

2 Revisão da Literatura

Inicialmente, duas temáticas centrais comporiam o arcabouço conceitual de minha tese: poder e turismo de favela. À medida que avancei nas leituras, estigma surgiu com bastante destaque, pois todos os estudos prévios a respeito dessa modalidade turística enfocam o turismo de favela em um ambiente estigmatizado (NUISSL; HEINRICHS, 2013) e essa conotação negativa recai, com o mesmo peso, sobre o morador (GILBERT, 2007).

A partir da literatura sobre turismo de favela, importava identificar lacunas que minha tese pudesse ajudar a preencher. A mais eloquente foi a voz dos moradores locais (FRENZEL et al, 2015).

Entre as várias definições possíveis sobre poder, sigo Galinsky, Gruenfeld e Magee (2003) para quem poder é um estado psicológico, que oscila entre o estado de baixo poder, gerador de sentimentos aversivos e de desejo de compensação, e o estado de alto poder, gerador de sentimentos associados a bem-estar e a desejo de manutenção. Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003) propuseram uma teoria que marca essa variação de estado: a abordagem comportamental e o sistema de inibição – *approach* e *inhibition*. A primeira é ativada pelo estado de alto poder e tem foco na obtenção de recompensas, tangíveis ou intangíveis. A segunda é característica do estado de baixo poder, estado em que os indivíduos lidam com a ameaça da coerção e da punição, tangível ou intangível.

Baseando-me em Goffman (1963), apresento o estigma como uma marca depreciativa de identidade social, que determina como um grupo é, age ou deve comportar-se. Liga-se à ideia geral de poder, pois estigmatizar é uma forma de controlar e de limitar os sujeitos. O estigma social (GOFFMAN, 1963) e o estigma territorial (WACQUANT; SLATER; PEREIRA, 2014) reforçam-se e, no caso da favela, fazem com que ela e seu morador sejam, historicamente, sinônimos de repulsa, seja pela violência e pela criminalidade a eles associados, como também pela falta ou limitação de higiene, de saúde, de estrutura básica, e de conduta, moral e ética (BRUM, 2011).

2.1

Do convencional ao alternativo: uma multiplicidade de produtos e consumidores em turismo.

Para que eu possa avançar nas relações teóricas pretendidas, é necessário esclarecer a respeito de turismo e de como as favelas em torno do mundo passaram a ser apropriadas turisticamente.

Como atividade econômica organizada, o turismo é fruto do século XIX, em especial a partir da iniciativa do inglês Thomas Cook (JONES; SANYAL, 2015), a quem Bauman chama de “pioneiro do turismo padronizado” (FRANKLIM, 2003, p. 212)¹, de reunir grupos de viajantes em torno daquela que seria a primeira agência de viagens do mundo.

Desde então, vem se desenvolvendo em um crescente, favorecido pela expansão tecnológica e pela abertura de fronteiras físicas e sociais. Como resultado, tem-se a ampliação e a variação do interesse dos indivíduos em vivenciar novas experiências e conhecer lugares, desde os mais corriqueiros, até os mais longínquos e inusitados (KRIPPENDORF, 2009).

Na esteira dessa atividade, de origem elitista e capitalista, à época do *Grand Tour* que marcava seus praticantes com um *status* (URRY, 2001) que os diferenciava de outros grupos não habilitados à prática, não só lugares, paisagens naturais e arte passaram a ser apropriados e ofertados no mercado (BARRETTO, 2006). O turismo moderno possibilitou que pessoas, acontecimentos, modos de vida e educação formal, tornassem-se também turísticos e disputassem a atenção dos consumidores com lugares já reconhecidos. É uma fase em que a vida, as pessoas e a cultura tornam-se um espetáculo ofertado ao turista, como aponta Bauman (FRANKLIM, 2003).

Fora isso, quanto mais independência e espaço social o turismo adquiriu em meio a uma sociedade dirigida ao lazer, em especial no pós Segunda Guerra Mundial, outros aspectos da vida passaram a ser tomados pela atividade, que então, parecia capaz de transformar tudo em produto turístico e grande parcela

¹ Bauman concedeu entrevista a Franklin, em 2003, dando origem a um *paper* publicado em *Tourist Studies*.

da sociedade em turistas (KALISCH, 2015; KRIPPENDORF, 2009; BARRETTO, 2006).

Por detrás disso, se fez presente também o interesse econômico de países e empreendimentos que, em meados do século XX, vislumbravam os efeitos do turismo como aliados na recuperação de economias, da autoestima e do bem estar dos cidadãos, ainda sob o impacto nefasto do conflito mundial (BARRETTO, 2006). Era oportuno que o turismo deslanchasse. Deixou de ser uma atividade para poucos, como em sua origem (KRIPPENDORF, 2009), tornando-se de massa por meio da intensificação de estímulos, de facilidades e da multiplicidade de ofertas (DIAS, 2011; BARRETTO, 2006).

Meios de transporte, como o automóvel e o avião comercial, foram responsáveis pelo fluxo crescente de turistas que demandavam avidamente os mais diferentes produtos. Em uma relação lógica, quanto maior o consumo por determinado tipo de produto, maior a exigência imposta pelo surgimento de novos itens que satisfaçam os gostos mais diferentes e já desmotivados frente à oferta tradicional (BARRETTO, 2006). É a isso que Bauman se refere quando comenta a respeito do “comportamento de pastejo” (FRANKLIM, 2003, p. 208), em que os turistas podem ser comparados a ovelhas no pasto, que lá permanecem satisfeitas enquanto o pasto está verde, novo e farto. Ao se cansarem, buscam explorar novo local de pastagem.

Cabe ao mercado empenhar-se na oferta de variedade de produtos, que então, segmenta-se (ANSARAH, 2005), alarga sua compreensão acerca do potencial de atração turística, passando a incluir desde elementos mais comuns e tradicionais, até outros mais exóticos.

Por detrás da multiplicidade de atrações turísticas surgidas, há as consideradas como inusitadas, ao menos à época de seu surgimento, como pernoites em hotéis de gelo, em que toda a estrutura, mobiliário, peças decorativas e utensílios são feitos de gelo; restaurantes subaquáticos; turismo espacial, que proporciona aos seus usuários uma experiência rara. Para Krippendorf (2009, p. 24) trata-se do “anticotidiano”, marcado pelo desejo do encontro com o diferente, o exótico, o surreal.

Há outras atrações bem menos compreensíveis ao gosto comum, como simulação de travessia de imigrantes ilegais do México para os EUA (HINTZE;

VICENTINI, 2014), visita a campos de concentração nazistas (BOWMAN; PEZZULLO, 2010), *tours* noturnos à luz de tochas, por penitenciárias desativadas, como em *Fremantle Prison*, passando por áreas como solitária, necrotério e forca, e passeios por locais de pobreza, violência e morte ao redor do mundo (FREIRE-MEDEIROS, 2007a). Sexo, drogas, transplantes de órgãos, cirurgias plásticas, desastres naturais, conflitos religiosos, orfanatos e ruínas de guerra foram promovidos a turísticos, apesar de que alguns não de forma oficial, como o turismo sexual.

Parece que essa multiplicidade de produtos turísticos ajuda a quebrar a ideia de que alguns lugares teriam vocação turística natural e outros não (DIAS, 2011). O turismo veio apropriando-se dos mais diversos elementos ao longo do tempo e inserindo-os em sua lógica de mercado e de consumo. “A riqueza do turismo está na diversidade de caminhos para sua produção. Ele é, a um só tempo, o lugar de estratégias, para o capital, e de resistências do cotidiano, para os habitantes (CORIOLANO, 2006, p. 368).

Em meio a esse processo, a variedade de produtos turísticos pode ser dividida ao menos em três grupos distintos: o primeiro, formado pela oferta mais tradicional, e que acompanha a própria história do turismo, sendo comumente associado a prazer, a descanso e a diversão, organizado em torno de segmentos como ecoturismo, turismo de sol e praia, turismo de eventos, turismo gastronômico (BRASIL, 2007).

O segundo, composto por algumas variações que, não obstante terem causado certo espanto ou questionamento à sua época, passaram a ser vistas com mais naturalidade, mesmo que não tenham se tornado atraentes ou acessíveis a todos os perfis de consumidores. Panosso Netto e Ansarah (2009) incluem o turismo de excentricidades, o turismo esotérico, o turismo espacial e o turismo virtual.

O último grupo abarca a oferta de experiências tomadas com maior estranheza e carentes de compreensão sobre os motivos que levam sujeitos a desejarem vivenciá-las, como também sobre implicações éticas e seus impactos sobre as comunidades locais. É o caso da pobreza (FREIRE-MEDEIROS, 2010), resgatando, mas agora sob outro ponto de vista, o do turista, um interesse iniciado em pleno século XIX:

A pobreza urbana se tornou preocupação das elites, tanto lá como cá, são os profissionais ligados à imprensa, à literatura, medicina, engenharia, ao direito e à filantropia que passam a descrever e propor medidas de combate à pobreza e à miséria. Na origem desse conhecimento impunha-se uma finalidade prática: conhecer para denunciar e intervir (VALLADARES, 2000, p. 07).

A multiplicidade de produtos turísticos foi acompanhada por igual multiplicidade de consumidores, impactando os números e o formato da atividade (DIAS, 2011). O olhar do turista e os objetos sobre os quais ele repousa se expandiu na mesma medida (URRY, 2001).

A proposta de um turismo alternativo, em detrimento ao turismo de massa, foi ganhando mercado, com o apelo de oferecer experiências mais autênticas, em que o turista abandone o mero papel de espectador e se envolva com o local, com seus sujeitos, com acontecimentos e com cultura (FREIRE-MEDEIROS, 2007b). Para Coriolano (2006), o turismo alternativo é também “aquele desenvolvido a partir das comunidades e pelas comunidades, bem como os das favelas, dos índios, dos acampamentos dos sem-terra, ou seja, de diversos grupos de excluídos” (p. 374). Turismo de experiência, turismo vivencial ou *tours* de realidade são outras expressões utilizadas para se referir a essa prática, sempre associada à ideia de algo mais genuíno (MINAS GERAIS, 2007).

De alguma forma, *reality tour* e turismo alternativo entrelaçaram-se, pois ambos têm como base o interesse por experiências autênticas (FREIRE-MEDEIROS, 2007b). Por vezes, o termo *reality tour* é empregado em substituição a outros, como turismo de favela (BURGOLD, ROLFES, 2013; ROLFES, 2010), na intenção de ampliar a ideia da autenticidade e da interatividade do segmento que o incorpora.

O *social tour*, uma forma ligada aos *reality tours*, oferta viagens a lugares em desvantagem econômica, onde os turistas envolvem-se em tarefas que ajudem a minorar as carências e as dificuldades locais (GRIFFITHS, 2015; SINERVO, 2015; FREIRE-MEDEIROS, 2007b). Baseia-se na possibilidade de interação entre turistas oriundos de países desenvolvidos com espaços e situações diversas das que vivenciam (GRIFFITHS, 2015), com a intenção de sensibilizá-los em relação aos problemas de países em desenvolvimento ou subdesenvolvidos (FREIRE-MEDEIROS, 2007b).

