

O HOMEM AMORFO

Marcos Delson da Silveira¹⁴⁰

RESUMO

Este trabalho busca construir um perfil do chamado homem pós-moderno. Alicerçado em pesquisas bibliográficas e modelando resultados partindo de reflexões oriundas do contato com o dia a dia, vislumbra uma sociedade que ao problematizar e esvaziar as “verdades absolutas” se construiu sem ter onde se agarrar e, por consequência, encharcada na falta de sentidos e na busca incessante de explicações em tudo o que é imediato, pragmático, construiu inevitavelmente um homem amorfo. Na carência de uma essência, de uma natureza e mesmo de um Deus criador de todas as coisas, o homem líquido pós-moderno, atônito, busca novidades e constrói “ídolos” nas prateleiras do consumo em busca de uma identidade. Vive um processo de liquidificação dos valores. A desconstrução do edifício social erguido no alicerce do absoluto é um processo de longa data. Aqui, por questão de espaço, delimitou-se a reflexão na revolução idealizada por Karl Marx, na “morte de Deus” proclamada por Friedrich Nietzsche, no existencialismo ateu de Jean-Paul Sartre e numa sucinta reflexão acerca da sociedade de consumo.

Palavras chaves: Pós-moderno. Liquidificação dos valores. Verdades absolutas. Homem amorfo.

INTRODUÇÃO

Este artigo tece um sucinto perfil dessa “colcha de retalhos” chamada de homem pós-moderno. Focamos, por zelo perene, na questão que tange ao esvaziamento axiológico do ser humano. Esse novo homem moldado pela “líquida” e globalizada revolução cultural tem anseios primitivos de sobreviver e ser feliz. Antes, porém, esses desejos primitivos e naturais eram preenchidos na visão predominante da existência infalível de um Deus e de uma essência que manifestavam na reta razão humana o caminho sólido e único a trilhar para atingir tal objetivo. Hoje, na liquidificação de qualquer verdade absoluta, de qualquer valor sólido, na transformação linguística e cultural que mergulham todos os desejos em construções históricas a sobrevivência e a felicidade são artes culturais que apresentam em seus belos quadros instantâneos,

¹⁴⁰ Licenciado em Filosofia; Mestrando em História; Pós-graduado em Docência universitária; Filosofia do direito; Direitos humanos da criança e do adolescente e em Filosofia clínica; Possui formação complementar Superior em Gestão de segurança.

fenomenológicos, um caminho que não conduz a uma meta, um buraco negro sem fim que manifesta no comportamento humano a “síndrome da insatisfação” que o conduz ao consumo irrefletido de produtos imediatos que revelam valores fluidos e opções de significados, de identidades.

Nesta reflexão sobre o homem amorfo trilhamos um caminho que se inicia no século XIX com Karl Marx e seus ideais revolucionários. Sabemos que a engenharia social, que remodelou o homem, inicia-se antes da modernidade e tem forte desenvolvimento em movimentos sociais como o renascimento e o iluminismo. Tivemos que traçar um contexto com alguns pensadores em específico por questão de espaço. Por isso, delimitamos do século XIX ao do século XX. Posterior a Marx, a reflexão adentrou a “morte de Deus” em Nietzsche e ao existencialismo de Sartre para, finalmente, terminar com uma crítica a sociedade de consumo.

Este escrito é fruto de reflexões fundamentadas em pesquisas bibliográficas. A sociedade que se apresenta diante os nossos olhos carece de valores sólidos oriundos de famílias sólidas, de uma sociedade sólida, de uma religião sólida e, portanto, de um mundo novo. Colhemos o resultado de um grande *Iceberg* que se derreteu. Suas águas inundaram tudo. O caminho inverso, de solidificação do líquido, parece impossível. Resta, a quem se aventura a crer em princípios perenes e valores absolutos, nadar sobre os destroços de seres que se assemelham a água tornando-se líquidos sem se liquidifazer.

UM PROPEDEÚTICO “OLHAR LÍQUIDO”

A engenharia social “pós-moderna” produziu um homem sem forma, sem essência, que busca desenfreadamente a liberdade e a felicidade no supérfluo e no transitório, um homem sem objetivos claros e precisos, a sua identidade é o “fluir”, totalmente descrente dos princípios metafísicos, um homem “sem rosto” e enormemente vazio. Essa nova máscara do homem “pós-moderno” esvazia-o de sentidos e o faz caminhar como zumbi em busca do imediato e do palpável. Cego, só enxerga a si mesmo. Surdo, só escuta a própria voz. Caminha, sem rumos. Sorrir, puro desespero.

