA COM A LGPD E A RESOLUÇÃO CFM N°
2.336/2023 COMO PRODUTO TÉCNICO DE INTERVENÇÃO REGULATÓRIA**

**CAPACITY-BUILDING COURSE IN DIGITAL MEDICAL ADVERTISING:
ETHICAL-LEGAL COMPLIANCE WITH THE LGPD AND CFM RESOLUTION
NO. 2,336/2023 AS A TECHNICAL REGULATORY INTERVENTION PRODUCT**

Victória Araújo de Santana ¹

Resumo

O artigo apresenta um produto técnico de intervenção regulatória: um curso on-line de capacitação em publicidade médica digital, concebido para alinhar a prática comunicacional de médicos aos parâmetros ético-jurídicos vigentes, notadamente a Resolução CFM nº 2.336/2023, o Código de Ética Médica e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Partindo do diagnóstico de que a lógica algorítmica das plataformas (engajamento e espetáculo) tensiona a sobriedade deontológica exigida pela Medicina, o estudo propõe um desenho formativo modular (módulos comuns e trilhas específicas) orientado por metodologias ativas, análise normativa e jurisprudencial, e avaliação crítica de cursos existentes. O curso operacionaliza um modelo de Governança Digital e de Compliance em Saúde Digital, com artefatos verificáveis (fluxos de aprovação de conteúdo, matriz CFM/LGPD, ROPA, registros de consentimento/uso de imagem, inventário de rastreadores, cláusulas para agências/influenciadores, plano de resposta a incidentes e indicadores de auditoria). Ao fazê-lo, contribui para mitigar riscos éticos, civis e administrativos, fortalecer a confiança público-privada e promover segurança informacional na comunicação em saúde. A proposta ancora-se, ainda, nos ODS 3 (Saúde e Bem-Estar) e ODS 16 (Instituições Eficazes), ao vincular qualidade e segurança da informação em saúde à responsabilidade, transparência e prestação de contas no ambiente digit

Palavras-chave: Publicidade médica digital, Resolução cfm nº 2.336/2023, Código de ética médica, Lgpd

Abstract/Resumen/Résumé

This paper presents a regulatory intervention technical product: an online training course on digital medical advertising designed to align physicians' communication practices with current ethical-legal frameworks—namely CFM Resolution No. 2,336/2023, the Brazilian Medical Ethics Code, and the General Data Protection Law (LGPD). Recognizing that platform algorithms (engagement and spectacle) often clash with medicine's deontological sobriety, the study proposes a modular curriculum (core modules and role-specific tracks) guided by active learning methods, statutory and case-law analysis, and a critical review of

¹ Advogada. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Direito e Inovação (PPGDI) na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP/PE). Pós-graduada em Direito Médico e da Saúde.

existing training offerings. The course implements a Digital Governance and Digital Health Compliance model through auditable artifacts (content-approval workflows, CFM/LGPD compliance matrix, processing records—ROPA, consent/image logs, tracker inventories, agency/influencer clauses, incident-response plan, and audit KPIs). In doing so, it mitigates ethical, civil, and administrative risks, strengthens public–professional trust, and promotes informational safety in health communication. The proposal also advances SDG 3 (Good Health and Well-being) and SDG 16 (Peace, Justice and Strong Institutions) by linking quality and safety of health information to responsibility, transparency, and accountability in digital environments.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital medical advertising, Cfm resolution no. 2,336 /2023, Medical ethics code, Lgpd (brazilian data protection law)

CURSO DE CAPACITAÇÃO EM PUBLICIDADE MÉDICA DIGITAL: CONFORMIDADE ÉTICO-JURÍDICA COM A LGPD E A RESOLUÇÃO CFM Nº 2.336/2023 COMO PRODUTO TÉCNICO DE INTERVENÇÃO REGULATÓRIA

1. INTRODUÇÃO

A intersecção entre o Direito, a Ética e a Inovação Tecnológica impõem constantes desafios às profissões regulamentadas, com especial destaque para a Medicina. A sociedade contemporânea, marcada pela intensa digitalização e pela lógica do compartilhamento em redes sociais, exige que a prática profissional se adapte a um novo ecossistema comunicacional, mantendo, simultaneamente, o rigor ético e a conformidade legal.

