

Somos Todos Iguais? A Interiorização de Igualdades na Campanha da ONG Médicos Solidários¹

Alan FRAGOSO²
Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O presente trabalho se propõe a discutir os reflexos da fisiognomonia na criação de uma campanha publicitária veiculada no início do século 21. Mesmo sendo um saber constituído e perpetuado até o século 18 como uma verdade médica, analisaremos como os discursos dos fisionomistas ainda são instrumentalizados a fim de promover a igualdade entre os corpos humanos. Para tal análise, será verificada a campanha da ONG brasileira Médicos Solidários, premiada em Cannes em 2003. A partir de uma perspectiva interseccional, será possível avaliar como as linguagens publicitárias das campanhas pretendem decifrar identidades interiorizadas no corpo e como lidam com toda a diversidade das vivências humanas.

PALAVRAS-CHAVE:

Fisiognomonia; Diversidade; Igualdade; Identidade; Organização Não-Governamental.

INTRODUÇÃO

Por quantas vezes, principalmente em metrópoles urbanas, o encontro de corpos que transitam em espaços públicos apresenta vivências tão distantes não só economicamente, mas também em outros aspectos culturais ou sociais diversos. Mesmo que seja indesejável por parte de um dos transeuntes, a colisão permite fazer visível vidas que são ignoradas pelos olhares desatentos do dia a dia. Não seria adequado dizer que a desatenção é exclusivamente um produto de uma relação causal com a pressa que se tem em se concentrar nas atividades que precisam ser resolvidas ao longo dos dias.

Encontrar pessoas que moram nas ruas pedindo esmolas é muito frequente para quem vive em países que mantêm sistemas políticos que não se preocupam em minimizar a distância social entre seus habitantes. Em países do hemisfério sul em geral, existem casos de extrema pobreza em que famílias vivem em situações de absoluta miséria

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do corpo e Gêneros, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Curso de Comunicação da UFF-PPGCOM, e-mail: comunicacaofragoso@gmail.com.

econômica e precisam enfrentar a fome e outras adversidades para sobreviver. Nesse sentido, a pobreza está associada ao descumprimento das necessidades básicas para a fisiologia humana, como beber ou comer, contudo, sabe-se que é preciso muito mais para ter uma vida agradável. Por mais que se possa relativizar o que cada um ambiciona para si, alguns direitos em sociedade só se estabelecem de acordo com a disponibilidade de recursos econômicos. Então, não é difícil elencar leis que são aplicadas pelo Estado desproporcionalmente, de acordo com vulnerabilidade social de cada cidadão. A falta de saneamento básico, moradia e emprego são um dos poucos termos que exemplificam como os direitos mais básicos são constantemente desrespeitados pela gestão política de países que ainda reproduzem práticas colonizadoras presentes em sua própria história.

As grandes narrativas sobre a dominação de impérios coloniais europeus em territórios latino-americanos, facilitam o entendimento da segregação social que existe entre as camadas populares. A política econômica capitalista e a lógica de mercado neoliberal que vem sendo aplicada nesses países, fazem transitar sentidos que defendem o merecimento e o esforço individual como causas para ascensão entre as camadas sociais. No entanto, a autorrealização está muito além de ser atingida por uma questão de escolha ou recompensa meritocrática, a condição de pobreza e o distanciamento social é um abismo nas relações interpessoais por ter resquícios de questões históricas.

Até 2020, a sociedade brasileira se organiza a partir dos estilhaços de 520 anos de colonização europeia (22 de abril de 1500), com uma república constituída formalmente há 45 anos (desde 1975) e há mais de 130 anos lidando com as cicatrizes da escravidão desde a Lei Áurea (1888) que ainda é impressa no cotidiano de negras e negros que vivem no território nacional. Com um sistema democrático tímido em participação popular e uma Constituição pouco respeitada, o Brasil acaba cedendo às regras pouco subversivas e até bem próximas ao seu período colonial. As relações internacionais brasileiras com os demais países nórdicos ainda se baseia em economias de exploração e desvalorização da força de trabalho.