Conversa tolices rasas. Respira oxigênio, libera Simum (Samiel)¹⁴¹. Enfim, é um homem quase transparente, incolor. Amorfo.

Esse novo perfil do homem pós-moderno alicerça-se na fluidez dos valores. Aqueles valores imutáveis e inquestionáveis, alicerçados em Deus, na essência e na natureza humana, esvaeceram-se. O Bem e o Mal eram referências apodíticas e intangíveis. A “pós-modernidade,” tendenciosamente, liquidizou os valores. A fluidez dos valores é um processo vivido tão rápido e em tão curto espaço de tempo que o homem, contemporâneo de si mesmo, imagem e semelhança do acaso, sem ter onde se agarrar (Sem Deus, sem natureza e sem essência) se viu na necessidade de se reconstruir tão rápido quanto as mudanças e acabou por tecer um perfil pragmático. Como consequência, este novo perfil do homem pós-moderno, imerso no fluxo contínuo e irrefletido dos comportamentos, ocasionou um sujeito trivial, materialista, hedonista, permissivo, relativista e consumista. A pergunta metafísica sobre o “ser” (Quem eu sou?) transformou-se na pergunta existencialista do contínuo processo de construção do “ser” (o que eu quero ser?) (SILVEIRA, 2014; p. 41). Sem um “ser” dado *a priori*, o homem busca desenfreadamente um sentido no ritmo acelerado das mudanças. Na vida líquida pós-moderna nada (nem mesmo Deus) pode manter a forma ou permanecer por muito tempo (BAUMAN, 2009; p. 07).

O globalizado relativismo axiológico hodierno busca reinventar continuamente o homem por meio de uma irrefreável revolução cultural amplamente difundida pelas Tecnologias de Informação e Comunicação. Este processo cultural revolucionário, chamado pós-moderno, a muito vem sendo semeado: no livro Manifesto do Partido Comunista (2010; p. 56), Karl Marx e Friedrich Engels proclamaram a necessidade do fim da “sociedade oficial” e de todas as Instituições que fomentassem os ideais burgueses. Essa revolução cultural deveria “derreter” os valores que moldavam a consciência coletiva para a imersão de novos valores e a transformação revolucionária de toda a sociedade. O fim último da revolução seria o apogeu de um modelo social de organização chamado de Comunismo. Para que esse novo modelo social atingisse a plenitude era indispensável o fim da família, da propriedade privada, da religião e a dissolução do Estado. Foi no século XX, 1917 e 1949, que a Revolução Russa comandada por Lênin e a Revolução Chinesa de Mao Tsé-tung conduziu o mundo a assistir na prática a revolução cultural proposta pelo Manifesto Comunista.

¹⁴¹ Vento quente que sopra do centro da África em direção ao norte. No deserto do Saara o simum é capaz de provocar grandes tempestades de areia.

Evidentemente, a revolução proletária russa e chinesa não seguiu o modelo exato proposto pelo marxianismo, ocorreu conforme reinterpretações dos respectivos líderes revolucionários. O mundo assistiu, no pós-guerra, a disputa de ideologias irmãs e extremas: de um lado o Liberalismo e de outro o Socialismo (SILVEIRA 2019; p. 34).

Foi com a dissolução da União Soviética em 1990 que todas as grandes e importantes potências se abriram ao Neoliberalismo. Todas as grandes potências se viram sem saída e sucumbiram aos desejos do capital. A queda do muro de Berlim (1989) e o fim da URSS - União das Repúblicas Socialistas Soviéticas - ocasionou a possibilidade das multinacionais explorarem grandes áreas territoriais e de difundirem a cultura de consumo e, em conjunto, em nível político, a ideologia que proclamava que sem o neoliberalismo é impossível existir (BALDRAIA; SAMPAIO; SUCENA, 2016; p. 70-2). O fim da URSS não foi o fim do marxismo. Em nível de mercado, venceu o neoliberalismo. Ideologicamente, o socialismo continua latente: dos “manuais revolucionários” do marxianismo surgiram outros movimentos sociais marxistas que proclamavam/proclamam em nome “da luta de classes” a revolução, seja feminina (Feminismo), seja sexual e antropológica com a construção do novo homem (Ideologia de gênero), seja contra a vida (o aborto), seja contra qualquer outro bom propósito.

