Stuart José Tonelo , Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP)

MASCULINIDADES EM DISPUTA: MÍDIA, "MACHOSFERA" E A REINVENÇÃO DO SER HOMEM NA CONTEMPORANEIDADE

RESUMO

Este trabalho analisa as disputas contemporâneas em torno das masculinidades, articulando representações midiáticas, discursos reacionários nas redes sociais e propostas educativas voltadas à igualdade de gênero. Foram selecionados três materiais: a propaganda clássica de cigarros Marlboro (Branstetter, 2020); a reportagem "Como criar meninos sob a ótica da igualdade de gênero", da Folha de São Paulo (Blum, 2025); e o fenômeno da "machosfera" - conjunto heterogêneo de comunidades digitais que compartilham discursos antifeministas e misóginos nas redes (Vilaça; D'Andréa, 2021; Santini *et al.*, 2024). Fundamenta-se teoricamente em autores como Judith Butler (2003; 2024), Joan Scott (2019), Jeffrey Weeks (2000), Michel Foucault (1988) e Guacira Lopes Louro (2000), que compreendem o gênero como construção histórica, discursiva e performativa, atravessada por relações de poder. A propaganda Marlboro consolidou, nas décadas de 1980 e 1990, um ideal de masculinidade baseado na força, autossuficiência e repressão emocional, ainda presente na socialização de meninos. Em contrapartida, a reportagem jornalística apresenta práticas educativas que promovem afetividade, empatia e pluralização das masculinidades. Já a "machosfera" ressignifica símbolos como a "pílula vermelha" (*Matrix*, 1999), associando-os à radicalização de discursos antifeministas e à rejeição da diversidade. Conclui-se que a masculinidade é um campo simbólico em disputa permanente, exigindo intervenções educativas capazes de romper com os modelos hegemônicos e promover subjetividades mais inclusivas, plurais e éticas.

Palavras-chave: Masculinidades. "Machosfera". Gênero. Educação. Mídia.

ABSTRACT

This article analyzes contemporary disputes around masculinities by articulating media representations, reactionary discourses on social networks and educational proposals oriented toward gender equality. Three materials were selected: a classic Marlboro cigarette advertisement (Branstetter, 2020); the Folha de São Paulo report "Como criar meninos sob a ótica da igualdade de gênero" (Blum, 2025); and the phenomenon of the manosphere, understood as a heterogeneous set of digital communities that share antifeminist and misogynistic discourses online (Vilaça; D'Andréa, 2021; Santini et al., 2024). The theoretical framework draws on authors such as Judith Butler (2003; 2024), Joan

Scott (2019), Jeffrey Weeks (2000), Michel Foucault (1988) and Guacira Lopes Louro (2000), who understand gender as a historical, discursive and performative construction crossed by power relations. The Marlboro advertisement consolidated, during the 1980s and 1990s, an ideal of masculinity based on strength, self-sufficiency and emotional repression, still present in boys' socialization. In contrast, the journalistic report presents educational practices that promote affection, empathy and pluralization of masculinities. The manosphere, in turn, resignifies symbols such as the "red pill" (*Matrix*, 1999), associating them with the radicalization of antifeminist discourses and the rejection of diversity. The study concludes that masculinity is a symbolic field in permanent dispute, requiring educational interventions capable of breaking with hegemonic models and promoting more inclusive, plural and ethical subjectivities.

Keywords: Masculinities. Manosphere. Gender. Education. Media.

1. Introdução

A construção das identidades de gênero, especialmente da masculinidade, tem sido amplamente debatida nas ciências humanas e sociais, atravessando campos como a Psicologia, a Educação, a Sociologia e a Comunicação. No contexto contemporâneo, marcado pelo avanço das pautas de igualdade de gênero e pela ampliação do debate público sobre diversidade, torna-se fundamental analisar criticamente os modelos de masculinidade que continuam sendo produzidos, reproduzidos e naturalizados socialmente. Esses modelos não apenas organizam expectativas sobre comportamentos, afetos e corpos masculinos, mas também operam como dispositivos de poder que estruturam relações desiguais e produzem efeitos subjetivos profundos.