A publicidade médica, em particular, ocupa uma posição sensível, pois transcende a mera promoção de serviços e envolve aspectos éticos, bioéticos, sociais e jurídicos que impactam diretamente a relação médico-paciente e a confiança pública na saúde. Diferentemente de outros setores comerciais, a comunicação na área médica deve observar limites estritos, vedando práticas sensacionalistas, autopromoção exagerada e a exploração da vulnerabilidade do paciente.

Com a ascensão de plataformas digitais (como Instagram e YouTube), o marketing digital transformou-se em uma ferramenta de posicionamento profissional. Contudo, essa nova dinâmica de visibilidade impôs tensões regulatórias, visto que a lógica algorítmica, baseada em engajamento e espetáculo, pode colidir com a sobriedade, precisão e prudência exigidas pela medicina. Práticas como o uso de imagens de “antes e depois” ou depoimentos de pacientes, comuns em outras áreas, encontram restrições importantes no Código de Ética Médica (CEM), atualmente estabelecido pela Resolução CFM nº 2.217/2018.

Em resposta a essa realidade, o Conselho Federal de Medicina (CFM) publicou a Resolução CFM nº 2.336/2023, que moderniza as diretrizes para a publicidade médica, reconhecendo o ambiente digital como legítimo, mas reforçando restrições rigorosas contra a mercantilização, o sensacionalismo e a exposição indevida de pacientes. A nova norma reafirma a proibição de promessas de resultados, o uso de expressões superlativas (como “o melhor” ou “único”), e a divulgação de preços, protegendo a dignidade da profissão e o público.

Paralelamente, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018) estabeleceu obrigações rigorosas para o tratamento de dados pessoais e sensíveis na saúde, incluindo informações clínicas e imagens de pacientes, exigindo

consentimento explícito, informado e documentado para qualquer uso, inclusive publicitário. O desconhecimento da LGPD e das normas do CFM expõe os profissionais a riscos éticos, cíveis, administrativos e penais.

A pesquisa aponta que a formação médica tradicional, centrada em conteúdos clínicos, apresenta uma lacuna estrutural no que concerne às dimensões ético-legais da comunicação profissional. Estudos indicam que a maioria dos médicos recém-formados não recebe orientação formal sobre as regras de publicidade médica, e uma parcela minoritária se considera apta a interpretar corretamente as resoluções do CFM.

Para mitigar riscos ético-jurídicos e assegurar previsibilidade regulatória, a resposta passa pela institucionalização do *Compliance* na comunicação digital em saúde. Compliance em Saúde Digital é o conjunto de políticas, procedimentos e evidências que asseguram que toda comunicação on-line de médicos e instituições observe, simultaneamente, as balizas éticas do Código de Ética Médica (vedação a sensacionalismo, autopromoção e promessas de resultados), as regras específicas da Resolução CFM nº 2.336/2023 para publicidade em ambientes digitais, os deveres da LGPD na prática, implica governança clara de aprovações, *due diligence* com agências e influenciadores, trilhas de auditoria e gestão de incidentes, preservando a confiança público-privada e a dignidade da prática médica no ecossistema digital.

Diante deste cenário de complexidade regulatória e de riscos éticos e jurídicos elevados, o presente projeto de pesquisa aplicada propõe a elaboração de um Curso de Capacitação em Publicidade Médica Digital: Conformidade Ético-Jurídica com a LGPD e a Resolução CFM nº 2.336/2023 como produto técnico de intervenção regulatória. O curso visa instrumentalizar os profissionais da saúde para uma atuação ética, segura e em conformidade com as exigências da era digital.