As revoluções são patrocinadas e inseridas na cultura, tendendo à hegemonização cultural (globalismo). É uma “multinacional lucrativa e ideológica” que formula o novo modo de ser do homem. Do feminismo extraímos, entre tantas consequências lucrativas, o divórcio, o trabalho feminino e o aborto; da ideologia de gênero, entre tantas consequências igualmente lucrativas, a moda, a imaginação em busca do prazer e o corpo; do socialismo, o inchaço estatal e de sua elite; e do novo homem, tudo que esse novo homem precisa consumir para ser novo. Sem citar o neoliberalismo e outras tendências políticas.

Contemporâneo de Karl Marx (1818-1883), outro nome importante para buscar compreender a fluidez dos valores é o de Nietzsche (1844-1900). No livro *A Gaia Ciência* (2010; p. 116), o filólogo Nietzsche propôs a “morte de Deus”. A ideia da “morte de Deus” conduziu a reflexão nietzschiana a propor a “transvaloração dos valores”. Sem a influência do “absoluto”, “imutável”, “transcendente”, “eterno”, as “verdades eternas e inquestionáveis” se esvaeceram abrindo ensejo para uma nova abordagem. Os valores tornaram-se construções históricas suscetíveis de mudanças e o homem ficou sem referencial, sem valores naturais ou eternos que pudessem construir no seu ser uma essência capaz de solidificá-lo comportamentalmente. No livro

Genealogia da Moral, Nietzsche (2009; p. 17-21) afirmou a inexistência do bem ou do mal para além do mundo. A ideia moral perdeu, para ele, sua identidade transcendente, o que ele chamou de “preconceito teológico” e, portanto, propôs a criação de novos valores onde se exprime a vontade de potência.

Perceba que, se não existem verdades absolutas e perenes, o homem pode se reconstruir, se fazer e refazer. Se não há essência ou a natureza humana, existe simplesmente um ser amorfo à procura de valores que o modelem. Sem verdades eternas tem-se uma sociedade frívola, líquida. Sem essência não há forma, sem natureza não há objetivos, sem verdades não há conhecimentos. O que resta então?

Nesse ínterim, uma vez proposta a Revolução social e a morte da influência do absoluto, o homem, condenado à liberdade, deve se construir e reconstruir conforme o que lhe permitir a sociedade. Jean-Paul Sartre (1970; p. 05-7), no livro *O Existencialismo é um humanismo*, teceu a máxima do existencialismo: “a existência precede a essência”. Isso significa que “em primeira instância, o homem existe, encontra a si mesmo, surge no mundo e só posteriormente se define (...) não existe natureza humana, já que não existe um Deus para concebê-la (...) o homem nada mais é do que aquilo que ele faz de si mesmo”. O existencialismo rompe com mais de dois mil anos de percepção antropológica. Desde Sócrates, passando pelo cristianismo e pela modernidade, acreditava-se que o homem, a mulher, os animais e as plantas tinham, cada qual, segundo seu grau de ser, uma essência que os fazia ser o que eram. Toda a construção antropológica do homem foi fundamentada em sua essência. Com o existencialismo, sem valores dados *a priori*, seja por Deus ou pela natureza, sem essência, o homem se constrói, se molda com suas escolhas. Uma vez lançado ao mundo o homem se constrói, livremente, como indivíduo. O homem está condenado a ser livre.

Porém, em sociedade, a individualidade humana corresponde ao indivíduo como ser social. É aquele ser do qual a sociedade espera determinado comportamento. Mesmo o indivíduo que se destaca em sociedade o faz por permissão ou crítica social. Inserido em determinada cultura, o que o indivíduo é ou espera ser carrega a necessidade/permissão social. Segundo Bauman (2009; p. 71-2),

a ideia de cultura foi cunhada e batizada (...) para designar a administração do pensamento e do comportamento humano (...). No limiar da Era Moderna, homens e mulheres (...) passaram a ser vistos ao mesmo tempo como maleáveis e terrivelmente carentes de ajustes e

melhoras. O termo cultura foi concebido no interior de uma família de conceitos que incluía expressões de aperfeiçoamento (...). O que o agricultor fazia com a semente por meio da atenção cuidadosa, desde a semeadura até a colheita, podia e devia ser feito com os incipientes seres humanos pela educação e pelo treinamento (...). As pessoas não nasciam, eram feitas. Precisavam tornar-se humanas – e, nesse processo de se tornar humanas (...) teriam de ser guiadas por outros seres humanos, educados e treinados na arte de educar e treinar seres humanos como “cultivo”, “lavoura”, “criação”(…).