A masculinidade não é uma essência natural ou biológica, mas uma construção histórica e social sustentada por discursos, práticas educativas, instituições e representações midiáticas (Louro, 2000). Ao estudar sexualidade e identidade, Weeks (2000) afirma que as categorias da sexualidade e das identidades sexuais são históricas e políticas, sendo produzidas e reguladas em contextos específicos de poder. Desde a infância, meninos são socializados a partir de normas rígidas que associam o "ser homem" à força, à autossuficiência e à negação da vulnerabilidade. Nessa direção, Trevisan (2021) observa que os ideais tradicionais de masculinidade operam como exigências normativas que tensionam a experiência subjetiva dos

homens ao estabelecer padrões rígidos de virilidade e autocontrole dificilmente sustentáveis, com impactos diretos sobre a forma como esses sujeitos se relacionam consigo e com os outros.

Nesse processo, a mídia ocupa um papel central, através de propagandas, filmes, reportagens jornalísticas e conteúdos digitais que não apenas refletem valores sociais, mas atuam ativamente na produção de subjetividades, reiterando ou tensionando normas de gênero. A análise crítica de materiais midiáticos, portanto, revela-se uma estratégia fundamental para compreender como determinados modelos de masculinidade se consolidam culturalmente e como podem ser contestados. Conforme argumenta Foucault (1988), os discursos não apenas reprimem, mas produzem modos de ser, funcionando como técnicas de poder que atravessam o cotidiano.

É a partir dessa compreensão que o presente trabalho se propõe a analisar as disputas simbólicas em torno da masculinidade contemporânea, tomando como referência três materiais midiáticos distintos, porém articulados: a propaganda da marca Marlboro, veiculada nas décadas de 1980 e 1990; a reportagem "Como criar meninos sob a ótica da igualdade de gênero", publicada em 2025 pelo jornal Folha de São Paulo (Blum, 2025); e a apropriação simbólica do filme *Matrix* (1999), dirigido por Lana Wachowski e Lilly Wachowski, por comunidades digitais associadas à chamada "machosfera". A escolha desses materiais se justifica por sua relevância histórica, cultural e política na produção de sentidos sobre o que significa "ser homem".

A propaganda da Marlboro consolidou um dos modelos mais emblemáticos da masculinidade hegemônica: o "homem Marlboro", representado como um *cowboy* branco, viril, autossuficiente e emocionalmente contido, em domínio sobre a natureza. Esse ideal publicitário contribuiu para a naturalização de uma masculinidade baseada na força, no silêncio emocional e na autoridade, modelo que atravessou gerações e ainda influencia práticas educativas e relações sociais. Em contraste, a reportagem da Folha de São Paulo apresenta propostas educativas que buscam romper com esses estereótipos, defendendo a criação de meninos sob a ótica da igualdade de gênero, da empatia e da expressão emocional, ampliando as possibilidades de subjetivação masculina desde a infância.

Entretanto, as transformações nos modos de compreender o gênero não ocorrem sem resistência. No ambien-

te digital contemporâneo, observa-se a emergência da "machosfera" como um fenômeno (sub)cultural que reage de forma organizada às pautas feministas e às propostas de desconstrução das normas de gênero. Grupos vinculados a ideologias como *Red Pill, MGTOW (Men Going Their Own Way)* e *incels (involuntary celibates)* utilizam plataformas como *YouTube* e *Discord* para difundir discursos misóginos, antifeministas e conservadores, frequentemente amparados por retóricas pseudocientíficas e narrativas de vitimização masculina (Santini *et al.*, 2024; Vilaça; D'Andréa, 2021). A apropriação da metáfora da "pílula vermelha", oriunda do filme *Matrix* (1999), ilustra como elementos da cultura *pop* são ressignificados para sustentar projetos identitários reacionários.