No entanto, sob essa mesma denominação, mas sem a conotação de voluntariado, outras formas de turismo já foram concebidas, como viagens turísticas que deveriam ser subsidiadas pelo governo para indivíduos cujas condições econômicas tornavam isso impossível (ANDRADE, 1992). Panosso Netto e Ansarah (2010), citando Hunziker, exemplificam “desde 1939 a Caixa Suíça de Viagem já oferecia um cheque de viagens chamado Reka, cujo objetivo era atender o público de menor condição social” (p. 3).

No Brasil, a denominação *social tour* passou a se referir a grupos excluídos e não a lugares de exclusão. O interesse é alargar a compreensão de quem pode ser um turista, investindo em minorias, como portadores de necessidades especiais, aposentados, idosos, estudantes e classes econômicas menos favorecidas. Passa-se pelo esforço da inclusão de sujeitos em desvantagem, seja física, social ou econômica (BRASIL, 2007).

Nesta tese privilegio o conceito de *social tour* relacionado a lugares e ao voluntariado (GRIFFITHS, 2015; SINERVO, 2015; FREIRE-MEDEIROS, 2007b), uma vez que o objeto de estudo são favelas.

Investigações sobre turismo, pobreza e voluntariado já foram conduzidas, na intenção de compreender essa nova prática do mundo moderno como uma forma de aproximação do “Norte rico” e do “Sul pobre” (LINKE, 2014). Uma igreja evangélica norte-americana organiza passeios ao depósito de lixo de Mazatlan, cidade mexicana, como forma de sensibilizar os turistas para os problemas locais e poderem, então, pensar em maneiras de minimizá-los (DURR, 2012).

Outros trabalhos mostram que o único objetivo legítimo na aproximação do turismo com a pobreza seria para minorá-la e não para torná-la estética ao olhar do turista e lucrativa aos empresários do ramo. Indiscutivelmente, os principais e imediatos beneficiários devem ser os pobres, por meio de ações privadas e públicas no alívio da pobreza (FRENZEL, 2014).

Contudo, dentro da categoria *reality tour* também se encontra o *dark tour*, que por meio do aproveitamento turístico de espaços nos quais ocorreram tragédias, tem ganhando mais a atenção dos turistas (FREIRE-MEDEIROS, 2007b) do que espaços em que se oferece a oportunidade de experiência (*hands on experiences*) junto a moradores (GRIFFITHS, 2015; FREIRE-MEDEIROS, 2007a).

Posso citar alguns estudos: Sarajevo, Vietcong e a área atingida pelo furacão Katrina (FREIRE-MEDEIROS, 2007); a zona de exclusão de Chernobyl (YANKOVSKA; HANNAM, 2014); o memorial do campo de concentração de Neuengamme (NAWIJN; FRICKE, 2015); a Coreia do Norte, tido como um dos países mais temidos e fechados do mundo (BUDA; SHIM, 2015); turismo em áreas de conflito entre Israel e seus vizinhos de fronteira (MANSFELD; KORMAN, 2015); turismo em áreas de conflito, como a Jordânia (BUDA, 2015); Sichuan, na China, após o desastre natural de 2008 (BIRAN et al, 2014).

O *dark tour* diferencia-se do *social tour*, mas divide com ele a ideia de explorar a realidade e aproximar-se, o máximo possível, de experiências reais, porém associadas à morte, ao desastre e à miséria (LENON; FOLEY, 2000 apud FREIRE-MEDEIROS, 2007b). Ambas as categorias dividem o fato de que seus apelos não são óbvios, fogem da ideia tradicional e convencional de produtos turísticos, mas ainda sim, ganham cada vez mais adeptos (FREIRE-MEDEIROS, 2007b). “Turistas procuram, com frequência cada vez maior, experiências inusitadas, interativas, aventureiras e autênticas em destinos cujo apelo reside na antítese daquilo que se convencionou tratar como turístico” (p. 4).

2.2 Turismo de favela: caracterização

Parto do entendimento de que o turismo de favela representa um segmento turístico que esbarra tanto em aspectos do *social tour* (local em desvantagem econômica, cuja população poderia se beneficiar com o olhar e com a sensibilização dos turistas), como do *dark tour* (pobreza, tráfico, violência) (FRENZEL et al, 2015; ROLFES, 2010; FREIRE-MEDEIROS, 2007a), atraindo grande número de turistas alternativos (PHILLIPS, 2003).

Parece-me fundamental tecer algumas considerações acerca do termo “favela”, uma vez que há um movimento, ainda parcial, no sentido de abandonar seu uso em função da conotação negativa que “assume o caráter de um estigma que pesa sobre as populações pobres que habitam a cidade fora do mercado, ou no que o senso comum chama de asfalto” (BRUM, 2011, p. 35). A estigmatização das favelas é um problema real (UN HABITAT, 2003) responsável pela exclusão

de seus moradores em oportunidades de emprego, de promoção social (NUISSL; HEINRICHS, 2013) e de crédito (TORRES, 2012).

Pobreza não se refere apenas à “falta de rendimentos e recursos; ela também consiste da exclusão da participação social e política; da falta de bem estar, tanto físico, como psicológico; da falta de segurança; e assim por diante” (FRENZEL, 2014, p. 435). A vergonha e o estigma com os quais convivem os pobres também fazem parte dos aspectos não econômicos da pobreza, que devem ser considerados pelos pesquisadores do turismo de favela (FRENZEL, 2014).

Considerando o ambiente das favelas como dotado de complexidade (NUISSL, HEINRICHS, 2013; ROLFES, 2010) e de ambivalência (MKONOS, 2016; FREIRE-MEDEIROS, 2007a), com dinâmica própria e com heterogeneidade (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013), é incongruente reduzi-la a termos simplistas, generalizantes ou binários, como o bom e o mau, o certo e o errado, o bonito e o feio (PRETEICELLE; VALLADARES, 2000).

Uma definição universal é de difícil obtenção (NUISSL; HEINRICHS, 2013). A *United Nations Human Settlements Programme*, organização internacional dedicada à melhoria das condições de vida em favelas, registra a falta de água, de saneamento e de espaço adequado, bem como a superlotação, casas improvisadas e falta de legalização da posse, como alguns dos elementos mais característicos (UN HABITAT, 2012). Ainda assim, favelas abrigam mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo, o que corresponde a um sexto da população mundial (UN HABITAT, 2009).

Vários são os problemas e as carências com as quais os residentes em favelas convivem, muitos tendo origem apenas no fato de se ser um morador de favela (GILBERT, 2007). Afinal, seu espaço vem sendo tratado como um ambiente de exclusão socioeconômica, de discriminação social (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013), de estigma social (FRENZEL, 2014), de estigma territorial (WACQUANT; SLATER; PEREIRA, 2014), de pobreza, de miséria, de decadência (NUISSL; HEINRICHS, 2013), de insegurança, estagnação (BURGOLD; ROLFES, 2013) e de violência (BRUM, 2011).

Favelas já foram tidas como “inferno social” (VALLADARES, 2000, p. 7) que abrigam criminosos e vândalos, logo a melhor solução seria sua eliminação

(NUISSL; HEINRICHS, 2013) ou remoção para áreas mais distantes (BRUM, 2011).

Basta lembrar que, especificamente no Brasil, os cortiços cariocas do século XIX, os antecedentes da favela, sempre foram ligados à violência, à falta de higiene e à precariedade de construções, a ponto de serem considerados um problema de saúde pública (VALLADARES, 2000). No começo do século XX, o prefeito Pereira Passos criou uma reforma, no sentido de “civilizar” e “sanear” (p. 7) o Rio de Janeiro, eliminando esses espaços. Outras ações públicas foram seguidas, sempre com apoio de médicos, sanitaristas e engenheiros, mas sem, de fato, resolverem a questão. Algumas remoções serviram apenas para que outras favelas surgissem nos espaços que receberam os novos moradores, como é o caso da Cidade de Deus (BRUM, 2011).

Favelas multiplicaram-se pela capital carioca. Contudo, na segunda metade do século passado, a estigmatização ganhou nova roupagem: a violência que existia internamente na favela não se manteve a ela circunscrita. Ao atingir outras áreas da cidade, houve o reforço da imagem da favela como lugar de origem e de irradiação do medo, da violência urbana e do crime. Isso se deve ao fato de que, nos anos 1980, o tráfico estabeleceu-se como referência de poder dentro das favelas cariocas, tendo sua consolidação na década seguinte (BRUM, 2011), tornando o assunto de reconhecimento internacional e uma marca das favelas (STEINBRINK, 2013).

Diante do poder crescente do tráfico, o Estado lançou mão de uma política de pacificação por meio da instalação de Unidades de Polícia Pacificadora – UPPs – dentro de favelas cariocas, a partir de 2008. Steinbrink (2013) conclui que a política de pacificação do Rio de Janeiro, mais que uma preocupação com os moradores da favela, era uma preocupação com a imagem da cidade destinada a receber mega eventos como a Copa do Mundo, ocorrida em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016.

Em função de todo esse entrelaçamento da favela com notícias e acontecimentos que robustecem estigmas e ativam estereótipos, preconceitos e discriminação, além da celeridade com que as notícias chegam aos quatro cantos do mundo, desde a década de 1990 o termo comunidade foi designado como um substituto a favela, para associar a região a uma área mais urbanizada, dotada de mais infraestrutura (RODRIGUES, 2014).

Pode servir também de nova máscara para a pobreza e para a exclusão por ser um termo menos carregado de estigma, mas que ainda assim guarda a devida distância com o asfalto, com o progresso e com os direitos básicos (LOBOSCO, 2008).

A favela não é um lugar homogêneo (RODRIGUES, 2014; LOBOSCO, 2008; VALLADARES, 2000; VALLADARES; PRETECEILLE, 2000). Dentro dela há díspares: famílias em melhor situação, áreas dotadas de mais facilidades, se comparadas àquelas onde ainda não chegaram a coleta de lixo ou as caçambas para depósito, o saneamento, a luz elétrica ou onde a violência do tráfico ainda se perpetua. Não ao acaso, Valladares (2000) sugere o uso do termo “favelas”, no plural.

Nesta tese emprego o termo favela como sinônimo de espaço geográfico, território e lugar, e comunidade equivalerá aos seus moradores.

2.2.1 A pesquisa sobre turismo de favela

Devido ao seu caráter inusitado, pesquisadores se inquietaram em decifrar as motivações e os interesses dos praticantes do turismo de favela, além de saber como os serviços turísticos estabeleceram-se nesse segmento (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013). Quando o olhar do turista repousa sobre espaços desprivilegiados, abre espaço para a discussão sobre “a atitude adotada pela maioria dos pesquisadores, em descrever o poder que turistas ocidentais exercem sobre os habitantes dos lugares que visitam” (MAOZ, 2006, p. 222) e quais as consequências desse olhar sobre a comunidade local (URRY, 2001).

Nash (1977), citado por Maoz (2006), e Cheong e Miller (2000), receiam ser essa uma nova possibilidade de reprodução do imperialismo e do colonialismo, ao passo que Bruner (1989) diz que o Terceiro Mundo, e seus problemas, torna-se um espaço a ser conquistado e consumido pelos ricos ocidentais, reforçando a contradição entre os privilégios dos visitantes e as carências dos visitados.