Partindo desse panorama macropolítico desbalanceado, essas contradições econômicas e os contrastes histórico-sociais refletem diretamente no cotidiano de quem vive em territórios do Sul global. Muitos corpos, especialmente os que são mais estigmatizados por seus marcadores sociais, se compreendem ocupando um “entre-lugar” marginalizado nas grandes metrópoles. Estar nas fronteiras e negociar sentidos e interesses nos “entre-lugares” é um exercício ininterrupto presente nas interações

cotidianas. Mesmo que o corpo ocupe um espaço geograficamente definido, as “estratégias de subjetivação” constroem relações de poder convocando incessantes disputas em territórios diversos. Corpos que nunca se viram, reciprocamente estranhados pelo olhar, participam destas disputas quando se aproximam e se encontram num espaço em que se comunicam. Esse embate pode ser metaforizado a partir das considerações de Fernando Ainsa (1998) sobre o termo “encontro”, quando o autor analisa as narrativas sobre vinda dos europeus para a América. Ao mesmo tempo que foram ao encontro de territórios supostamente desconhecidos, o ato de encontrar também inclui “ser encontrado” e a própria palavra já expressa a ideia de “encontro”, isto é, além de sugerir a confluência entre os envolvidos, pode indicar também o processo dialético de um mundo “contra” o outro (AINSA, 1998, p.36).

Existe uma expectativa que o encontro que ocorre em territórios fronteiriços está fadado a fomentar interações belicosas. O imaginário sobre as guerras que se estabelecem nos limites dos territórios é fruto da demarcação de terras, do ufanismo enraizado nas limitações regionais, da eugenia sobre outros povos e do desejo colonizador que domina uma complexa rede histórica de interesses. A etimologia da palavra “fronteira” também elucidada as causas de se pensar a separação dos mundos, já que “é derivada do antigo latim ‘fronteria’ ou ‘frontaria’, que indicava a parte do território situada ‘in fronte’, isto é, nas margens” (MARTIN, 1998, p.21).

Estendendo as reflexões sobre território e fronteira para a corporeidade humana, já se pode localizar inicialmente o rosto na parte frontal do corpo. Se o rosto for encarado como fronteira, o corpo pode entendido como território. Quando um corpo vai de encontro ao outro, o contato visual é feito por e entre as fronteiras da face. A centralização do foco no “olho a olho” é exigida quando se pretende demonstrar atenção visual às performances discursivas que o corpo em interação é capaz de produzir. Por séculos os olhos têm sido considerados a “janela da alma” e, não por acaso, a materialidade do rosto está relacionada às tentativas de capturar identidades essencializadas no além da face, no interior do corpo.

2) A INTERIORIZAÇÃO DE IGUALDADES

Para explicar o fenômeno de classificações ontológicas que interioriza identidades na profundidade do corpo, serão feitas análises sobre uma campanha publicitária que

trabalha com essa ideia a partir de seus conceitos criativos. A campanha é gráfica e brasileira, feita pela ONG Médicos Solidários. Ela mostra o corpo humano em ação sendo visto apenas pela estética de seu sistema muscular e circulatório. Com uma visão humanista, suas narrativas pretendem fazer com que seu público-alvo acredite que todos os seres humanos são iguais por um *approach* biológico, já que temos uma estrutura corporal semelhante, pois somos da mesma espécie.

2.1) Campanha Médicos Solidários

A campanha foi veiculada pela agência Salles Dâ'arcy, que se fundiu com a Publicis Norton no mesmo ano de 2003, quando ganharam o prêmio *Silver Press & Outdoor Lion*³ em Cannes. O título e o texto publicitário aplicado no layout da peça são os seguintes:

AOS OLHOS DE UM MÉDICO SOLIDÁRIO, AS PESSOAS SÃO IGUAIS.

Médicos solidários é uma instituição sem fins lucrativos formada por profissionais de saúde que disponibilizaram algumas horas por semana para atender, em seus consultórios, gente humilde que não pode pagar por sua consulta. Colaborando conosco, você estará ajudando a aumentar nossa central de atendimento e a atender cada vez mais pessoas. Pessoas que, aliás, são iguais a você.