2. OBJETIVOS

O objetivo geral do projeto é elaborar um curso de capacitação voltado para médicos, com o propósito de orientá-los quanto à realização e fiscalização da publicidade médica em ambientes digitais, assegurando a conformidade com a Resolução CFM nº 2.336/2023 e com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), promovendo uma atuação ética, segura e juridicamente adequada.

Os objetivos específicos incluem:

a) Analisar a Resolução CFM nº 2.336/2023 e a LGPD, identificando seus principais dispositivos aplicáveis à publicidade médica digital.

- b) Estudar jurisprudências, doutrinas e normativas correlatas, com foco nos limites e desafios jurídicos da publicidade na área da saúde.
- c) Identificar lacunas interpretativas e operacionais na aplicação da Resolução CFM nº 2.336/2023, especialmente quanto ao uso de redes sociais por médicos.
- d) Avaliar cursos virtuais já disponíveis sobre publicidade médica, verificando sua abordagem normativa, metodológica e comunicacional.
- e) Propor um modelo pedagógico de curso que integre fundamentos jurídicos, princípios éticos e melhores práticas tecnológicas para atuação médica digital.
- f) Construir e apresentar o curso como produto técnico replicável, com estrutura modular, conteúdo acessível e validação jurídica.

3. METODOLOGIAS

Este estudo caracteriza-se como pesquisa aplicada, buscando contribuir para a prática profissional por meio do desenvolvimento de um produto técnico, o curso de capacitação. A metodologia será desenvolvida em seis etapas principais:

- a) Análise Normativa Comparativa: Envolvendo a Resolução CFM nº 2.336/2023, suas antecessoras e legislações nacionais correlatas (como a LGPD e o Código de Ética Médica), visando compreender os entraves jurídicos recorrentes na comunicação digital.
- b) Levantamento de Fontes: Coleta de fontes acadêmicas e institucionais, com auxílio de ferramentas de inteligência artificial (IA), para identificar avanços, lacunas e impactos regulatórios.
- c) Análise Jurisprudencial: Levantamento e sistematização de decisões judiciais relacionadas à publicidade médica e proteção de dados, adotando a abordagem empírica do direito, focando na análise crítica de casos reais para identificar padrões interpretativos.
- d) Avaliação Crítica de Cursos Existentes: Exame de cursos virtuais disponíveis sobre marketing médico para identificar lacunas de conteúdo e a ausência de aprofundamento técnico-jurídico, diferenciando a proposta deste projeto.

4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

O produto principal da pesquisa é um curso de capacitação em formato *online*, estruturado em módulos comuns e trilhas específicas. O curso é direcionado, primariamente, a médicos de todas as especialidades.

O curso é direcionado, primariamente, a médicos de todas as especialidades que atuam na rede privada e que necessitam compreender os limites éticos e legais da publicidade médica à luz da Resolução CFM nº 2.336/2023 e da LGPD. O curso é relevante mesmo para

médicos que delegam a função de divulgação, pois é essencial que o profissional tenha uma noção básica sobre os fundamentos legais e éticos para evitar infrações e responsabilizações.

O egresso será um profissional capacitado para atuar de forma ética e segura na comunicação no setor da saúde. Ao tratar da capacitação de profissionais para a aplicação da LGPD, o curso não apenas desenvolve competências técnicas, mas viabiliza a implementação prática de um modelo de Governança Digital e de Compliance em Saúde Digital nos serviços assistenciais. Essa infraestrutura processual e documental eleva a qualidade e a segurança da comunicação em saúde, contribuindo diretamente para a ODS 3 – Saúde e Bem-Estar (ao mitigar publicidade sensacionalista e proteger a confiança do paciente), e fortalece instituições e profissionais no ambiente digital, em linha com a ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes (ao promover responsabilidade, transparência e prestação de contas nas rotinas de comunicação).