Dogan (1989) discute os efeitos desse turismo sobre localidades receptoras e afirma que os moradores locais têm dois conjuntos de opções, um ligado ao afastamento e à resistência, outro ligado a aceitação e à adoção de hábitos e de

costumes trazidos pelos turistas: por meio da retração os moradores evitam formas de contato com o turista. A resistência se dá por meio da ocorrência de agressões, inimizades, inveja, ressentimento e outros tipos de hostilidade. Na manutenção de limites, sem resistência ou sem sentimentos negativos, ainda assim o turista é considerado um estrangeiro que não tem os mesmos direitos, nem abertura plena na localidade. A revitalização da própria cultura ocorre quando os aspectos culturais tornam-se um atrativo e a comunidade percebe efeitos positivos do turismo, como resgate e valorização da cultura, do orgulho étnico e da autoestima. Ao contrário, a adoção leva os moradores, principalmente os jovens, a adotarem comportamentos e hábitos dos turistas, tendendo a abandonar suas tradições, pois são estimulados a admirar e a imitar os turistas. Ao conseguirem, assumem para si características diferentes das comuns à sua sociedade; se não conseguirem, podem advir daí frustração, inveja e baixa auto estima.

A possibilidade da adoção remete ao conceito de “olhar mútuo”, Maoz (2006), como forma de alargar o conceito de “olhar do turista”, de Urry (2001). Afinal, o olhar não pertence somente ao turista, tanto ele quanto o visitado olham-se, observam-se, influenciam-se e interpretam um ao outro. Partindo do pressuposto de que a capacidade de olhar o outro, de forma integral, é uma forma de obter recursos de poder (FOUCAULT, 1979; URRY, 2001), o conceito de olhar mútuo lança novos direcionamentos na compreensão das relações de poder entre moradores e turistas (MAOZ, 2006).

Outras investigações são relevantes, como a respeito dos operadores turísticos, dos líderes comunitários, dos representantes do setor público (RODRIGUES, 2014; FRISCH, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2007a) e da comunidade local (RODRIGUES, 2014; MEKAWY, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2010; MENEZES, 2007).

O primeiro grupo representa os responsáveis pela transformação da favela em produto turístico, ao menos quando o foco em questão são as favelas da cidade do Rio de Janeiro, e que permanecem à frente do negócio (FRISCH, 2012). O segundo grupo, os moradores, importa ainda mais pelo fato de que “o turista, ao contrário do habitante, não se apropria do espaço, ele simplesmente passa por ele” (JACQUES, 2005, p. 18), ao passo que o morador convive ali diariamente e com tudo que nele ocorre.

Se o espaço estiver melhor ou pior, para o turista isso não é um grande problema, porque ele sempre pode escolher não voltar, sair dali o mais rápido possível ou procurar novos espaços turísticos, de acordo com o “comportamento de pastejo” de Bauman, (FRANKLIM, 2003, p. 208). O vínculo do turista é apenas temporário e sua relação de pertencimento é frágil e superficial. Trata-se da “frouxidão dos laços com o lugar (físico, geográfico e social)”, característica da “modernidade líquida”, exposta por Bauman (p. 207). Frouxidão e temporalidade não existem na vida cotidiana do morador e, por isso, ele deve ser ouvido e considerado. Cumpre investigar quais as implicações na vida dos moradores das favelas e qual sua percepção (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013).

Segundo pesquisas empreendidas com moradores da favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, a opinião do morador varia dependendo da ligação que tem com o local e com o turista. Enquanto alguns se sentem confortáveis, há aqueles que são neutros e outros que são desfavoráveis. A pesquisa revelou ao menos três grupos distintos (FREIRE-MEDEIROS, 2010) que poderiam ser estudados, em oportunidade futura, de forma mais aprofundada.

O primeiro grupo é formado por moradores que passam o dia todo trabalhando fora da favela e que, ao regressarem para suas casas, pouca ou nenhuma noção tem da presença do turista. O segundo grupo beneficia-se mais diretamente do negócio turístico, fazendo acordos com as agências. O terceiro grupo é representado pelas lideranças locais, que não se importam com o turismo em si, porém com a forma de atuação das agências externas.

Apesar da expectativa de ganharem mais visibilidade por intermédio do que os turistas veem e avaliam, os moradores colocaram em discussão quem são os reais beneficiários dessa iniciativa. Alguns moradores chegavam mesmo a se surpreender ao serem informados de que as agências e guias cobravam pelo passeio (FREIRE-MEDEIROS, 2010).

A pesquisa de Menezes (2007) revelou que os moradores são favoráveis ao turismo e que, de maneira geral, não se mostraram ressentidos em ser fotografados – um dos questionamentos dos críticos do turismo de favela. Entretanto, chamou atenção pois a maioria das fotos postadas em redes sociais por turistas estrangeiros são de pessoas negras, talvez porque a preferência dos turistas seja fotografar elementos que representem o que esperavam encontrar

quando se decidiram pelo passeio na favela: o morador negro, pobre, mas sorridente, com quem não se tem muitas e promissoras possibilidades de contato, seja por barreiras de idioma ou de distanciamento social e cultural.

Encontram-se argumentos na literatura que respaldam esse achado, mostrando que o turismo de favela, ao mesmo tempo em que pode ajudar a eliminar alguns estereótipos, reforça outros. Urry (2001) afirma que a fotografia “não parece ser uma afirmação sobre o mundo, mas apenas de parcelas dele ou, até mesmo, fatias em miniatura da realidade” (p. 186). O turista não consegue, por meio de uma visita ou de registros fotográficos, apreender a totalidade do espaço visitado, o que o leva a escolher elementos representativos, tanto para guardar na memória, quanto para fotografar.

Está aí o poder da fotografia “a sua capacidade de apresentar-se como uma miniaturização do real” ou ainda, “existe, em particular, uma tentativa de construir imagens idealizadas, que embelezam o objeto que está sendo fotografado”. “A fotografia, portanto, está intimamente ligada ao olhar do turista” (URRY, 2001, p. 187) e aquilo que o turista selecionar olhar e registrar.

Para Menezes (2007), a questão da fotografia no turismo de favela é algo em negociação entre o visitante e o visitado, e ilustra: uma mulher, por 10 reais, deixou o turista entrar em sua casa e fotografá-la, e ao final disse “nossa, se todo dia aparece um gringo desse, eu estou feita” (p. 17).

Scarles (2013) é categórica em asseverar que a fotografia deve ser avaliada, não sob o ponto de vista do turista, agente ou guia, mas sim do quanto afeta o bem estar das pessoas fotografadas. “A ética da fotografia turística emerge como mais uma sutil e complexa compreensão das relações de poder que são produzidas entre o eu e o outro” (p. 898). Corroborando o que Menezes (2007) expressou a respeito da negociação entre ambas as partes, o interessado em fotografar e o fotografado.

A comoditização da pobreza, dos sujeitos e de seus modos de vida traz à tona outras questões éticas, além da fotografia, por detrás da glamorização e estetização da pobreza, já que a pobreza apropriada pelo turismo se torna “emoldurada, anunciada, vendida e consumida com um valor monetário acordado entre promotores e consumidores” (FREIRE-MEDEIROS, 2010, p. 34).

Seria justamente pela falta de aproximação da comunidade local com a exploração turística da favela (FRISCH, 2012) que alguns a denominam de safári urbano (MKONOS, 2016; BURGOLD, ROLFES, 2013), zoológico de pobres (MKONOS, 2016; LINKE, 2014; RODRIGUES, 2014; BURGOLD, ROLFES, 2013) e outros “chavões negativos, como pobrismo ou *bungee-jumping* social” (MESCHKANK, 2011, p. 47)? Torna-se uma prática em que um grupo de “gringos” (lê-se pessoas advindas de países desenvolvidos, com bons índices de qualidade de vida e dotadas de melhores condições econômicas e de possibilidades culturais) adentra pela favela para observar e fotografar seus moradores, ruas, moradias, sem nenhum ou pouco contato social (FRISCH, 2012). Porém, adverte Freire-Medeiros (2007a) “rotular o turismo de favela como zoológico de pobre é tornar sua complexidade conceitual como algo falsamente redutível” (p. 69).

Safáris turísticos, de maneira geral, estão associados exatamente a essa condição de espectador e observador, em que o caminho a ser percorrido, utilizando-se de um veículo, é mero lugar de passagem e constante movimento, não de parada e interação (HAYS, 2012). Contudo, o poder midiático em torno das favelas faz com que elas sejam associadas a um território de autenticidade preservada e possibilidade de encontro com o real, o que parece destoar do conceito geral de safáris ou zoológicos (DYSON, 2012; LINKE, 2014).

Outra direção seguida pelas pesquisas fala a respeito da produção cinematográfica como um estímulo ao turismo de favela. Urry (2001) aponta o cinema, como também revistas, literatura e vídeos, como uma “prática não-turística” (p. 18) capaz de gerar expectativa quanto ao consumo de determinado local, pois contribuem para a construção de um olhar sobre determinados aspectos.

Produções como *Cidade de Deus* e *Slumdog Millionaire* (MKONOS, 2016; BURGOLD, FRENZEL, ROLFES, 2013) projetaram a ideia de uma favela atraente, animada, movimentada, mesmo em meio à violência (FREIRE-MEDEIROS, 2007a). Essas e outras produções estilizaram a ideia da favela, fazendo uma oposição entre a favela do morador e a favela do turista (FREIRE-MEDEIROS, 2007a).

Apesar disso, não há nesse tocante unanimidade, pois se referindo aos filmes *Cidade de Deus* e *Tropa de Elite*, Steinbrink (2013) afirma que as favelas são

“retratadas como lugares incontroláveis e perigosos, em que a droga, o crime, a violência e a ilegalidade são as características prevaletentes. São quase portadores da imagem de um ‘Brasil inseguro’” (p. 133).

Linke (2014) confirma a ideia da tropicalização das favelas brasileiras, como “códigos de representação” (p. 1222) por meio das cores, casas, criatividade, felicidade e aspecto infantil. O autor compara essa forma de representação com o que acontece nas favelas da África, mas lá sob o termo “africanismo”. Vai além: “tais sistemas de significação racial têm consequências reais para a realocação de poder e privilégio em uma escala global” (p.1223).

2.2.2

A reflexividade por detrás da experiência do turismo de favela

Partindo da premissa de que a favela turística se tornou referência de Brasil, questiono o que o turismo de favela tem entregado ao turista: o encontro com a realidade ou com o seu simulacro. Para tanto, retomo a discussão acerca de *reality tour* uma vez que, sob essa denominação, o que se promete é uma experiência genuína. É uma proposta que visa aproximar o olhar do turista, muitas vezes acostumado a uma postura passiva, do olhar e da vida daqueles a quem visita, como meio de substituir a superficialidade que vem marcando a prática do turismo de massa tradicional (JONES; SANYAL, 2015).