Esses discursos revelam que a masculinidade constitui um campo de disputa política permanente. De um lado, surgem propostas educativas e midiáticas que buscam pluralizar os modos de ser homem; de outro, consolidam-se reações que tentam restaurar modelos autoritários de masculinidade, reforçando hierarquias de gênero e práticas de violência simbólica. Como alerta Butler (2024), vivemos um contexto marcado por tentativas sistemáticas de deslegitimação das conquistas históricas dos movimentos feministas e de diversidade, o que torna ainda mais urgente a análise crítica desses fenômenos.

Diante desse cenário, o problema de pesquisa que orienta este estudo pode ser formulado da seguinte maneira: como os discursos midiáticos participam da produção, manutenção ou contestação dos modelos de masculinidade, e de que forma essas disputas simbólicas impactam os processos de subjetivação masculina na contemporaneidade? A motivação para a realização deste trabalho emerge tanto da relevância acadêmica do tema no campo da Psicologia e dos estudos de gênero quanto da urgência social de compreender os efeitos subjetivos e políticos da masculinidade hegemônica e de suas reatualizações digitais.

Assim, o objetivo geral deste trabalho é analisar criticamente as representações de masculinidade presentes nos materiais midiáticos selecionados, articulando-as ao referencial teórico dos estudos de gênero, do poder e da subjetivação, bem como às reações conservadoras expressas no fenômeno da "machosfera". Busca-se, com isso, contribuir para a reflexão crítica sobre os sentidos contemporâneos da masculinidade e para o fortalecimento de práticas educativas e discursivas que possibilitem formas mais plurais, éticas e igualitárias de ser homem.

2. Método

O presente trabalho caracteriza-se como um estudo teórico-analítico, de abordagem qualitativa, cujo objetivo é analisar criticamente a produção de sentidos sobre masculinidades a partir de materiais midiáticos e de um referencial teórico fundamentado nos estudos de gênero, na psicologia social e na filosofia crítica.

O desenvolvimento do trabalho ocorreu em etapas articuladas, iniciando-se pela delimitação do problema de pesquisa, conforme explicitado na introdução, centrado na compreensão das disputas simbólicas em torno da masculinidade na contemporaneidade. Em seguida, realizou-se a seleção intencional dos materiais midiáticos analisados, escolhidos por sua relevância histórica, cultural e política na produção e circulação de discursos sobre masculinidade.

O *corpus* analítico é composto por três conjuntos de materiais: (1) uma propaganda da marca Marlboro, veiculada nas décadas de 1980 e 1990, amplamente reconhecida por consolidar um modelo hegemônico de masculinidade associado à virilidade; (2) a reportagem jornalística "Como criar meninos sob a ótica da igualdade de gênero", publicada pela Folha de São Paulo (Blum, 2025), que apresenta práticas educativas voltadas à promoção da igualdade de gênero; e (3) a apropriação simbólica do filme *Matrix* (1999) por comunidades digitais vinculadas à "machosfera".

A etapa seguinte consistiu na análise teórico-interpretativa dos materiais realizada por meio da articulação entre os conteúdos midiáticos selecionados e o referencial teórico mobilizado no estudo. Foram utilizados como principais instrumentos analíticos conceitos como gênero enquanto categoria histórica (Scott, 2019), performatividade de gênero (Butler, 2003), masculinidade e sofrimento psíquico (Trevisan, 2021), machismo estrutural (Castañeda, 2006) e discursos de poder e subjetivação (Foucault, 1988). Essa articulação permitiu identificar regularidades discursivas, tensões simbólicas e estratégias de naturalização ou contestação das normas de gênero presentes nos materiais analisados.

A análise foi conduzida de forma qualitativa, cujo foco esteve na interpretação crítica dos discursos, imagens e narrativas, considerando seus efeitos na produção de subjetividades masculinas e nas disputas políticas em torno da masculinidade.

Desse modo, o método adotado possibilita compreender a masculinidade

como uma construção histórica e social em permanente disputa, evidenciando o papel da mídia tanto na reprodução de modelos hegemônicos quanto na abertura de possibilidades de resistência e transformação no campo das relações de gênero.