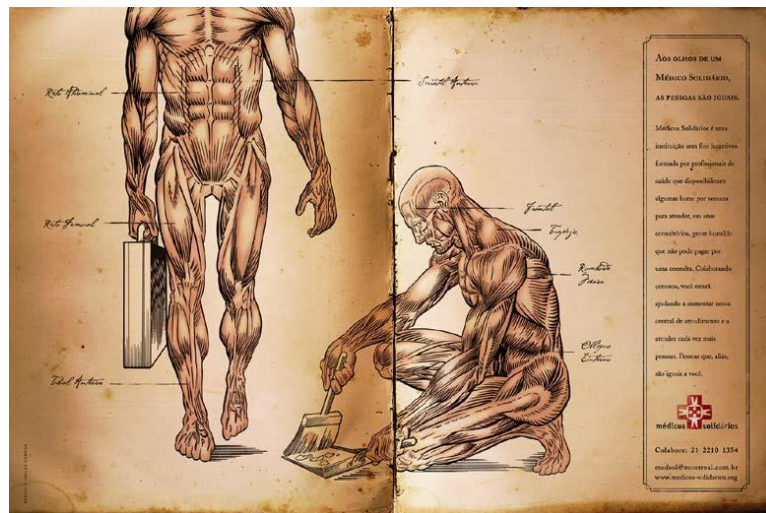


Figura 1 - Campanha Médicos Solidários

³ Disponível em: <http://canneslions.estadao.com.br/historico-brasil/>. Acessado em 12/10/20.

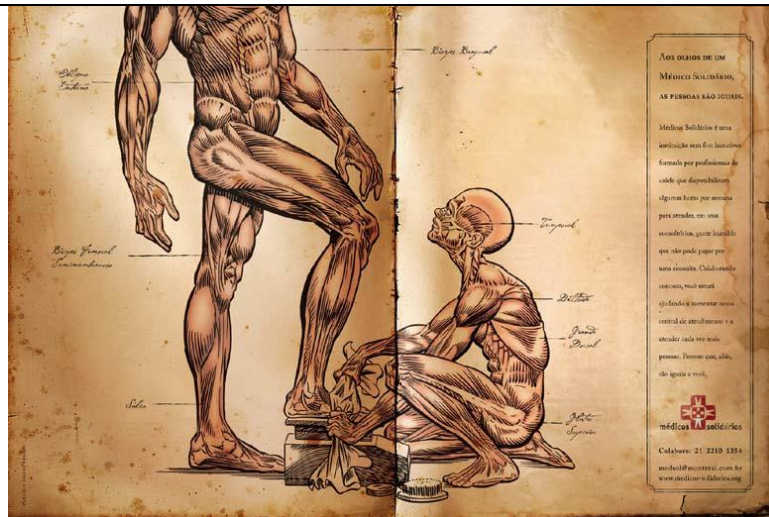


Figura 2 - Campanha Médicos Solidários

O objetivo da campanha é conquistar mais colaboradores para os projetos da ONG, utilizando estratégias criativas que pretendem sensibilizar seu público-alvo para ajudar quem está vulnerável socialmente e é favorecido com a atuação solidária dos médicos pela instituição. O texto pode ser dividido em duas partes, de acordo com suas propostas. A primeira faz apelos racionais, defendendo que o número de novos colaboradores é diretamente proporcional à possibilidade de expansão dos consultórios e da atuação dos profissionais de saúde. A segunda parte trabalha com elementos emocionais que se constroem no texto vinculado às ilustrações. Uma tática muito comum em criações publicitárias é a aplicação do conceito central no título e a repetição da ideia no final do texto corrido. O princípio medular da campanha é a ideia de que todos são iguais, desde os médicos voluntários, os beneficiados com o gesto dos profissionais e o *target* da campanha: os colaboradores em potencial.

Na verdade, além dos sujeitos envolvidos pela trama da campanha, a ideia de igualdade se propõe a atingir níveis de alcance ainda maiores. Quando o texto afirma que as “pessoas são iguais” e “iguais a você”, entende-se que todos da espécie humana são iguais. Além do texto, as ilustrações também colaboram para que a igualdade seja internalizada nos corpos dos personagens ilustrados. As peças simulam a apresentação do corpo humano tal como é mapeada por livros de biologia e manuais de anatomia. A diferença é que a campanha não ilustra corpos estáticos, eles estão em ação e a partir desse movimento, entende-se que se comunicam diretamente por seus gestos ou se relacionam a partir de escalas hierárquicas de poder. No primeiro layout, um homem carregando uma mala na mão e outro limpando o chão. No segundo, um menino

engraxando sapatos de um homem mais velho. É interessante pensar como as atividades, os deslocamentos e as posições dos corpos estabelecem hierarquias entre as personagens.