Permite aos turistas aproximarem-se das emoções do outro (FREIRE-MEDEIROS, 2007b), o que implica na capacidade esperada desses ambientes e de seus sujeitos em provocá-las (PODOSHEN, 2013; BAUMAN, 1997). Isso porque, o senso de realidade é capaz de instigar emoções de forma mais intensa que outros produtos convencionais (FREIRE-MEDEIROS, 2007b). Um dos entrevistados por Freire-Medeiros (2010) comenta como seria proveitoso se o turista, ao se deparar com a pobreza, fosse tomado de emoção ao ponto de agir para minorá-la, ao invés de somente fotografá-la e ir embora. A expectativa da emoção pode estar associada não somente ao turista, que deseja ver como “vive a outra metade” (MEKAWY, 2012), como também ao morador, que espera não ser apenas visto, mas sim reconhecido.

A fim de certificar-me sobre as expectativas da comunidade local, apresento, a seguir, o resultado de duas investigações realizadas fora do Brasil:

A primeira foi conduzida junto a moradores de Hiroshima, no Japão, na esfera de *reality tour*, não necessariamente na modalidade do turismo de favela. A intenção era identificar a opinião da comunidade local na utilização turística daquele espaço, como também verificar se ela desempenhava papel ativo na estruturação e no desenvolvimento do turismo. Os resultados apontaram que a maioria dos entrevistados é favorável à prática como forma de renascimento ou de reconstrução da imagem de Hiroshima. Desejam extrapolar, ou superar, a referência como o primeiro local no mundo a sofrer um ataque nuclear e revelá-lo aos turistas como uma cidade feliz, atraente e pacífica (WU; FUNCK; HAYASHI, 2014).

Em favelas do Egito, estudo empírico similar foi desenvolvido, revelando que os moradores não qualificam a exploração turística do local como inoportuna, pois esperam beneficiar-se, inclusive economicamente, com a movimentação de turistas e com a criação de produtos associados que valorizem seu espaço (MEKAWY, 2012).

Essas pesquisas mostram reação semelhante às registradas no Brasil, já apresentadas nesta tese, por meio dos estudos de Freire-Medeiros (2010) e Menezes (2007). Muitos moradores, de lá e de cá, entendem a presença do turista como proveitosa, no sentido de ganhar visibilidade e de reconstruir identidade. Ao estabelecer essa transformação, como uma das vantagens da prática de *reality tour*, espera-se que o turista mude, não só seu ponto de vista individual, mas que compartilhe essa provável visão transformada com outros, seja por meio de relações físicas ou virtuais. A expectativa do morador é de que o turismo cumpra seu papel transformador, levando o turista à reflexividade, capaz de mudar a imagem pré-concebida que os visitantes carregam consigo e que, na maioria das vezes, têm origem em estigmas (MKONOS, 2016).

A reflexividade, por sua vez, pode tornar-se meio de combater estereótipos, que devem ser entendidos como generalizações simplistas (FISKE, 1993) que se fazem a respeito de algo, de um grupo ou de um lugar. Como tal, surgem sem respeitar aspectos individuais e contextos que, se considerados, revelariam características mais exatas a respeito do objeto analisado.

Não se trata de “apenas um processo cognitivo, mas outro que traz em si um potencial tangível para mudar a práxis turística” (MKONOS, 2016, p. 217). A transformação, fruto da reflexividade, leva o turista (I) a passar por um processo que envolve educação, crescimento e evolução, (II) distancia o turista das dicotomias que são muitas vezes reducionistas, (III) e se for capaz de mudar o comportamento presente, pode alterar sua conduta em situações futuras.

Contudo, a literatura apresenta divergências a respeito da efetividade do papel transformador do turismo, mesmo sendo desejável, da parte do morador, que o turista tenha capacidade de discernir entre o que lhe é apresentado e o que ele vivencia durante sua experiência nas favelas (JONES; SANYAL, 2015).

A transformação de pré-conceitos não pode ser tomada como consequência natural e certa da experiência, visto que ocorrerá se, e somente se, os turistas forem capazes de reconhecer as tais generalizações simplistas, questioná-las e criar o seu próprio entendimento do objeto (MKONOS, 2016). Mas isso dependerá não só de suas capacidades interpretativas, como também do tipo de programação e de pacote que está usufruindo, afinal a reflexividade efetiva obtém sentido, apenas quando ocorre com base em aspectos reais.

Considerando que guia e operador, sujeitos-chave na produção, ou não, da autenticidade (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013), formatem um passeio que leve o turista a deparar-se, prioritariamente, com aspectos que reproduzem a favela apenas como *locus* do exótico e do primitivo (JONES; SANYAL, 2015), das edificações incompletas, do esgoto a céu aberto, das crianças brincando na rua e das pessoas que dividem espaço com o lixo (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013), a qual nível de reflexividade o turista chegaria, se os aspectos que ele está vendo são escolhidos, propositalmente para ilustrar os estereótipos e o discurso midiático?

Corre-se esse risco, de a pobreza, como um produto, tornar-se “emoldurada” (FREIRE-MEDEIROS, 2010, p. 34) e localizada “em um mundo de espetáculo, em que visualizações de estigma podem tornar-se mercantilizadas” (JONES; SANYAL, 2015, p. 432).

Por isso, reflito a respeito da promessa de autenticidade vendida em muitos pacotes, pois em alguns casos “[...] os turistas são enganados por aquilo que é preparado e que representou para eles o real” (JONES; SANYAL, 2015, p. 431).

Bauman, ao conceder entrevista a Franklím (2003, p. 214), refere-se a isso como “substitutos fraudulentos para a coisa real”. Em algumas circunstâncias, a visita turística equipara-se a uma encenação, na qual os turistas são a plateia, enquanto a comunidade, ou parte dela, é preparada por agentes externos ou por membros internos, para encenarem situações. Ao fim do espetáculo, ou seja, da visita turística, a vida ordinária volta ao normal.

Essa encenação não parece ser geradora da reflexividade esperada pelos moradores, visto que não rompe com os estigmas e com as visões simplificadas de locais de pobreza. Para MacCannell (1973), a vida real, a do outro, exerce fascínio e interesse nas pessoas, sendo o turismo um meio de satisfazer tal curiosidade. Contudo, apresentar o outro e sua vida, tal qual ela é, a um grupo de turistas seria, no mínimo, uma invasão desmedida. Logo, o turismo cria e lida com “bastidores, de maneira forçada e artificial” (MACCANNELL, 1973, p. 25), de forma a oferecer uma autenticidade encenada para os turistas.

Em função disso oferece ao turista de favela, em específico, uma limitada possibilidade de reflexividade, pois baseia-se em valores não “clarividentes da pobreza” (JONES; SANYAL, 2015, p. 433), podendo assim ou reforçar estigmas ou criar outros (STEINBRINK, 2013), indo em sentido contrário às expectativas do morador.

Há que se considerar também que o turismo pode ser pensado como um “pseudo-acontecimento”, como assevera Urry (2001, p. 23), citando Boorstin (1964), sempre que ocorrer “isolado de um ambiente acolhedor e das pessoas locais, cujos participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, [...] e não levam em consideração o mundo real em torno deles”.

Um das empresas mais tradicionais que atuam no mercado do Rio de Janeiro afirma que sua escolha é por rotas em que o turista, inevitavelmente, irá deparar-se com um ambiente degradado e sujo, em acordo com a demanda de turistas internacionais e com seu imaginário no qual a sujidade das favelas repousa (STEINBRINK, 2013).

Contudo, Pearce e Moscardo (1986; apud URRY, 2001) chamam atenção para a necessidade de “distinguir entre a autenticidade do cenário e a autenticidade das pessoas que são objeto do olhar” (p. 25).

Frenzel (2014), ao se dedicar ao levantamento do estado da arte a respeito do turismo de favela, tece considerações a respeito dessa ambivalência, questionando se essa é uma modalidade que:

Altera o estigma territorial associado a um lugar e, portanto, contribui para sua melhoria? Ou é o turismo de favela uma expressão de marginalidade avançada, em que os moradores da cidade se aventuram em territórios estigmatizados para assumir e gentrificar, deslocando as populações marginalizadas a partir daí? (p. 433).

O turista também carrega consigo uma dúvida e inquietação moral (MESCHKANK, 2011), cuja origem encontra-se no questionamento se o seu é um “desejo descaradamente duvidoso e irreverente” (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013, p. 100). Depoimentos como “seria essa uma forma ética de turismo? Eu não me sentia demasiadamente confortável em saber que alguém poderia estar lucrando enquanto apresentava o infortúnio dos outros” (MKONOS, 2016, p. 214), ou “estávamos um pouco apreensivos sobre este passeio, pois de maneira nenhuma queremos passar como *voyeurs*” (p. 214), transitem uma preocupação com o olhar de turista (URRY, 2001), ao mesmo tempo em que parece estar o turista consciente do olhar do morador sobre ele (MAOZ, 2006).

Ao mesmo tempo em que o visitante olha, observa, registra, fotografa e comenta, ele sabe que existe um sem número de pessoas e interpretando a sua presença, afinal ele está em meio a uma comunidade e “o olhar recíproco faz com que ambos os lados pareçam marionetes em uma corda, uma vez que o olhar mútuo regula o comportamento de ambos” (MAOZ, 2006, p. 225), como forma de exercício mútuo do poder.

A ambivalência não limita-se ao turista, pois faz-se presente em praticamente todos os estudos do tema (ROGERSON, 2014), não obstante vir atraindo cada vez mais a atenção de diversas áreas do conhecimento, a ponto de assumir lugar como um campo interdisciplinar de pesquisa (BURGOLD; FRENZEL; ROLFES, 2013). Rogerson (2014) faz dois apanhados a esse respeito, um favorável e outro crítico.

Se por um lado:

- O turismo em locais de pobreza pode encaixar-se dentro do turismo educacional, cuja finalidade encontra-se em aumentar a consciência dos visitantes a respeito, possibilitando a mudança (ROGERSON, 2014; BURGOLD,

ROLFES, 2013; ROLFES, 2010). Além das questões econômicas que podem impactar positivamente a vida dessas comunidades, bem como possibilidades de filantropia, ou seja, *social tour* (ver também BURGOLD; ROLFES, 2013).

Por outro:

- O turismo em locais de pobreza nada mais é do que uma atitude exploratória, *voyeurista*, antiética que transforma a miséria e pessoas vulneráveis em espetáculo pago (ROGERSON, 2014). Indo além, Burgold e Rolfes (2013) apontam:

Com base em uma relação assimétrica entre aqueles que são pensados como a atração turística e aqueles que são os turistas, os críticos do turismo de favela muitas vezes argumentam que a dignidade dos moradores das favelas é violada pelo olhar do turista (p. 162).

Davis (2006) propõe duas categorizações que também associam as favelas ao seu caráter ambivalente: locais de esperança e locais de desespero. Vistas como locais de esperança lança-se uma perspectiva positiva e promissora sobre o território e sobre o turismo de favela (BURGOLD; ROLFES, 2013), pois essa prática passa a ser vista como uma possibilidade de potencializar os elementos intrínsecos à favela e a seus moradores. Mas, se pensadas como locais de desespero (DAVIS, 2006), o estigma territorial e social é reforçado, ao mesmo tempo em que projeta a ideia de que os moradores locais são pessoas desprovidas de poder, passivas, apáticas e que, apesar de não quererem estabelecer contato com os turistas, não têm meios de inibir sua presença em seu local de moradia (BURGOLD; ROLFES, 2013).