3. Resultados e discussão

Considerando o caráter teórico-analítico deste estudo, os resultados emergem da análise interpretativa dos materiais midiáticos selecionados, articulada ao referencial dos estudos de gênero, da psicologia social e da filosofia crítica. Não se trata, portanto, da apresentação de dados empíricos quantificáveis, mas da identificação de regularidades discursivas, disputas simbólicas e modos de produção de subjetividades masculinas que atravessam diferentes contextos midiáticos e históricos.

A análise da propaganda da marca Marlboro evidencia a consolidação de um modelo hegemônico de masculinidade amplamente naturalizado ao longo do século XX. A figura icônica do "homem Marlboro", encarnada por um *cowboy* branco, isolado, hipermasculino e impassível, funcionou como um poderoso mecanismo de consolidação de um padrão masculino normativo. Nesse imaginário publicitário, ser homem equivale a exercer controle absoluto sobre si e sobre o ambiente natural, recusar qualquer expressão de fragilidade e sustentar uma postura de independência radical, erigindo-se como um modelo aparentemente atemporal, universal e socialmente valorizado. Esse modelo publicitário não se limita a espelhar valores sociais preexistentes; ele opera como um dispositivo discursivo que, na esteira da concepção foucaultiana de poder-saber, produz efeitos de verdade ao constituir formas historicamente situadas de subjetividade, ensinando, normatizando e legitimando modos específicos de ser homem, em consonância com regimes discursivos que articulam sexualidade, gênero e poder (Foucault, 1988). Sob a perspectiva da performatividade de gênero, tal como formulada por Butler (2003), observa-se que essa masculinidade se sustenta pela repetição normativa de gestos, posturas corporais e silêncios afetivos, até se tornar socialmente inteligível como algo "natural".

A partir de uma leitura ensaística e crítica da cultura masculina, Trevisan (2021) aponta que os modelos tradicionais de virilidade, historicamente construídos, tendem a produzir sofrimento psíquico ao impor aos homens a repressão da vulnerabilidade e a negação da expressão emocional. Esses ideais de masculinidade operam

como mitos normativos que regulam os modos legítimos de sentir, agir e se relacionar consigo e com o outro, estabelecendo uma relação violenta com os próprios afetos. Essa perspectiva se alinha à crítica butleriana à naturalização do gênero, que mostra como a aparente estabilidade das identidades masculinas depende de um regime normativo coercitivo, não de uma essência, mas de uma repetição forçada, cuja falha ou desvio é constantemente punido pela ordem simbólica. Além disso, articula-se à compreensão de que os discursos funcionam como técnicas de poder produtoras de subjetividades, ao organizar práticas, afetos e modos de vida socialmente inteligíveis (Foucault, 1988). A análise da propaganda da Marlboro, nesse sentido, revela a mídia como um espaço central de pedagogização do gênero, cujos efeitos extrapolam o campo do consumo e atravessam práticas educativas familiares e institucionais.

Em contraste com esse modelo hegemônico, a reportagem "Como criar meninos sob a ótica da igualdade de gênero" (Blum, 2025) apresenta discursos que tensionam as normas tradicionais de masculinidade. O material jornalístico analisado propõe práticas educativas voltadas à construção de subjetividades masculinas mais empáticas, sensíveis e igualitárias, questionando a associação entre masculinidade e dureza emocional. Esse discurso evidencia a compreensão do gênero como uma categoria histórica e relacional, conforme formulado por Scott (2019), e contribui para a desnaturalização de comportamentos rigidamente atribuídos ao masculino e ao feminino.

A análise desse material indica que a mídia também pode operar como espaço de resistência simbólica, ao visibilizar formas alternativas de socialização masculina e ampliar as possibilidades de subjetivação desde a infância. Ao valorizar o cuidado, a escuta e a expressão emocional, a reportagem rompe com a lógica binária e hierarquizada de gênero, abrindo fissuras nos modelos normativos e dialogando com propostas contemporâneas de educação para a igualdade de gênero.