Assim como a EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - modifica geneticamente as sementes para ocasionar culturas mais resistentes e com características diferentes das culturas oriundas das sementes não modificadas, a cultura, em nível social, é um processo de modificar no campo do pensamento (*metanoia*) o ser humano, modificando ou mesmo padronizando o seu comportamento. Dentro dessa perspectiva, acredita-se, a plena liberdade humana descrita por Sartre está racionada pela liberdade concebida pela sociedade. O indivíduo não está determinado pela sociedade, mas não escapa a sua insigne influência. É livre, mas não está condenado à liberdade. O processo de construção da essência do homem, que agora nasce sem uma dada pela natureza, se dá nos moldes sociais¹⁴².

Portanto, uma vez lançado ao mundo o homem não se constrói como um ser divino ou abstrato, ele se constrói como ser social e os agentes que divulgam a cultura, ou mesmo lucram com ela, colocam na massa humana amorfa desejos e anseios de consumo que não serão satisfeitos e, simultaneamente, preceitos éticos e morais ligados ao imediato para a construção de um homem leve, instantâneo, fraco e prático. Quanto mais líquido os valores se tornam mais distante da realidade o indivíduo está e mais manipulável se torna. A vida fundamentada em valores líquidos é uma vida de consumo dos bens materiais, consumo das pessoas coisificadas e o consumo de si mesmo. O homem se constrói como consumidor alienado, faminto por novidades, marionete das formas de consumo. Nesse desejo por novidades, o próprio “ser” torna-se novidade para si mesmo. Diante o espelho, o homem se questiona: “Espelho, espelho meu, de fato, quem sou eu?” (SILVEIRA 2019; p. 58). A carência dos questionamentos Metafísicos esvazia-o de significados abrindo espaços para novos desejos que geram outros desejos e assim sucessivamente... A velocidade não o deixa ser mais do que um passado em busca do presente. A identidade torna-se algo que se compra nas prateleiras dos

¹⁴² Para Sartre a liberdade gera a responsabilidade. Todos os atos humanos, por menor que sejam, é o reflexo do que esse homem espera da humanidade. Daí a agonia. Negar a liberdade é um ato de má-fé.

Supermercados ou nas vitrines dos Shoppings centers. A difusão do consumo atinge áreas da vida humana que antes estavam seladas pela sacralidade. Tudo, sem exceção, torna-se objeto de consumo, nada pode durar: a família, os filhos, as pessoas, os animais, o sagrado. O casamento até que o “consumo” vos separe: “Não deve causar muita surpresa o fato de a principal cadeia de supermercados oferecer agora a seus clientes adeptos do faça-você-mesmo ‘kits divórcio’ ao preço promocional de 7,49 libras” (BAUMAN 2009; p. 115). O lixo é a meta das relações interpessoais, dos objetos, de toda mercadoria. “Só o lixo tende a ser (infelizmente) sólido e durável. ‘Solidez’ agora é sinônimo de lixo” (*idem*, p. 117).

O homem sem Deus, sem valores sólidos, sem essência não possui natureza. Portanto o sexo (masculino e feminino) é algo que merece ser desprezado, esquecido e substituído pelo gênero (aspecto social). Em nível social é permitido o que a sociedade permitir. A sociedade permite o que a cultura permite. A cultura permite tudo que está em sua agenda de intenções. A globalização expropria as culturas em nome de uma única cultura, qual seja, de quem tem poder, de quem manda (Etnocentrismo contemporâneo). Com o passar rápido do tempo, o homem substitui princípios que são insubstituíveis, mas não os substitui por outros princípios, os substitui pelo instantâneo, pelo desejo, pela volição, pelo fluído. A racionalidade, em nome do imediato, é colocada em segundo plano. Falsos sentimentos são transmitidos pela grande mídia para que o homem se esqueça de viver os verdadeiros sentimentos, ou mesmo, para que o homem esvazie de significados os verdadeiros sentimentos: uma Nação emocionada fica inerte diante dos gritos emotivos do locutor de futebol devido a uma conquista da Seleção Brasileira; milhões ficam ansiosos diante as lutas do MMA (Artes Marciais Mistas); outros choram, sorriem, enfurecem diante dos filmes (verdadeiros transmissores culturais e imperialistas) e das novelas (máquinas de produzir comportamentos), entre outros meios, como a música, que são compostos com o intuito de gerar o consumo imediato. Os artistas, os jogadores, os lutadores, os músicos (produtos produzidos pela mídia) vendem produtos (mercadorias industriais) de grandes multinacionais compondo o jogo alienante do consumo e do mercado globalizado. “É um produto comprando outro produto, é um objeto sendo trocado por outro objeto” (SILVEIRA 2014; p. 37).