Na segunda situação - a do desespero - o sofrimento, a penúria e a vergonha do morador enquadram o turista como um *voyeur*; o turismo como uma atividade antiética, e anulam a possibilidade da reflexividade e do repensar sobre os estigmas.

Na primeira - a da esperança – o turista perde essa identidade *voyeurista*, para assumir outra mais humana e filantrópica (BURGOLD; ROLFES, 2013), ao mesmo tempo em que o turismo ganha aspectos colaborativos na mitigação da pobreza, e crescem as chances da reflexividade ser promovida.

2.3 Estigma

Criado pelos gregos, o termo estigma refere-se a condições que afetam negativamente a identidade social de grupos e de seus indivíduos. Historicamente, esteve ligado a sinais corporais e de fácil visibilidade para identificar sujeitos em situação demérita dos quais os demais membros da sociedade deveriam esquivar-se (GOFFMAN, 1963). São sinais marcados no corpo pela “antiga e inquietante prática de marcação da pele daqueles que eram socialmente rejeitados” (HYERS; BROWN; SULLIVAN, 2015, p. 461). No século XX, a estrela amarela de Davi, imposta aos judeus durante o nazismo, marcava a situação de inferiores a que estavam sujeitos.

Hoje, estigmas são indicadores de identidade social, utilizados para marcar o pertencimento a grupos detentores de características não desejadas pelo restante da sociedade, quase sinônimo de diferente, anormal, inferior e indesejável (GOFFMAN, 1963), com quem o contato é tido como repugnante e inoportuno (ELIAS; SCOTSON, 1994).

A principal diferença entre a época dos gregos e hoje é que antes os indicadores do estigma eram impostos fisicamente (GOFFMAN, 1963). Hoje, são percebidos de forma mais sutil, variando entre visíveis ou não, físicos ou psicológicos, mas ainda assim marcas, sinais e atributos de desabono e de inferioridade (PEREIRA, 2002).

Para Goffman (1963), estigmas podem ser categorizados em três instâncias. Deformidades físicas, visivelmente identificadas pelo meio social em que o estigmatizado vive e convive, como amputação total ou parcial de um membro, doenças de pele, cicatrizes, cegueira e lábio leporino; problemas de caráter, cuja identificação pode, em alguns casos, ser mais facilmente mascarada do que na instância anterior, como transtornos mentais (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003), prisão, alcoolismo ou vícios diversos, homossexualidade (TAPIAS, et al, 2007; COTTRELL, NEUBERG, 2005), desemprego, tentativas de suicídio e afiliação política radical; estigma tribal de raça, nação, religião, classe social, passado de geração a geração e que, em muitos casos, não há como furta-se a sua evidência.

Epilético, débil mental, insano, criminoso, bêbado, pobre, cego, surdo-mudo, neurótico, histérico, paralítico, sexualmente depravado, mãe solteira, andarilhos, sífilítico, tuberculoso são algumas categorias em que grupos estigmatizados são enquadrados. São “inevitáveis subprodutos da evolução humana”, como algo inato, naturalista e eugênico, citam Hyers, Brown e Sullivan (2015, p. 151), ao fazerem um apanhado sobre os primeiros estudos a respeito de estigma.

“Um estigma, então, é realmente um tipo especial de relação entre atributo e estereótipo” (GOFFMAN, 1963, p. 13), que reclassifica aquele sobre quem recai (BAUMESTIER et al, 2005). Estereótipos podem ser entendidos como um conjunto de crenças compartilhadas em um grupo (SIMON et al, 1991), e nem sempre atributos associados a algum indivíduo são estabelecidos de forma exata, baseiam-se em suposições e em primeiras impressões causadas ao observador (FISKE, 1993). Por consequência, ligam-se a preconceito, baseado na antecipação de juízo (FARIAS, 2004).

Devine (1989) relembra pesquisas que apontam que o fato de um estereótipo ser conhecido não gera automaticamente, e de forma uníssona, preconceito contra o grupo. A autora retoma a discussão a respeito do automatismo estereótipo/preconceito, mostrando que pode haver dissociação entre os dois processos. Para isso, incorpora à discussão as crenças pessoais, mostrando que, quando um estereótipo é ativado, as pessoas são capazes de acionar também suas crenças pessoais. Quanto mais o sujeito ativar suas próprias crenças, mais é capaz de fazer frente às generalizações automáticas. Porém, alerta, essa dissociação, apesar de factível, demanda “intenção, atenção e tempo” (p. 16), no exercício de substituir estereótipos-padrões por expressões mais racionalizadas, que partirão de sua crença pessoal a respeito do grupo.

O preconceito ativa emoções específicas em relações intergrupos, como por exemplo, raiva em relação a grupos afro-americanos e desgosto em relação a grupos de homossexuais (TAPIAS, et al, 2007). “Os sentimentos específicos que as pessoas têm para com membros de outros grupos dependem das ameaças tangíveis e específicas que esses outros grupos representam” (COTTRELL; NEUBERG, 2005, p. 770). Negros são comumente caracterizados como hostis e afeitos à violência (DUNCAN, 1976), o que poderia justificar a raiva, como sentimento expresso em relação a eles (TAPIAS et al, 2007).

Antes mesmo de estabelecer qualquer tipo de contato, supõe-se que o sujeito seja de determinada forma. O que se espera depois disso é que ele aja e se comporte conforme o padrão estabelecido, é uma forma de engessar expectativas e nelas enquadrar a forma como se espera que o outro seja, comporte-se e apresente-se, uma visão superficial e limitada (MAGEE, GALINSKY, 2008; FISKE, 1993).

A isso, Goffman (1963) chama de descompasso entre a identidade social virtual (aquela instalada a partir do que um sujeito projeta a respeito do outro, sem conhecimento mais aprofundado) e identidade social real (aquilo que o sujeito realmente é, independentemente das aparências, do local onde reside, da religião que professa ou de marcas físicas que carrega). “Essa discrepância [...] estraga a identidade social; tem o efeito de cortá-lo da sociedade e de si mesmo, porque ele torna-se uma pessoa desacreditada” (p. 30), o que lhe causa um estado psicológico aversivo, marcado pelo sentimento de inferioridade e de não pertencimento (FISKE, 1993; TAJFEL, 1970), resvalando sobre seu comportamento (GOFFMAN, 1963).

Sentimento de inferioridade aflora, em especial, em casos em que não há recursos para disfarçar a marca, comprometendo a autoestima, o bem estar, o convívio social, a saúde física e a mental (KEENE; PADILLA, 2010), tornando-se extremamente limitante ao sujeito.

O fato de residir em locais estigmatizados, por exemplo, pode acionar os componentes do sentimento de inferioridade, a ponto de afetar a saúde e o bem estar de jovens, não só por viverem em locais insalubres e por terem menos facilidade de acessar o sistema de saúde, mas especificamente pelo processo psicológico que lhes é desencadeado (THOMAS, 2016). Wacquant, Slater e Pereira (2014) encontraram referências diversas sobre a complexidade da estigmatização territorial, casos em que não é possível aplicar-se a autorregulação, a disciplina que o sujeito rejeitado pode impor-se para diminuir o descompasso que o faz ser excluído (BAUMEISTER et al, 2005), a menos que consiga alguma forma de mobilidade social que o tire do local em que reside.

Uns ostentam símbolos de prestígio e outros carregam símbolos de estigmas, que traduzem informações sociais que se dividem entre ganhos para uns e perdas para outros (GOFFMAN, 1963). Não ao acaso existem obras que associam estigmas ao baixo poder, pois é a essa situação que as pessoas ficam

relegadas, uma vez que estigmatizar e estereotipar são formas de controle social (OVERBECK, PARK, 2001; STEELE, ARONSON, 1995; FISKE, 1993), ao ponto de gerar perdas em desempenho (MAGEE; GALINSKY, 2008).

É comum, que diante de informações sobre as características de pessoas com baixo poder, os indivíduos em condição de alto poder detenham mais tempo e atenção naquelas que são negativas, como forma de distribuir recompensas para si próprios (OVERBECK; PARK, 2001), como também justificar e manter a sua posição de poder, em especial quando as fontes que o sustentam são vistas como ilegítimas ou questionáveis, pois isso pode fazer com que se sintam ameaçados (BAILÓN; MOYA; YZERBYT, 2000). “Mérito é sempre uma questão comparativa, alguns são bons porque os outros não são tão bons como eles são” (p.667), logo legitimam sua posição em função das deficiências do outro grupo, uma oportunidade de restaurar a autoimagem quando é ameaçada. Quando a estrutura de poder é reconhecida como legítima, a tendência em estereotipar e em concentrar atenção nos dados negativos do outro torna-se menor. Não é só o fato de ter poder que leva ao uso de estereótipos, mas sim o tipo de poder que se tem, variando entre reconhecido e legítimo, ou questionável e ilegítimo (BAILÓN; MOYA; YZERBYT, 2000).

Por consequência, indivíduos com poder sentem-se melhores que os demais, pois veem-se “dotadas de uma espécie de carisma grupal, de uma virtude específica que é compartilhada por todos os seus membros, e que faltam aos outros” (ELIAS; SCOTSON, 1994, p.20). Há o questionamento de quais são os recursos sobre os quais esses indivíduos baseiam-se “para afirmar sua superioridade e lançar um estigma sobre os outros, como membros de uma estirpe inferior” (p.21). Etnia, cor e classe social são apontadas por Elias e Scotson (1994), ao mesmo tempo em que afirmam que essas fontes podem tornar-se inúmeras.

Ninguém deseja conviver, ou convive bem, com estigmas, que limitam a vida, as oportunidades e os resultados, por meio do controle exercido pelo preconceito e pela discriminação. “As vítimas sabem disso e tentam resistir por essas razões” (FISKE, 1993, p.621) às relações geradas a partir do estigma, como os estereótipos (respostas cognitivas à categoria do outro), preconceito (resposta afetiva), discriminação (resposta comportamental) e baixo poder (FISKE, 1993).

A angústia principal do estigmatizado é se será ou não aceito entre os estabelecidos. A insegurança e a ansiedade podem prejudicar relações intergrupais (GREENLAND; BROWN, 1999) e podem revelar-se através de um comportamento agressivo, envergonhado ou passivo (GOFFMAN, 1963; GRAY, 1987). Os estigmatizados procuram aproximar-se de seus semelhantes ou simpatizantes – *ingroup* (TAJFEL, 1970), visto que ser aceito em um grupo social é condição desejável de todo ser humano, o que faz com que ele passe por uma espécie de autorregulação, adequando-se a comportamentos esperados, (BAUMEISTER et al, 2005). O senso de pertencimento e de certa normalidade estão em jogo (GOFFMAN, 1963).