As competências e habilidades desenvolvidas abrangem: Conhecimento das Normas e Regulamentações: Preparação para atuar de acordo com os princípios éticos e técnicos do CFM; Habilidade em Proteção e Uso de Dados Pessoais: Capacidade de aplicar, de forma ética e responsável, os conhecimentos da LGPD, avaliando riscos e implementando medidas de conformidade na captação e uso de dados de pacientes para fins publicitários; Capacidade de Planejamento Estratégico: Desenvolvimento de campanhas de marketing dentro dos limites éticos e legais, orientando outros profissionais e analisando aspectos jurídicos das estratégias; e Capacidade de Orientação e Consultoria: Atuação como consultor ou responsável por *compliance* em publicidade e marketing na saúde, auxiliando na adequação das práticas publicitárias.

A capacitação proposta, curso on-line, modular, com trilhas específicas, não se limita à transmissão de conteúdos sobre Resolução CFM nº 2.336/2023 e LGPD: ela opera como mecanismo de implementação de um modelo de Governança Digital e de Compliance em Saúde Digital nas rotinas profissionais dos egressos. Ao longo do curso, os participantes constroem e validam artefatos operacionais que permanecem após a formação: política de comunicação digital, fluxo de aprovação de peças, matriz CFM/LGPD, ROPA, registros de consentimento/uso de imagem, inventário de rastreadores (cookies/pixels), cláusulas contratuais para agências/influenciadores, procedimento de resposta a incidentes e KPI/indicadores de auditoria, consolidando governança contínua e auditável.

A estrutura do curso visa cobrir os aspectos regulatórios e práticos: Módulos Fundamentais: Abordam os Princípios Éticos e Regulatórios da Publicidade na Saúde

(incluindo a Resolução CFM nº 2.336/2023 e a Bioética digital) e a LGPD aplicada à Saúde e à Comunicação (foco em dados sensíveis, consentimento e responsabilidade solidária). Trilhas Específicas: Adaptam o conteúdo para diferentes perfis profissionais, como Profissionais da Saúde, Comunicação e Marketing, Jurídica e Compliance, Tecnologia e Startups, e Acadêmica e Ética. Módulo Prático: Inclui simulações de auditoria de perfis, análise de políticas de privacidade e criação de planos de conformidade.

A diferenciação deste curso reside no seu foco em fornecer fundamentação técnico-jurídica e ética (em vez de apenas dicas de marketing), integrando a legislação vigente (LGPD e CFM) e a interpretação consolidada pela jurisprudência. O egresso será capaz de desenvolver campanhas de marketing dentro dos limites legais, implementar medidas de conformidade com a LGPD e atuar como consultor ou responsável por *compliance* em publicidade na saúde.

A escolha do formato de Ensino a Distância (EaD) é estratégica e essencial para atender à demanda de atualização de profissionais da saúde com agendas complexas, oferecendo flexibilidade de acesso e superando barreiras geográficas. A EaD, em sua quinta geração, é marcada pela consolidação da modalidade *online*, na qual o ambiente virtual se torna o espaço central para as atividades educacionais, integrando recursos sofisticados como hipertexto, multimídia e redes digitais.

O modelo pedagógico proposto visa preencher a lacuna formativa evidente no ensino médico tradicional, que não prepara o profissional para atuar na esfera pública digital. A EAD permite a utilização de metodologias ativas de aprendizagem, como estudos de caso reais e simulações interativas, que facilitam a compreensão de temas jurídicos e éticos.

O principal diferencial da proposta reside na sua profundidade técnico-jurídica e ética, contrastando com a abordagem superficial dos cursos de marketing médico disponíveis, que focam predominantemente em dicas e informações gerais. O curso integrará a ética médica, a legislação de proteção de dados e a prática comunicacional cotidiana, garantindo uma formação completa e aplicada.

5. CONCLUSÕES

O avanço tecnológico e a intensa presença dos médicos nas redes sociais criaram um ecossistema comunicacional complexo, onde a prática médica está sujeita a uma tensão contínua entre a tradição ética e a inovação tecnológica. A adequação à Resolução CFM nº 2.336/2023 e à LGPD é imperativa, visto que o uso indevido de dados e a autopromoção

exagerada configuram infrações éticas e podem gerar responsabilizações legais significativas.