No jogo do consumo, o humano ganha um aspecto de mercadoria, e qualquer mercadoria precisa de uma embalagem bonita, mesmo que o conteúdo não seja tão quanto. Assim, fortemente lucra a indústria da beleza que vende a aparência: as

maquiagens, os perfumes, os cremes, a moda. Tristemente, com o passar rápido dos tempos, tudo fica na aparência, inclusive as Instituições Sociais: educação que deseduca, saúde que não cura, segurança que não protege, previdência que não aposenta etc. Tira-se a “forma” social para compor o perfil do homem amorfo: constante peregrino em busca da Identidade. Um homem sem referencial sólido não sabe quem é e o que quer, nem para onde deve caminhar. Individualista, escravo do ego, dependente e desesperado. Sente-se dono de si, mas não sabe do que é dono. Não vê sentido na vida, nas escolhas, na história, em sua própria existência. A superficialidade social não responde os anseios intrínsecos do seu “eu”.

O jogo consumista resume-se em elaborar e vender novos desejos. Ajudar o consumidor a sentir-se feliz. Para tanto é preciso uma celebridade, um produto com o qual ela se identifique. Um ídolo. O ídolo é um falso deus, mesmo falso recebe todas as honras e é idolatrado. O homem sempre criou os ídolos. Muitos surgiram do martírio e outros do heroísmo. Os ídolos hodiernos são construídos e chamados de celebridades. São idolatrados por muitos. Pessoas choram, desmaiam, passam mal, os invocam, se entregam de corpo e alma às celebridades. São verdadeiros deuses no altar do consumo. Como qualquer outro deus leva aos seus seguidores a “felicidade”. Trazem estampado um ideal de liberdade. Os seus seguidores, ao olhar para o “ídolo” diante de si, enxergam as marcas estampadas na camiseta, no tênis, no corpo, no discurso. Mas como qualquer “produto” da sociedade pós-moderna, os ídolos logo esvaecem dando lugar a outros ídolos que geram novos desejos de consumo. A velocidade com que se consome e se é consumido, em que se gasta e se é vendido, em que se perde diante o espelho, em que tudo se almeja, mas nada se tem, é surpreendente.

Outro grande ídolo da sociedade pós-moderna é o “progresso”, verdadeiro obstáculo à esperança. A mentalidade pós-moderna é um obstáculo à esperança. No século XIX Augusto Conte alimentou a esperança de o homem alcançar a plena felicidade com o apogeu das ciências. A humanidade deveria superar o estágio teológico e metafísico e se ater no estágio positivo. O divino, sendo parte do estágio teológico e metafísico, deveria ser superado pelo método científico. O grande desenvolvimento científico desse período gerou uma visão cientificista, principalmente, com o grande apogeu das ciências. A meta era o “progresso”. Essa meta foi demasiadamente absorvida pela mentalidade de sua época e, posteriormente, a mentalidade hodierna. A sociedade contemporânea perdeu o entusiasmo pela tradição. Tudo que esboça o *slogan* da tradição é obsoleto. Nesse mundo da velocidade, dos fenômenos, a empreitada de ir à

essência das coisas, de aprofundar ao ser das coisas é excluída. O homem acaba por ficar no superficial, no fenômeno. Perde a esperança, perde a fé no intangível (RATZINGER 2012, p. 12).

Tudo está fundamentado no ritmo alucinante do “progresso” o que, segundo Bauman (2009, p. 90) tornou as relações amplamente instáveis: “nossos empregos e as empresas que os oferecem, nossos parceiros e redes de amizades, a posição que ocupamos na sociedade e a autoestima e autoconfiança dela decorrentes”. Em pouco tempo percebeu-se que na ideia de “progresso” residia o calcanhar de Aquiles: “em vez de grandes expectativas e grandes sonhos, o ‘progresso’ evoca uma insônia repleta de pesadelos de ‘ser deixados para trás’, perder o trem ou cair da janela de um veículo em rápida aceleração” (BAUMAN 2009, p. 90). Junto com a esperança que se vinculou à ideia do “progresso” veio a desesperança do medo, do estresse, da correria do dia a dia, da depressão, do suicídio, da desigualdade social, da busca por segurança, do excesso de violência, entre outros males sociais contemporâneos.