Estigmas também recaem sobre indivíduos que nem sempre têm marcas (físicas, mentais, emocionais, raciais e outras) que geram estigmatização. Porém, pelo fato de serem próximas de pessoas detentoras das marcas, acabam sendo também discriminadas. É o “medo da poluição” (ELIAS; SCOTSON, 1994, p. 26), agravado pela justificativa de que, “em geral, a tendência de um estigma é espalhar-se a partir do indivíduo estigmatizado às suas conexões estreitas, fornecendo uma razão pela qual tais relações tendem a ser evitadas ou finalizadas” (GOFFMAN, 1963, p. 42). O *outgroup* representa para os demais uma ameaça, uma contaminação ou um dano (COTRELL; NEUBERG, 2005).

Não obstante a complexidade das relações geradas a partir da estigmatização, o avanço de estudos a respeito permitiu que, no início do século XXI, outros dois aspectos, menos definitivos, despertassem interesse. As pessoas estigmatizadas passam a ser vistas “não como vítimas restringidas por um conjunto predeterminado de vida inferior” (HYERS; BROWN; SULLIVAN, 2001, p.464) porque isso depende de como cada um lida com os estigmas que recaem sobre si, sendo os mais resistentes aqueles que adotam empoderamento (SHIH, 2004). Trata-se de considerar o estigma sob a perspectiva do alvo, mesmo que a literatura tradicional insista em abordar “o impacto negativo de estigmas sobre a vida das pessoas estigmatizadas. Este enfoque, contudo nunca, poderá explicar os muitos casos de indivíduos que [...] floresceram na nossa sociedade” (p.175), a despeito dos estigmas a eles associados.

Seria uma possibilidade de interromper ou enfraquecer o pensamento eugênico sobre o estigma - afinal, “o estigma não reside na pessoa” (HYERS; BROWN;

SULLIVAN, 2015, p. 464), mas em algum atributo que, em determinado contexto, é causa de desabono.

Estigmas não são gerados no plano individual e sim no grupal (ELIAS, SCOTSON, 1994; TAJFEL, 1970), firmam-se com base em uma “natureza de interdependência” (ELIAS, SCOTSON, 1994, p.23), de afirmação de um e de exclusão do outro. Enquanto um é dotado de poder, o outro é desprovido, um *outsider*. A estigmatização é um processo a serviço do poder e das desigualdades (PARKER; AGGLETON, 2003). Os indivíduos tornam-se divididos entre “*ingroups*” e “*outgroups*” (TAJFEL, 1970), o que facilita a compreensão acerca da estigmatização e das relações de poder. É natural que os pertencentes ao grupo se autocaracterizem com “positividade, sucesso e status” (FISKE, 2000, p. 308), enquanto os de fora do grupo são caracterizados de forma contrária.

Isso não implica em desconsiderar que devam existir formas diferentes com que cada sujeito estigmatizado lida com suas marcas, oferecendo resistência à imposição do estigma ou cedendo-lhe a sua força. Contudo, a questão é bastante intrincada uma vez que pessoas estigmatizadas, em especial aquelas que se sentem culpadas por sua condição, veem-se com menos direitos a recompensas, o que dificulta a forma como resistem ao estigma (CROCKER; MAJOR, 1994), como os obesos, pois há relação direta com alimentação não saudável (VARTANIAN; PORTER, 2016). Pode-se pensar nisso como uma forma de punir a si mesmo, visto sua autoestima estar bastante comprometida por sua condição (CROCKER; MAJOR, 1994), afetando seu estado psicológico. Enquanto alguns estigmatizados conseguem manter alta autoestima, os demais não. A razão desse fato ainda é dúvida sobre a qual novas pesquisas precisam dedicar-se (CROCKER; MAJOR, 2003).

Uma contribuição pode vir de Corrigan e Watson (2002) que, ao estudarem o estigma oriundo das doenças mentais, distinguem estigma público e autoestigma, relacionando-os à autoestima. O primeiro refere-se aos julgamentos e aos estereótipos que recaem sobre o indivíduo estigmatizado: depressivo (STARING et al, 2009), esquizofrênico (KARIDI et al, 2010) e comedor compulsivo (VARTANIAN; PORTER, 2016), HIV positivo (PARKER; AGGLETON, 2003).

Os que não se sentem desvalorizados, mas entendem que são injustiçados, sentem uma espécie de “raiva justa”, reagindo de forma diferente da maioria e tornando-se mais ativos. Além disso, aqueles que são bastante identificados com seu grupo acabam por identificar aspectos positivos nele e agem no sentido de realçá-los para os outros e para si mesmos (CORRIGAN; WATSON, 2002).

O autoestigma refere-se ao “grau em que os indivíduos internalizam esses juízos e estereótipos”. Quanto menor for o grau, mais suscetível estará de resistir a eles; quanto maior o grau, menos resistência será capaz de oferecer à estigmatização que outros lhe impõem (CORRIGAN; WATSON, 2002). Em uma situação, parece aproximar-se mais da sensação de autodomínio e de poder, na outra, coloca-se sujeito ao outro e surge a sensação de baixo poder.

Fiske (1993, p. 623), ao comentar sobre os dois tipos existentes de estereótipos, diz que o primeiro, o descritivo, funciona como uma “âncora”, e o segundo, o prescritivo, como uma “cerca”. Quanto mais distante um sujeito conseguir manter-se dos efeitos da âncora e da cerca, mais resistência aos limites e ao controle ele terá, diminuindo a pressão do grupo dominante sobre si. Isso Dahl (1957) e Fiske (1993) consideram como um tipo de poder sem influência, pois o grupo de baixo poder recusa-se a ceder à influência. Campellone, Caponigro e Kring (2014) mostraram que a maior resistência e, por consequência, a menor internalização do estigma tem relação com o poder social do indivíduo, ou seja, com a percepção pessoal em exercer poder na relação com os outros.

2.4 Poder

Poder é visto como elemento onipresente que extrapola o ambiente das instituições, fazendo-se presente em todo lugar e sendo componente de todo tipo de relação. Não deve ser visto como propriedade particular de um indivíduo, pois uma pessoa pode ter poder em dada situação e encontrar-se desprovida dele em outra. Trata-se de uma situação, não uma constância. As pessoas são, provisoriamente, fonte ou alvo dele, tendo seus comportamentos, discursos e pensamentos alterados, de acordo com o estado em que se encontram (FOUCAULT, 1979).

Dependendo das circunstâncias em que é estabelecido, o poder exerce um papel repressivo ou produtivo. O agente, de acordo com seus interesses, pode usá-lo na primeira condição, como meio de controlar e regular o comportamento do alvo. O aspecto produtivo deriva de disciplinas, regras e orientações, que partem do agente em direção ao alvo, e que tornam relações e processos mais ágeis e efetivos, sem, contudo, perder o tom limitante sobre quem recai (FOUCAULT, 1979).

Autores como Cheong e Miller (2000) dizem tratar-se de uma ironia, pois mesmo quando é produtivo, ainda é limitante. Reconhecem que ambos os mecanismos, o repressivo e o produtivo, servem a uma ordem social, como expressou Foucault: “o que torna o poder bom, o que faz com que ele seja aceito, é simplesmente o fato de que ele não pesa apenas como uma força que diz não, mas como uma força que atravessa e produz coisas, formas de conhecimento e discursos” (p. 377). Por isso, Foucault diz que não se deve insistir na associação estreita entre poder e termos negativos, pois sua finalidade não é essa (apud CHEONG; MILLER, 2000).

O conceito de poder sempre esteve associado à capacidade de impor vontade e forçar terceiros a fazer o que se desejava (DAHL, 1957). Como consideram French e Raven (1959), poder é a capacidade de influenciar e de controlar outras pessoas (apud COOPELAND, 1994), a capacidade de alterar o outro por meio de recompensas ou de punições, de acordo com o papel social dos atores (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Poder é, ao mesmo tempo, um conceito diádico (SIMPSON et al, 2015) e assimétrico, por estabelecer-se em uma condição de dependência entre duas ou mais partes e por haver o controle de uma sobre a outra (DAHL, 1957). Essa capacidade se dá em função, inclusive, dos papéis sociais que desempenham e que permitem que uns obtenham mais e outros menos recursos (DAHL, 1957).

No Quadro 1 apresento alguns papéis que são tratados como assimétricos e, naturalmente, fonte e alvo de poder. Minha intenção é exemplificar alguns grupos pesquisados e não esgotar a temática, até porque poder não se limita a certos grupos, é condição natural de relações humanas (FOUCAULT, 1979; DAHL, 1957).

Quadro 1: Papéis sociais assimétricos

Papéis Sociais	Autores
Gênero	Fiske (1993); Morales, Yubero, Larrañaga (2016); Mendelberg, Karpowitz (2016)
Formadores de opinião	Nemeth (1986)
Classe socioeconômica	Domhoff (1998); Gottfredson, Hindelang, (1981); Dubois, Rucker, Galinsky (2015)
Status	Domhoff (1998)
Papéis baseados em autoridade dentro dos grupos	French e Raven (1959)
Afiliação a um grupo majoritário ou minoritário	Sidanius (1993)
Etnia	Sidanius (1993)
Cargos e ocupações	Georgeson, Harri (1998); Raven, Pierro, Kruglanski (2012)
Subordinados	Dubois et al (2011); Kraus, Keltner (2009)
Parceiros em um relacionamento amoroso	Simpson et al (2015)

Entre esses grupos, estabelece-se uma relação de influência da fonte em direção ao alvo de poder, como também uma relação de resistência do alvo em direção à fonte. A isso se dá o nome de potência, o quanto um é capaz de controlar e influenciar e o quanto o outro é capaz de ceder ou de resistir (ANDERSON, JOHN, KELTNER, 2012; EMERSON, 1962).

Devido aos vários papéis sociais que os indivíduos representam na sociedade (BRINOL et al, 2007; GALINSKY, GRUENFELD, MAGEE, 2003) - ora como subordinado no trabalho, ora como líder em sua comunidade, ora como referência para a família, ora como membro de uma igreja - é perfeitamente lógico que poder não seja uma condição estável e definitiva (FOUCAULT, 1979).

Mais recentemente, poder tem sido visto como estado psicológico (GALINSKY; GRUENFELD; MAGEE, 2003). A sensação de poder oscila de uma condição confortável a outra aversiva, a partir do papel ora desempenhado e de inúmeros gatilhos (ANDERSON, GALINSKY, 2006; GALINSKY, GRUENFELD, MAGEE, 2003; BARGH, CHARTRAND, 2000), como acontecimentos presentes, memórias ativadas, contato com elementos físicos, visuais, sensoriais e auditivos, bem como pelo meio social ou pelo contexto no qual essas relações se desenrolam.

No Quadro 2 apresento algumas das formas como poder é conceituado por diversos autores, lembrando que nessa tese a definição de poder assumida é a que o trata como um estado psicológico.