Como a leitura ocidental da peça publicitária é sempre da esquerda para a direita, geralmente a construção da mensagem é feita por blocos que podem se dividir em *grids* que, nesse caso, podemos dividir em duas partes, uma esquerda e outra na direita do layout. A parte esquerda da ilustração demonstra sempre sujeitos que detém o poder ou estão numa situação de menor vulnerabilidade social quando comparados com os personagens do lado direito. Em algumas interações entre os personagens, as relações de poder podem ser entendidas também pela postura corporal em contraste. Do lado esquerdo, corpos eretos estão desempenhando hierarquicamente um papel mais confortável quando comparados com os subalternos do lado direito. Não por acaso percebe-se que os atos de varrer e engraxar representados nas ilustrações do lado direito são inseridas na narrativa publicitária para fazer com que o público-alvo da campanha suponha que exista um desbalanceamento social relativos a estes serviços. É como presumir que prontamente estes ofícios profissionais são desvalorizados socialmente.

As personagens do lado direito são vistas como “pessoas socialmente incompletas” (GOFFMAN, 1983, p.116), já que desenvolvem um trabalho menos valorizado, mais estigmatizado ou apenas vivem em condições precárias. A estes atores sociais, Goffman acredita que lhes são destinados apenas as portas dos bastidores já que desejam “manter um grau de mútuo antagonismo de distância social” (GOFFMAN, 1983, p.182) As entradas e os elevadores de serviço em edifícios são um bons exemplos das tentativas de preservação dessa distância social. Faxineiros, engraxates, porteiros e outros profissionais são considerados socialmente incompletos e só podem se deslocar pelos “bastidores” geográficos autorizados.

A cena não ilustra a superfície do espaço onde estes corpos atuam, para que a campanha possa destacar precisamente as relações sociais que se estabelecem por estes posicionamentos semióticos. Por consequência de suas atividades, os corpos do lado direito ficam curvados e próximos ao chão. Quando comparados aos corpos eretos do lado esquerdo, é como se fosse sugerida uma comparação a partir de suas posições, em que os corpos “abaixados” fossem “rebaixados” por uma tradução da sua condição serviçal ou pela desqualificação moral que são sujeitados. Ser “menor” está relacionado com a valorização, com o grau de nobreza que são condicionadas suas atividades.

Na primeira peça publicitária (imagem 1), a mala pode ser um signo que indique a atividade formal de trabalho do personagem em movimento e as ferramentas de limpeza podem apontar para serviços profissionais de limpeza. Entretanto, diferente da segunda peça (imagem 2), os personagens não interagem diretamente, apenas compartilham uma localização próxima. Os rostos dos personagens erguidos não são revelados, mas podem ser imaginados por suposição de continuidade do corpo. No entanto, o olhar pode ser observado nos personagens que estão agachados. Na primeira peça, não há contato visual e o olhar se concentra na atividade de limpeza. Na segunda, o olhar de baixo para cima tenta manter contato visual com o homem que se engraxa os sapatos. Não é possível perceber com exatidão a expressividade de cada rosto: se transmite sofrimento, angústia ou desejo de sacrifício.

O que importa, de fato, não é apenas a relação de poder entre os personagens ilustrados. É o olhar ressaltado pelo título do texto publicitário da campanha (“Aos olhos de um médico solidário, todos são iguais”). Trata-se do olhar dos médicos que, ao se deparar com essa cena no cotidiano, conseguiriam enxergar além da superficialidade dos corpos e das relações sociais ali estabelecidas. O papel sobre-humano que encarnam os médicos solidários recai sobre a capacidade ver os corpos em seu interior, como numa visão que pudesse transpassar as desigualdades sociais que dissimulariam, com suas aparências epidérmicas, uma estrutura comum que fosse capaz de igualar a vida a partir da interiorização desses corpos.