Entretanto, os avanços na problematização das normas de gênero coexistem com reações conservadoras organizadas, especialmente no ambiente digital. A análise da "machosfera" evidencia a reatualização de modelos tradicionais de virilidade sob novas roupagens discursivas, em que comunidades associadas a essas ideologias mobilizam plataformas digitais para difundir narrativas antifeministas, misóginas e pseudocientíficas, frequentemente ancoradas em discursos de vitimi-

zação masculina (Vilaça; D'Andréa, 2021; Santini *et al.*, 2024).

A apropriação simbólica do filme *Matrix* (1999) por esses grupos ilustra como elementos da cultura *pop* são ressignificados para sustentar projetos identitários reacionários. A metáfora da "pílula vermelha" é utilizada para construir a ideia de um suposto despertar masculino frente a uma sociedade percebida como dominada pelo feminismo. Esse movimento, como alerta Butler (2024), integra um contexto mais amplo de ofensivas conservadoras que buscam deslegitimar conquistas históricas dos movimentos feministas e reinstaurar hierarquias de gênero.

A articulação entre os materiais analisados permite compreender que a masculinidade constitui um campo de disputa simbólica permanente. De um lado, discursos midiáticos e educativos buscam pluralizar os modos de ser homem; de outro, emergem reações que tentam restaurar modelos autoritários de virilidade, reforçando desigualdades de gênero e práticas de violência simbólica. Conforme analisa Castañeda (2006), o machismo se sustenta sobretudo por meio de práticas cotidianas naturalizadas, muitas vezes inconscientes, que organizam expectativas sobre comportamentos, afetos e papéis de gênero. Essas formas sutis e persistentes de reprodução do masculino contribuem para a manutenção das hierarquias de gênero e criam um terreno simbólico favorável à emergência de discursos mais explícitos de reação e violência.

Assim, os resultados deste estudo evidenciam o papel central da mídia na produção, manutenção e contestação das normas de masculinidade, bem como seus efeitos diretos nos processos de subjetivação masculina na contemporaneidade. A análise reforça a urgência de intervenções educativas e discursivas críticas capazes de enfrentar a naturalização da masculinidade hegemônica e ampliar as possibilidades éticas, plurais e igualitárias de ser homem.

4. Considerações finais

Este estudo teve como objetivo analisar criticamente as disputas simbólicas em torno da masculinidade na contemporaneidade, tomando a mídia como um campo privilegiado de produção de sentidos, memórias e subjetividades. A partir da articulação entre uma propaganda publicitária clássica, uma reportagem jornalística contemporânea e a apropriação de um produto cinematográfico por comunidades digitais reacionárias foi possível evidenciar que os materiais midiáticos não apenas refletem valores sociais, mas atuam ativa-

mente como dispositivos políticos de normatização, resistência ou radicalização das masculinidades.

Dessa forma, os resultados do trabalho demonstram que a mídia opera simultaneamente como espaço de conservação e de disputa. A propaganda da Marlboro evidencia como narrativas midiáticas historicamente consolidadas participaram da construção de uma memória coletiva da masculinidade hegemônica, baseada na virilidade e na autoridade masculina. Trata-se de uma produção simbólica que contribuiu para o apagamento de outras possibilidades de ser homem, funcionando como uma política do esquecimento das masculinidades dissidentes, sensíveis ou não normativas.

Em contraposição, a reportagem da Folha de São Paulo (Blum, 2025) revela o potencial da mídia jornalística como espaço de resistência simbólica, ao tensionar esses modelos cristalizados e propor práticas educativas orientadas pela igualdade de gênero. Ao visibilizar outras formas de socialização masculina, o material analisado contribui para a construção de novas memórias possíveis sobre o masculino, alinhadas à ampliação de direitos, ao reconhecimento das diferenças e à valorização da dimensão afetiva e relacional da subjetividade.