Quadro 2: Características definidoras de poder

Características de Poder	Autor
Capacidade de influenciar outra pessoa ou outras pessoas	French, Raven (1959); Thibaut, Kelley (1959); Copeland (1994)
Capacidade de influenciar a vontade alheia	Dahl (1957)
É uma situação, não uma constância, na qual as pessoas são, provisoriamente, fonte ou alvo dele, tendo seu comportamento e pensamento alterados	Foucault (1979)
Capacidade de influenciar outros indivíduos através de controle assimétrico sobre recursos valiosos, e administrar recompensas e punições	French, Raven (1959); Emerson (1962); Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
Controle assimétrico sobre os recursos estimados em relações sociais	Thibaut (1957); Magee e Galinsky (2008)
Controle assimétrico sobre os resultados de outra pessoa	Depret, Fiske (1993)
Capacidade de controlar fontes e resultados, tanto a própria, quanto a dos outros	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003); Thibaut e Kelley (1959)
Não se encerra em controle e em influência, mas também na percepção que um tem de ser ou não capaz de influenciar os outros	Bugental, Blue, Cruzcosa (1989); Galinsky et al (2003)
Propriedade psicológica do indivíduo	Anderson, John e Keltner, (2005); Bargh, Raymond, Pryor, Strack (1995); Bugental, Blue, Cruzcosa (1989)
Base fundamental da hierarquia social	Sidanius e Pratto (1999)
Não é estático	Chen, Lee-Chai, Bargh, (2001)

De um lado, a sensação confortável de potência projeta comportamentos de manutenção e de reforço dos recursos geradores de poder. De outro, a impotência faz com que os indivíduos ajam tentando compensar o sentimento aversivo, pois foge aos objetivos de bem estar e de conquistas (BRINOL et al, 2007; ANDERSON, GALINSKY, 2006; KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003), Por consequência, sensações de potência ou impotência resvalam sobre o comportamento dos indivíduos, que é consequência, não só, mas inclusive, dos sentimentos associados ao estado de alto ou de baixo poder que, por sua vez, direcionarão o sujeito a agir e a interpretar determinada situação de forma diversa (DAHL, 1957).

Nesler et al (1999), citando French e Raven (1959), afirmam que não só o comportamento é influenciado pelo poder, mas também a opinião, a atitude, os objetivos, as necessidades e os valores do indivíduo. Poder deve ser pensado em termos de influência e a influência deve ser pensada como mudança psicológica, portanto não atinge apenas comportamento.

Raven, Pierro e Kruglanski (2012) acrescentam à lista as crenças, ampliando a esfera de influência do poder e demarcando, ainda mais, as diferenças notáveis entre aqueles que conseguem permanecer por mais tempo em estado de alto poder daqueles, cujos recursos e papéis sociais os mantêm em estado de baixo poder em várias circunstâncias.

Poder é relacional e interpessoal (RAVEN, PIERRO, KRUGLANSKI, 2012; NESLER et al, 1999), mesmo no fornecimento de recompensas ou de punições. Um refere-se a recurso positivo aos olhos de quem é alvo do exercício do poder, enquanto o outro é visto como um recurso negativo por aqueles a quem são destinados (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003), apesar das referências feitas por Foucault (1979) de forma a projetar o mecanismo produtivo do poder, em oposição à ideia das consequências negativas do poder.

Recompensas podem ser tangíveis ou intangíveis (RAVEN; PIERRO; KRUGLANSKI, 2012), como afeto, estima, informação, atenção, humor, oportunidades comerciais, contatos, referências, acesso a decisões, conforto físico (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003), alimentos, realização, sexo, segurança, estima, conforto físico (ANDERSON; GALINSKY, 2006), reconhecimento e status (RUCKER; GALINSKY, 2008).

Ter poder de recompensa significa que o indivíduo ou grupo de influência fornecerá algum tipo de recurso desejado por outrem, se o grupo ou indivíduo alvo agir de acordo com o esperado. Funciona como um reforço positivo por algo realizado, ou como uma promessa de recompensa futura, que somente se cumprirá se os de baixa potência seguirem o indicado pelos de alta potência (SIMPSON et al, 2015).

Punições podem ser igualmente tangíveis ou intangíveis, tais como: ser alvo de histórias, fofocas, zombarias, rebaixamento, perda do emprego ou de outra posição, agressão de qualquer ordem (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

O poder coercitivo, ou as punições, funcionam em sentido contrário: quando o impotente percebe que o agente do poder pode oferecer-lhes sanções por algo que o desagrada, como descumprimento de normas sociais, organizacionais ou qualquer outro comportamento que expresse oposição ao agente (SIMPSON et al, 2015).

“O valor de recompensas ou de punições reflete a dependência dos outros indivíduos sobre aqueles recursos” (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003, p. 266). Assim, não basta ser detentor dos recursos para que a condição de poder seja estabelecida, pois os recursos devem ser almejados ou temidos pelos alvos, em alguma condição (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Desse entendimento derivam duas abordagens que aciono para melhor compreender o impacto do poder de recompensa e do poder coercitivo sobre o indivíduo. A primeira trata-se da abordagem comportamental que regula o comportamento associado à recompensa, desencadeia afetos positivos, cognição automática e comportamento desinibido. O segundo é o sistema de inibição que lida com ameaças, punições e coerção social, e exatamente por isso desencadeia afetos negativos e vigilantes, cognição controlada e comportamento inibido e restrito (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Apesar de ser uma teoria em expansão, citada em outras obras como Simpson et al (2015), Gruenfeld et al (2008), Magee e Galinsky (2008), Galinsky, Gruenfeld e Magee (2003), “muitos dos seus princípios e implicações ainda têm de ser diretamente examinados” (ANDERSON; GALINSKY, 2006, p. 512). Seus proponentes tiveram como referência estudos de Kipnis (1972), Gray (1987), Fiske (1993) e Higgins (1997).

Em Kipnis (1972), Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003) encontram argumentos que mostram que o poder corrompe e modifica aquele que o detém. Corrupção, neste caso, inclui o fato de que aquele em condição de alto poder desconsidera ou desvaloriza aquele com menos poder, gerando uma distância psíquica útil aos seus objetivos, pois, como asseveram Corvo e Kruglanski (1970, apud KIPNIS, 1972), “é mais fácil influenciar os outros se a distância psicológica é mantida e o envolvimento emocional é mínimo” (p. 35). Essa afirmação e seus desdobramentos contribuem para os estudos de Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003), que acreditam que os dotados de poder são menos conscientes dos outros, agem por interesse próprio e não recebem as consequências.

Gray (1987) mostra como aproximação e inibição são suscetíveis de serem estimuladas pelos determinantes de poder e, por isso, associa emoções e formas conexas de comportamento, como medo *versus* submissão e raiva.

Emoções cruzadas, como medo e dor, potencializam-se e tornam-se inibidoras do comportamento. Enquanto medo é uma reação emocional a uma ameaça, a ameaça é qualquer estímulo ou alerta que faça o sujeito querer evitar, escapar e fugir de determinada situação. Com base nesta discussão, Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003) associaram a aproximação e a inibição de Gray a sua proposta de abordagem comportamental e de sistema de inibição, respectivamente.

Em seu estudo sobre o uso frequente de estereótipos por parte dos dotados de alto poder, Fiske (1993) também serve de referência a Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003), por caracterizar este grupo como menos atento, desinteressado ou despreocupado com aqueles com menos poder, por isso referem-se a eles por meio de estereótipos.

As situações descritas por Fiske (1993) e por Kipnis (1972) apresentam aqueles em situação de poder como voltados para si e para seus interesses, por isso afeitos às ações que podem proporcionar-lhes recompensas capazes de os manterem no poder.

A teoria proposta por Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003) pauta-se, também, em estudos de Higgins (1997), sobre promoção e prevenção, reiterando a ideia de que o foco em si, em suas metas e interesses, é comum a indivíduos de alto poder. Outra contribuição de Higgins (1997) vem da explicação de como o estado de poder influencia aspectos afetivos, cognitivos e comportamentais.

Higgins (1997) partiu da ideia de que os homens buscam o prazer e fogem da dor de forma quase instintiva. O interesse de seus estudos não era gerar resultados que endossassem essa afirmação, mas sim investigar como as pessoas o fazem. Por meio de princípios hedonistas, mostrou o processo que leva as pessoas a aprender a regular-se de forma a obter prazer, o que ele chama de promoção, e a evitarem a dor, o que trata como prevenção.

O foco na promoção ativa noções de atenção voltada para si, conquistas, ganhos, emoções entusiásticas e comportamento desinibido e expansivo. O foco na prevenção coloca o sujeito receoso perante resultados negativos, como punições, ameaças e incertezas, afetando seu estado emocional e projetando um comportamento de esquiva (HIGGINS, 1997).

Aqueles que são orientados pela recompensa expressam-se e impõem-se mais, têm menos receio de sofrer interferências externas e são mais confiantes em

suas habilidades. De acordo com a abordagem comportamental, perseguem seus objetivos e se arriscam mais, pois entendem que a recompensa é seu alvo (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003). Ou seja, poder gera mais poder (MAGEE; GALINSKY, 2008), pois a meta são recursos positivamente avaliados. Agem no sentido de angariá-los, pois somente assim, conseguirão manter-se por mais tempo no estado de poder e de bem estar.

Os de baixo poder ativam o sistema de inibição porque se reconhecem mais sujeitos às ameaças (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003), funciona para estes como um “sistema de alarme” (ANDERSON; GALINSKY, 2006, p. 512). São os que sofrem mais *bullying*, violência, discriminação, assédio moral e sexual, para o qual, naturalmente, se buscará uma compensação. Receiam fugir de padrões comportamentais, creditam mais capacidade ao outro e arriscam-se menos na perseguição de seus objetivos, pois acreditam que a punição lhes pode gerar uma série de transtornos, seja de ordem pessoal, econômica ou social. Além de aversiva, é limitante (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Existe uma ordem lógica entre afeto, cognição e comportamento, pois o primeiro parte daquilo que já é conhecido dentro de certo domínio, que acaba por embasar previsões em nível cognitivo e, por fim, afeto e interpretações, juntos, conduzirão a determinado comportamento (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Referente ao afeto (Quadro 3), um grupo caminha para o lado de emoções entusiásticas, capazes de lhe conferir bem estar e predisposição, ao passo que o outro experimenta situações que comprometem sua saúde emocional e seu bem estar físico, como timidez, culpa e medo (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003; HIGGINS, 1997).

Com base nesses argumentos, Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003) propõem que poder elevado aumenta a expressão de afeto e de emoção positiva, como o humor, orgulho, desejo, enquanto que, em estados reduzidos de poder, os sujeitos experimentam afetos e emoções negativas, chegando mesmo a estágios como ansiedade e depressão.

Quadro 3: Nível de poder e impacto sobre o aspecto afetivo

Afeto	Alto poder	Baixo poder
Humor	Positivo	Negativo, ansioso, depressivo
Emoção discreta	Desejo, orgulho, entusiasmo	Medo, culpa, embaraço, vergonha, gratidão
Distúrbio emocional	Mania	Ansiedade, depressão

Fonte: (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003, p. 270)

No campo da cognição (Quadro 4), as discrepâncias continuam se estabelecendo, reforçando a condição limitante dos grupos de baixo poder. Poder atrai mais poder (MAGEE; GALINSKY, 2008), pois as características cognitivas dos detentores de alto poder são capazes de projetá-los ainda mais, com preferência e favoritismo, foco em si e em suas necessidades, facilidade em julgar e avaliar por meio de estereótipos.