Michel Foucault, em algumas de suas obras, sobretudo em *Arqueologia do Saber* (2008), analisou as relações do poder com o saber através do discurso médico no Renascimento e na Era Clássica, do século 16 ao 18. Os saberes médicos foram legitimados como verdades de acordo a cadeia de forças que operavam em cada época. Ao explicar a formação da modalidade enunciativa médica, Foucault levanta a primeira problemática ser respondida: *quem é o médico e qual status* ele carrega em seu discurso para ser amparado por outros poderes como verdade:

A fala médica não pode vir de quem quer que seja; seu valor, sua eficácia, seus próprios poderes terapêuticos e, de maneira geral, sua existência como fala médica não são dissociáveis do personagem, definido por status, que tem o direito de articulá-lo, reivindicando para si o poder de conjurar o sofrimento e a morte. Mas sabe-se também que esse status foi profundamente modificado na civilização ocidental, no final do século XVIII e no início do século XIX, quando a saúde das populações tornou-se uma das normas econômicas requeridas pela sociedade industrial. (FOUCAULT, 2008, p.57)

A segunda e a terceira problemática propostas por Foucault são relacionadas ao entendimento sobre “os lugares institucionais de onde o médico obtém seu discurso” e à posição dos sujeitos quando ocupam um lugar diante do objeto (FOUCAULT, 2008, p. 57, 58). Trazendo as questões foucaultianas para a campanha publicitária, o status de “médico solidário” seria exercido na ONG Médicos Solidários realizando um trabalho que beneficia “gente humilde que não pode pagar por sua consulta” (segundo o próprio texto da campanha). A relação de poder-saber dos médicos com os “humildes” é superestimada a tal ponto que a campanha faz com que seus olhares ganhem poderes divinatórios. Agora já podem olhar através dos corpos e separar sua materialidade em sistemas musculares ou mesmo circulatórios, como é demonstrado na extensão da campanha em outras peças publicitárias nas imagens abaixo:

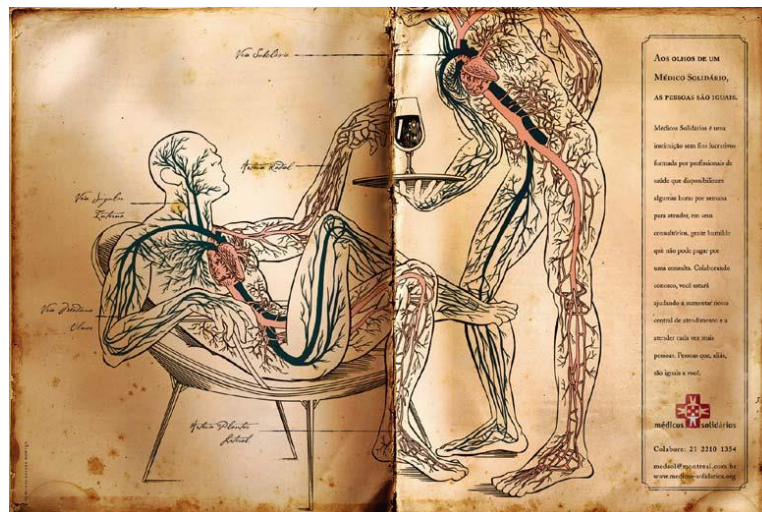


Figura 3 - Campanha Médicos Solidários

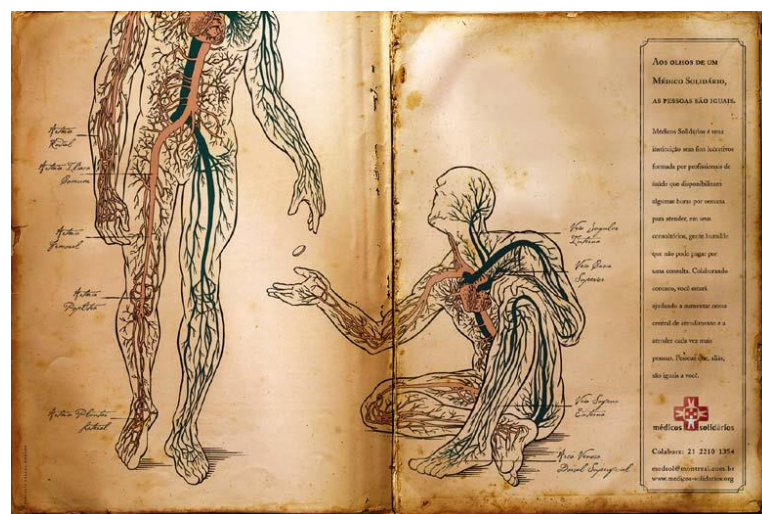


Figura 4 - Campanha Médicos Solidários

As únicas coisas que mudam entre as peças publicitárias são as ilustrações, embora permaneçam com o mesmo viés. O conceito trabalhado pela campanha é o mesmo, tal como o texto. A ideia central considera que os médicos proclamados como “solidários” conseguem enxergar todos com igualdade, independente das desigualdades sociais. Ora, tal concepção é paradoxal no sentido de que o sacrifício de algumas horas gratuitas de trabalho médico cedidas para o programa não apaga as relações de poder assimétricas que continuarão sendo marcadas nos corpos atendidos após as consultas. E mesmo que, com a melhor das intenções, seja conferido o direito à saúde momentaneamente, o que determina que os processos identitários desses corpos possam ser comparados entre si, quando se afirma que são “iguais” em algum sentido?

Para se esquivar de afirmações ontológicas que invisibilizam todas as diferenças presentes na vida de cada um, o máximo que poderia ser defendido pela campanha é a ideia que os médicos poderiam oferecer oportunidades iguais para que todos que participassem do programa de saúde institucional. Mesmo assim seria uma promessa de igualdade efêmera, já que o papel das Organizações Não-Governamentais é importante justamente porque o Governo não alcança toda a população oferecendo políticas públicas gratuitas e de qualidade. O regime capitalista e as políticas neoliberais cada vez mais defendidas e aplicadas nos programas governamentais, fazem crer que as vivências, apesar de algumas diferenças, dispõem das mesmas condições de oportunidades para empreender seus desejos de autorrealização. O acesso aos direitos humanos mais básicos é falseado pelo caráter meritocrático que é aplicado igualmente em todos os corpos, excluindo automaticamente toda as fatalidades existentes nas nuances que desequilibram as chances de conquistar seus interesses com a mesma quantidade de recursos.

A promessa básica da campanha se concentra em afirmar que todos pertencentes à espécie humana “são” iguais e que através do olhar médico essa igualdade poderia ser revelada pela interioridade do corpo, na qual habitam sistemas anatômicos que nivelariam uma homogeneidade estrutural. Desse modo, todo o espectro de marcadores sociais que, por muitas vezes, são percebidos na superfície da pele, são liquidados pelo profundo olhar médico que, com sua verdade essencial sobre esses corpos, alega que todos, além de “serem tratados” igualmente, podem também “ser” iguais.

O olhar médico hiperbolicamente poderoso e capaz de associar identidades à materialidade corporal não é uma narrativa exclusiva da campanha. A explicação de fenômenos sociais a partir dos saberes biológicos e médicos sobre a morfologia do corpo

é historicizado por Courtine e Haroche (2016) do século 16 ao 18. Os autores explicam como o rosto humano se aliou à fisiognomonia e às ciências médicas e matemáticas para explicar como os processos identitários foram individualizados e interiorizados na anatomia corporal. Com o avanço das ciências biológicas e o descobrimento de novos órgãos internos no corpo humano, segundo Courtine e Haroche (2016), a tentativa de essencializar as identidades a partir de um ponto específico do corpo, descentralizou o rosto como referencial autêntico das manifestações particulares da alma. As formas da materialidade do rosto eram vistas como assinaturas identitárias, “metonímia da alma”, que traziam consigo as marcas superficiais de características mais profundas e essencializadas. O olho era visto como “janela da alma” e para ser aberto precisaria ser decifrado pelos saberes fisionômicos instrumentalizados pelos médicos.

Aos fisionomistas era atribuída a tarefa de reconhecer pelas feições, aspectos ontológicos e identitários que poderiam ser revelados pela leitura das linhas do rosto. O conjunto dessas linhas desenharia figuras capazes de apontar como cada comportamento já está prescrito na morfologia humana. O nome dado à tarefa dos fisionomistas em ler as linhas do rosto é denominado “metoposcopia”. Courtine e Haroche (2016) citam trabalhos marcantes para a metoposcopia datados na metade do século 16, como os ensaios de Jérôme Cardan (1658) e Richard Saunders (1671). A imagem abaixo ilustra como as constelações e as correspondências astrológicas se inscrevem no corpo e como o rosto se relaciona com outros pontos corporais humanos:

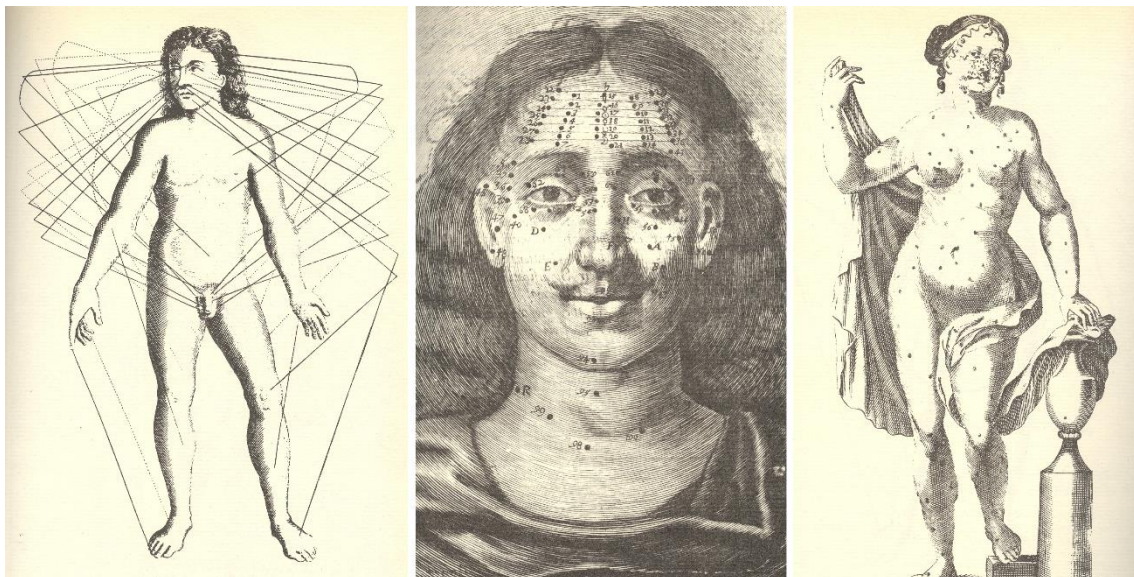


Figura 5 - Trabalho de metoposcopia Saunders (1671) mencionado por Courtine (2016)

De Hipócrates, considerado o “pai da medicina” na Grécia Antiga, até Andreas Vesalius, médico anatomista da corte do século 16, o poder do discurso médico passava por outras instâncias além da científica, já que não era permitido violar os corpos dos cadáveres por questões religiosas e jurídicas. Os saberes ocultistas e as práticas médicas andavam de mãos dadas e “carregavam traços da dupla origem, médica e divinatória”. O caráter preditivo da astrologia se uniu aos propósitos fisionômicos para constituir saberes médicos que pudessem funcionar como um “guia de conduta na vida civil”. Os fisionomistas poderiam justificar pelas feições do rosto, a separação da corte com o povo, os brancos dos negros, os criminosos dos inocentes. A “observação das capacidades exteriores do corpo” funcionavam como ferramentas de controle e segregação social. Assim como segregavam quem fosse conveniente, as competências do fisionomista também poderiam intervir na nomeação de alguém para um cargo no reinado. (COURTINE, 2016, p. 29, 30, 73).

A astrologia e a medicina permaneceram juntas até o século 15 e no século seguinte a relação ainda se mantém, mas há uma “separação entre essa fisiognomonia astrológica e uma fisiognomonia natural” reforçadas por um conjunto de obras no século 17. Com o descobrimento da circulação sanguínea marcado pelo tratado de Harvey em 1628, o rosto deixa de ser um espelho uma única interioridade corporal ou espiritual e abre espaço para se pensar na essência presente em outras partes do corpo. Não se pressupõe mais com exatidão em qual parte exata a alma circula pela interioridade do corpo, se é na glândula pineal no cérebro ou nas artérias do coração. O fluxo do sangue pelo corpo desencadeou reflexões ontológicas a partir do conhecimento do movimento feito pelo líquido nas artérias. (idem, ibidem, p. 40, 76, 79). A partir dessa nova compreensão interna do corpo humano, “o rosto vai cessar de ser o espelho que produz a alma para tornar-se a expressão física de suas paixões” e gradativamente a fisiognomonia começa a reconsiderar

o privilégio que havia desde a origem concedido aos traços estáveis e imóveis – forma, ossatura, configuração morfológica do rosto – em detrimento dos sinais móveis e passageiros da expressão, esses “acidentes” da fisionomia. Assim, Cureau dá grande importância à “postura” do corpo e ao “ar” do rosto, ambos “pertinentes principalmente ao movimento”. Sensível ao movimento, a figura se inscreve numa temporalidade nova, uma duração reversível, a penetra. Se o rosto fala ainda a língua da alma, é agora a língua de um organismo vivo: ele se desgruda do tempo eterno das marcas gravadas para dizer em seus sinais de caráter efêmero e momentâneo da paixão. (COURTINE, 2016, p. 88).