A lacuna na formação médica tradicional, que prioriza conteúdos clínicos em detrimento das dimensões ético-legais da comunicação digital, valida a urgência de estratégias formativas complementares. Os cursos *online*, como o proposto, demonstram ser ferramentas pedagógicas eficazes, pois oferecem flexibilidade e alcance geográfico, essenciais para a educação continuada de profissionais com agendas complexas.

O produto técnico de intervenção regulatória em desenvolvimento não se limita a evitar infrações: busca fomentar uma cultura institucional de responsabilidade, transparência e prestação de contas, pilares do compliance em saúde digital.

Trata-se de produto técnico de intervenção regulatória que não apenas busca evitar infrações, mas fomenta uma cultura de responsabilidade e transparência, aspecto crucial para a ODS 3, pois a publicidade sensacionalista ou exagerada, ao explorar a vulnerabilidade do paciente, mina a confiança pública na saúde. Ao alinhar a comunicação digital aos princípios da bioética e aos direitos fundamentais dos pacientes, o curso contribui para a qualidade e a segurança do serviço de saúde (ODS 3). Ademais, ao exigir o conhecimento e a aplicação da LGPD e da Resolução CFM nº 2.336/2023, o curso capacita para o compliance e a avaliação de riscos, reforçando a responsabilidade e a eficácia de instituições e profissionais no ambiente digital, em consonância com a ODS 16.

Ao capacitar os médicos para alinharem suas práticas de comunicação com os princípios bioéticos e com os direitos fundamentais dos pacientes, o curso orienta o uso da tecnologia como instrumento de educação em saúde e de fortalecimento da confiança na medicina, e não como mecanismo de exploração da vulnerabilidade humana.

Em síntese, a proposta constitui resposta estratégica às demandas da prática médica no século XXI, ao preparar profissionais para atuar de maneira ética, segura e juridicamente responsável nos ambientes digitais. Ao incorporar rotinas de compliance em saúde digital, governança, avaliação de riscos, bases legais adequadas, registros das operações e auditoria contínua, o médico consolida uma comunicação digital que é, simultaneamente, informativa, proporcional e conforme às normas vigentes.

6. REFERENCIAIS

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)*. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 15 out. 2025.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM). Resolução CFM nº 2.336, de 13 de julho de 2023. *Dispõe sobre publicidade e propaganda médicas.* Brasília, DF: CFM, 2023. Disponível em: https://sistemas.cfm.org.br/normas/arquivos/resolucoes/BR/2023/2336_2023.pdf. Acesso em: 15 out. 2025.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM). Resolução CFM nº 2.217, de 27 de setembro de 2018. *Aprova o Código de Ética Médica.* Brasília, DF: CFM, 2018. Disponível em: <https://portal.cfm.org.br/images/PDF/cem2019.pdf>. Acesso em: 15 out. 2025.

KENSKI, Vani Moreira. *Tecnologias e tempo docente.* Campinas: Papirus, 2013.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura.* São Paulo: Editora 34, 1999.

MATTAR, J. *Guia de educação a distância.* São Paulo: Cengage Learning/Portal Educação, 2011.

MOORE, Michael G.; KEARSLEY, Greg. *Educação a distância: sistemas de aprendizagem on-line.* 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

PALLOFF, Rena M.; PRATT, Keith. *Construindo comunidades de aprendizagem no ciberespaço.* Porto Alegre: Artmed, 2002.

RODRIGUES, M. A. As cinco gerações tecnológicas na educação a distância. jun. 2013. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/as-cinco-geracoes-tecnologicas-na-educacao-a-distancia/109451/>. Acesso em: 15 out. 2025.

VERGARA, Sylvia Constant. Estreitando relacionamentos na educação a distância. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 5, ed. esp., jan. 2007. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/5427>. Acesso em: 15 out. 2025.