Entretanto, a análise da "machosfera" evidencia que os avanços na produção de discursos igualitários coexistem com reações organizadas que buscam restaurar modelos autoritários de masculinidade. A ressignificação do filme *Matrix* (1999) por comunidades alinhadas à ideologia *Red Pill* demonstra como produtos culturais amplamente difundidos podem ser apropriados para sustentar projetos políticos reacionários, marcados pela misoginia, pelo antifeminismo e pela rejeição das pautas de diversidade. Nesse sentido, a "machosfera" atua como um espaço de contramemória, que tenta reescrever o presente a partir de uma narrativa de vitimização masculina e de negação das transformações sociais promovidas pelos movimentos feministas e pelos estudos de gênero (Vilaça; D'Andréa, 2021; Butler, 2024).

Os resultados do estudo indicam, portanto, que a masculinidade deve ser compreendida como uma construção histórica em permanente disputa, atravessada por relações de poder que se materializam nos discursos midiáticos. Conforme apontam Foucault (1988) e Scott (2019), essas disputas não são apenas simbólicas, mas produzem efeitos concretos nos modos de subjetivação, nas práticas educativas e nas formas de convivência social. A

mídia, nesse contexto, assume um papel central tanto na reprodução do machismo estrutural quanto na possibilidade de sua contestação.

Como limitação, ressalta-se que o estudo não pretende generalizar empiricamente as experiências masculinas nem mensurar a recepção dos materiais analisados. Seu alcance reside na interpretação crítica de discursos midiáticos e culturais selecionados, permitindo compreender como tais materiais participam da produção, da manutenção e da contestação de sentidos sobre masculinidade. Estudos futuros poderão articular essa análise a entrevistas, grupos focais ou investigações empíricas com diferentes públicos, ampliando a compreensão dos efeitos subjetivos e educativos desses discursos.

Por fim, este estudo busca contribuir para a reflexão crítica sobre o papel da mídia na produção política da memória e do esquecimento das masculinidades. Em um contexto marcado pelo avanço de discursos conservadores e pela radicalização digital, torna-se urgente fortalecer práticas analíticas e educativas que ampliem os horizontes do possível, permitindo que outras formas de ser homem, mais éticas, plurais e comprometidas com a igualdade de gênero possam emergir e se sustentar no espaço público.

5. Referências

BLUM, Bárbara. Como criar meninos sob a ótica da igualdade de gênero. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 8 abr. 2025. Equilíbrio. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/equilibrio/2025/04/como-criar-meninos-sob-a-otica-da-igualdade-de-genero.shtml. Acesso em: 8 abr. 2025.

BRANSTETTER, Kurt. *Marlboro St. George*. [S.l.]: YouTube, 26 jan. 2020. 1 vídeo (1 min 46 s). Disponível em: https://youtu.be/aA9VugHgxfA?si=MsNv1lRF9WHtTNw8. Acesso em: 8 abr. 2025.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero:* feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

BUTLER, Judith. *Quem tem medo do gênero?* Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2024.

CASTAÑEDA, Marina. *O machismo invisível*. Tradução de Lara Christina de Malimpensa. São Paulo: A Girafa, 2006.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I*: a vontade de saber. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 13. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (org.). *O corpo educado*: pedagogias da sexualidade. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 7–34.

MATRIX. Direção: Lana Wachowski; Lilly Wachowski. Produção: Joel Silver. [S. l.]: Warner Bros., 1999. 1 filme (137 min), son., color.

SANTINI, R. Marie et al. *"Aprenda a evitar 'esse tipo' de mulher":* estratégias discursivas e monetização da misoginia no YouTube. Rio de Janeiro: NetLab – Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: https://netlab.eco.ufrj.br/post/aprenda-a-evitar-esse-tipo-de-mulher-estratégias-discursivas-e-monetização-da-misoginia-no-yout. Acesso em: 11 abr. 2025.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). *Pensamento feminista*: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 49–82.

TREVISAN, João Silvério. *Seis balas num buraco só*: a crise do masculino. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Objetiva, 2021. 376 p.

VILAÇA, Gracila; D'ANDRÉA, Carlos. Da manosphere à machosfera: práticas (sub)culturais masculinistas em plataformas anonimizadas. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 410–440, 2021. DOI: https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27703. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27703. Acesso em: 8 abr. 2025.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (org.). *O corpo educado*: pedagogias da sexualidade. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 35–82.