Isto quer dizer que, se os músculos davam formas e contornos de aparência física para a decifração do corpo pelos fisionomistas, a descoberta do sistema circulatório adicionou movimento à mais nova tentativa de captura identitária a partir da expressividade dos corpos. A mesma estratégia para se alcançar uma “verdade fisionômica” (idem, *ibidem*, p. 35) aparelhada pelos dispositivos de vigilância dos médicos do século 17 se repetem na Campanha dos Médicos Solidários. Depois de aproximadamente quatrocentos anos de diferença, o discurso publicitário se apropria da linguagem médica e das descobertas sobre a anatomia humana para pregar a igualdade a partir da leitura feita por sistemas internalizados do corpo. Contudo, outros olhares e campanhas publicitárias do século 21 ainda continuam sendo articulados por meio da herança do trabalho fisionômico.

A “vigilância da dissimulação” (COURTINE, 2016, p. 35) pela campanha é traduzida pelo desejo de ir além das aparências e dos preconceitos e encontrar uma verdade sobre o corpo internalizada e profunda que pudesse nos igualar. O desejo platônico de descortinar as verdades transpassando o mundo sensível ainda se refletiu nos discursos médicos e nas práticas fisionomistas, mas também se reproduz nas mais capilarizadas relações de poder do século 21, inclusive em materiais de propaganda e publicidade que pretendem ir na contramão dos propósitos de segregação social da fisiognomia na Idade Moderna.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando a campanha dos Médicos Solidários alega que “somos todos iguais”, há uma inversão da potência da diversidade em decorrência da supervalorização da necessidade de igualdade. As associações aos processos identitários presentes nos métodos de compreender o corpo herdados pelos fisionomistas acabam invisibilizando os marcadores sociais e toda a diversidade que habita nas diferenças de vivências entre os corpos.

Se o invólucro corporal pode ser marcado por tantas diferenças, a fisionomia foi instrumentalizada pela campanha a fim de encontrar algo interno que fosse um denominador comum com seu público-alvo. Gerando identificação, a condição para que os médicos sejam solidários ou para que não haja discriminação só faz sentido nas campanhas sob perspectivas narcisistas. Os sistemas musculares e circulatórios

funcionam como uma prova para dizer que os corpos não são tão estranhos e se assemelham com a estrutura corporal de quem os observa. Desse modo, todos humanos compartilhariam de uma mesma essência marcada pela espécie e poderiam conviver de maneira mais harmoniosa, sendo mais empáticos e respeitando os direitos.

Contudo, os afetos que a diversidade propõe pelos encontros dos corpos estão além dessas narrativas. As relações assimétricas de poder também se manifestam à flor da pele, nas aparências, à luz do dia. É muito claro que há uma necessidade urgente para a criação e aplicação de políticas públicas que garantam os direitos de mulheres, negros, imigrantes, idosos, transexuais, e todos que ainda são estigmatizados, marginalizados ou prejudicados por seus marcadores sociais. É preciso avançar nesse debate, indo além das categorias identitárias para tentar ouvir e entender o que é externalizado por cada grupo. É uma tarefa complexa e tudo indica que dissecar os corpos à procura de respostas interiores não é a melhor alternativa.

REFERÊNCIAS

AINSA, Fernando. **De la edad de oro a El Dorado: génesis del discurso utópico americano**. México: FCE, 1998.

COURTINE, Jean-Jacques. **História do rosto: exprimir e calar as emoções: (do século 16 ao começo do século 19)** / Jean-Jacques Courtine, Claudine Haroche; tradução de Marcus Penchel. - Petrópolis, RJ. Vozes, 2016.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves, 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 1983.

MARTIN, André Roberto. **Fronteiras e nações**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 1998.

SAUNDERS, R. **Physiognomie and Chiromancie, Metoposcopia, the Symmetrical Proportions and Signal Moles of Body**. 2 ed. Londres, 1671.