PALAVRAS FINAIS

No filme O Rei Leão, Simba é persuadido a acreditar que matou o pai e foge. No deserto, quase morto, encontra Timão e Pumba. Timão e Pumba, na floresta, o ensinam a viver conforme a musiquinha do filme: “Os seus problemas você pode esquecer. Isso é viver, é aprender...” Simba vive como se não tivesse problemas até encontrar o macaco, já no final do filme. Esse o conduz para um córrego e diz para ele olhar para a água e falar o que está vendo. Simba enxerga a imagem do pai, Mufasa, nas nuvens dizendo: “Filho, você se esqueceu de mim. Você esqueceu quem você é”. Simba entra em si e recorda que é o filho do Rei da selva.

Assim somos nós, filhos do Rei, mas esquecemos da nobreza quando caminhamos em busca do novo. O que conduz o homem à sua essência é a insigne indelével da Imagem e semelhança de Deus. Somos filhos do Rei, mas muitas vezes preferimos comer migalhas. Facilmente o homem se escraviza quando sai em busca da liberdade. Assim como a mariposa que se queima na luz por amor à luz, o homem se escraviza por amor à liberdade. Agostinho de Hipona no livro *Confissões* (1997, p. 299), após a conversão ao cristianismo, afirmou: “*Tarde te amei, ó beleza tão antiga e tão nova!*”

Tarde demais eu te amei! Eis que habitavas dentro de mim e eu te procurava ao lado de fora!”. A euforia (o eu fora) conduz o homem a buscar a felicidade em vários modelos criados e vendidos. Porém, assim como em Agostinho, acredito, a felicidade só poderá ser alcançada na reta razão, porque essa nos conduz a Deus, sólido.

ABSTRACT

This work seeks to build a profile of the so-called postmodern man. Based on bibliographical research and modeling results based on reflections from everyday contact, he envisions a society that, when problematizing and emptying the "absolute truths", was constructed without having where to cling and, consequently, soaked in the lack of senses and in the incessant search for explanations in all that is immediate, pragmatic inevitably built an amorphous man. In the lack of an essence, of a nature and even of a creator of all things, the postmodern liquid man, astonished, seeks novelties and builds idols on the shelves of consumption in search of an identity. He lives a process of liquidation of values. The deconstruction of the social edifice erected on the foundation of the absolute is a long-standing process. Here, for the sake of space, the reflection on the revolution idealized by Karl Marx, on the "death of God" proclaimed by Friedrich Nietzsche, on the atheist existentialism of Jean-Paul Sartre, and on a brief reflection on the consumer society, was delimited.

Keywords: Postmodern; Liquidation of values; Absolute truths; Amorphous man.

BIBLIOGRAFIA

- AGOSTINHO, Aurélio. **Confissões**. São Paulo: Ed. Paulus, 1997
- BALDRAIA, André; SAMPAIO, Fernando dos Santos; SUCENA, Ivone Silveira. **Ser Protagonista**. 3ª ed. São Paulo: Ed. SM, 2016
- BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001
- BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: fatos e mitos**. 4ªed. São Paulo: Difusão europeia do livro. 1970
- FIRESTONE, Shulamith. **A dialética do sexo**. Rio de Janeiro: Labor do Brasil, 1976
- FOUCAULT, Michael. **A Ordem do Discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 15ª. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

- FRIEDAN, Betty. **A Mística Feminina**. Petrópolis: vozes, 1971
- MARX, Karl Heinrich; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. 2ª ed. São Paulo: Martin Claret, 2010
- NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **A Genealogia da Moral**. 3ª ed. São Paulo: Ed. Escala, 2009.
- NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **A Gaia Ciência**. São Paulo: Martin Claret, 2012
- RATZINGER, Joseph. **A Infância de Jesus**. São Paulo: Planeta, 2012
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. **A Origem das desigualdades entre os homens**. São Paulo: Scala, 2007
- SARTRE, Jean-Paul. **O Existencialismo e um Humanismo**. Paris: Nagel, 1970
- SCALA, Jorge. **Ideologia de gêneros: o neototalitarismo e a morte da família**. São Paulo: Katechesis, 2011
- SILVEIRA, Marcos Delson da. **“Brincando de filosofar:”** sucintas reflexões. Goiânia: Kelps, 2014
- SILVEIRA, Marcos Delson da. **Marxismo e revolução cultural no Brasil: a política como instrumento de ascensão do mal**. Goiânia: Kelps, 2019