Em um caso a cognição é automática, sem que se preste muita atenção, que se dedique muito tempo ou que se empregue muito esforço. No outro, a cognição é mais controlada, sem partir para interpretações apressadas (BARGH, CHARTRAND, 1997). Emprega o raciocínio de forma mais intensa (FISKE, 1993) porque teme as consequências de suas ações (ANDERSON, JOHN, KELTNER, 2005; KELTNER, GRUENFELD, ANDERSON, 2003).

Quadro 4: Nível de poder e impacto sobre o aspecto cognitivo

Cognição	Alto poder	Baixo poder
Percepção de indivíduos	Estereótipos, inferências imprecisas	Informações individualizadas, acurácia
Percepção de grupos	Discriminação intergrupos, favoritismo intragrupo	Discriminação intragrupo, favoritismo intergrupos
Tarefas coletivas	Foco em si mesmo	Foco no outro
Outras ações	Disposição	Situacional

Fonte: (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003, p. 275)

O poder incita a ação, seja ela boa ou má (ANDERSON, GALINSKY, 2006; BRINOL et al, 2007). São regidos pelos seus quereres (ANDERSON, GALINSKY, 2006), enquanto os situados no sistema de inibição são direcionados por fatores situacionais.

Em relação a comportamento (Quadro 5), há de um lado um grupo mais dinâmico, seguro, pró-ativo, voltado para seus propósitos, enquanto o outro tem sua linha de ação tolhida e limitada, impondo-lhe cerceamento de seu desenvolvimento e de suas vivências. Um grupo se sujeita às normas, o outro as faz ou, quando não, tem meios de lidar com elas de forma a tirar o máximo de proveito (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Quadro 5: Nível de poder e impacto sobre o aspecto comportamental

Comportamento	Alto poder	Baixo poder
Teor do comportamento	Desinibição	Inibição
Determinante do comportamento	Estado interno	Contexto
Relação com normas sociais	Avessos à normas	Controlados por normas

Fonte: (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003, p. 269)

Aqueles em estado de poder são mais desinibidos (ANDERSON, GALINKY, 2006). O comportamento destes sujeitos pode ser inapropriado e agressivo (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003) e mais propenso ao risco (ANDERSON; GALINKY, 2006), ao passo que os demais se sentirão tolhidos mesmo em seu discurso e na apresentação de ideias e questionamentos, enquanto o comportamento não verbal será marcado por uma constrição, inclusive no tocante aos gestos (BRINOL et al, 2007; ELLYSON, DOVIDIO, 1985).

Alto poder deixa o indivíduo mais propenso a definir situações e a agir (GALINSKY; GRUENFELD; MAGEE, 2003), expor seu ponto de vista em uma discussão, arriscar-se mais, ser mais ativo e seguro (ANDERSON; GALINSKY, 2006), importar-se menos com o que os outros pensam a seu respeito (FISKE, 1993), agir conforme seus próprios objetivos, persegui-los, inclusive, com mais afinco (GRUENFELD et al, 2008), ser mais independente e ter mais controle do seu ambiente (INESI et al, 2011).

Importam-se mais com suas próprias necessidades e desejos (RUCKER, GALINSKY, DUBOIS, 2012), sentem-se mais livres e desinibidos (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003), prestam menos atenção nos outros e, por isso mesmo, usam de mais estereótipos para descreverem e lidarem com sujeitos ou outros grupos aos quais não pertençam (FISKE, 1993), ao passo que o contrário se estabelece naqueles que experimentam a sensação de baixo poder.

No Quadro 6, resumo características associadas a indivíduos em estados de alto poder e enquadrados na abordagem comportamental:

Quadro 6: Características de indivíduos em estado de alto poder

Características de indivíduos em estado de alto poder/abordagem comportamental	Autores
Prestam menos atenção em seus subordinados.	Goodwin, Fiske (1993)
Têm maior probabilidade de serem influenciados pelos seus pares ou por seu autoconceito.	Goodwin, Fiske (1993)
São menos guiados por normas sociais, porque se concentram mais em seus próprios desejos	Anderson, Galinsky, (2006);
São menos propensos a se envolverem em comportamentos socialmente aceitáveis	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
Tendem a objetivar os outros	Gruenfeld et al (2008)
Mantêm atenção para recompensas	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
Têm comportamento desinibido	Anderson, John, Keltner, Kring (2001); Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
São menos conscientes dos outros	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
Recebem mais cuidado	Chance (1967); Ellyson, Dovidio, (1985); Emory (1988).
Têm aumento de habilidades sociais	Coats, Feldman (1996)
São mais propensos a correr riscos	Anderson Galinsky (2006)
Envolvem-se em uma ampla gama de comportamentos e exibem maior variabilidade interpessoal	Guinote et al (2002)
Tornam-se mais livres	Hollander 1958)
Tendem a ser mais otimistas, mais confiante sobre suas escolhas	Anderson, Galinsky (2006); Briñol et al (2007); Galinsky et al (2003)
Respondem menos às exposições emocionais de sua contraparte	Van Kleef, De Dreu, Pietroni, Manstead (2006)
Recordam menos informações corretas sobre seus subordinados e são menos capazes de distinguir as suas características únicas	Overbeck, Park (2006)
Têm maior controle de seu ambiente	Inesi et al (2011)
Rejeitam conselhos e opiniões dos outros	Galinsky et al (2008); Tost, Gino, Larrick (2012)
Aumentam o pensamento abstrato	Smith, Trope (2006)
Tendem a ter um melhor desempenho em negociações	Dwyer (1984)
Tendem a fazer a primeira oferta em uma negociação	Magee et al (2007)
São mais egocêntricos	Kipnis (1972)
São menos precisos na estimativa dos interesses e das posições dos outros	Keltner, Robinson (1996)
Resistem à persuasão e à conformidade	(Briñol et al (2007); Galinsky, Magee, Gruenfeld, Whitson, e Liljenquist (2008)
Preocupam-se menos com as consequências de seus atos	Fiske (1993); Neuberg, Fiske (1987)
Têm experiências mais positivas e desfrutam de maior autoestima, saúde física e longevidade	Barkow (1975); Bugental, Cortez (1988); Adler, Epel, Castellazzo, Ickovics (2000); Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003); Marmot (2004)
Têm mais acesso a recursos materiais, financeiros, conforto, bem como a recursos sociais, com estima e atenção positiva	French, Raven (1959)
Deparam com menos interferência de outras pessoas quando perseguindo recompensas	Keltner et al (1998); Weber (1947); Winter, Stewart (1983)

No Quadro 7, indico características de indivíduos em estado de baixo poder, mais sujeitos a estigmas e a estereótipos, e enquadrados no sistema de inibição:

Quadro 7: Características de indivíduos em estado de baixo poder

Características do estado de baixo poder/sistema de inibição	Autores
Prestam mais atenção naqueles que exercem o poder porque estes controlam seus resultados.	Goodwin, Fiske (1993)
São mais cientes dos outros em sua esfera social, e mais propensos a cumprir normas sociais	Brauer (2005)
São atentos à ameaça e à punição	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
São atentos às características próprias que são relevantes para os objetivos dos outros	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
São inibidos	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
São propensos a obedecer às figuras de autoridade	Milgram (1963)
Aceitam mais facilmente as tentativas de persuasão de indivíduos poderosos	Petty, Cacioppo (1986)
Assistem aos outros com mais cuidado	Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)
Têm menos acesso aos recursos materiais, culturais e sociais	Domhoff (1998)
São mais sensíveis à avaliação e a potenciais constrangimentos	Fiske (1993); Steele, Aronson (1995)
Obedecem demandas explícitas de indivíduos de alta potência	Milgram (1974)
Têm aumentado o desejo de adquirir produtos relacionados a status	Rucker, Galinsky (2008)
Tendem a inibir a expressão direta de ideias, falar menos, comportar-se de forma mais passiva em debates públicos, exibir expressões faciais, posturais inibidas e gestos reduzidos	Anderson, Berdahl (2002); Ellyson, Dovidion (1985); Moreland, Levine (1989)
Sentem-se mais sujeitos às ameaças sociais e materiais, especialmente a ameaça de perder favor entre os poderosos	Chance (1967); Fiske (1993); Smith (1993); Hall, Halberstadt (1994); Whitney, Anderson, Berdahl (2002)
São conscientes das restrições que as ameaças colocam em cima de seu comportamento	Anderson, John, Keltner (2005); Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003)

A teoria do poder social, inaugurada por John French e Bertram Raven no final de década de 1950, é ainda a tipologia mais usada em estudos sobre poder (MENDONÇA, DIAS, 2006; NESLER et al, 1999; PENNER, 1999). Além do poder de recompensa e do poder coercitivo, que nesta tese vêm associados à abordagem comportamental e ao sistema de inibição, de Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003), a competência, a legitimidade e a referência também são aspectos geradores de poder. Em 1965, mais uma base foi acrescentada por

Raven ao conjunto original: a informação (RAVEN; SCHWARZWALD; KOSLOWSKY, 1998), totalizando seis bases².

O poder de competência, ou de especialista, ocorre quando o agente é capaz de transferir conhecimento essencial ao desempenho de seu alvo. Como nas situações anteriores, só o obterá em acordo com o agente.

O poder da legitimidade é fruto da compreensão, por parte do alvo, de que o agente tem direito legítimo de afetá-lo e influenciá-lo, sendo sua opção mais exata atender.

O poder de referência atinge alvos que admiram sobremaneira seu agente e sentem-se encorajados a ceder à sua influência.

O poder informacional estabelece-se quando o agente detém informações preciosas para o alvo, mas esse só as obterá se agir em conformidade com os interesses e expectativas do agente.

Todas essas bases de poder - recompensa, coerção, competência, legitimidade, referência, informação - são divididas em duas categorias distintas: *hard* e *soft*. A diferença baseia-se na maior ou menor possibilidade do alvo esquivar-se da influência, garantindo sua liberdade de escolha, mesmo que parcialmente (RAVEN; SCHWARZWALD; KOSLOWSKY, 1998). A categoria *hard* "limita a liberdade dos participantes para articular suas opiniões, reprimindo discussões e debates (RAVEN; PIERRO; KRUGLANSKI, 2012, p. 50).

O poder, cuja base é a recompensa, a coerção e a legitimidade, é de característica *hard*, pois envolve o cumprimento de normas e expectativas (RAVEN, PIERRO, KRUGLANSKI, 2012; RAVEN SCHWARZWALD KOSLOWSKY, 1998) que podem gerar uma recompensa ou uma punição do agente em direção ao alvo (ANDERSON; GALINSKY, 2006).

O poder baseado em competência, referência e informação é enquadrado na categoria *soft*, uma vez que o alvo tem mais liberdade para ceder ou não à influência (RAVEN, PIERRO, KRUGLANSKI, 2012; RAVEN SCHWARZWALD

² Para uma discussão mais ampla sobre outras bases incorporadas, ver Raven, Schwarzwald e Koslowsky (1998).

KOSLOWSKY, 1998), porque não está sujeito a recompensa ou punições (ANDERSON; GALINSKY, 2006).

Anderson e Galinsky (2006) associam o conceito de poder à influência, mas também à resistência, visto que nem sempre o poder atinge seu objetivo central, o da influência, pois encontra resistência dos grupos alvo. Emerson (1962) e Nesler et al (1999) fazem afirmações no mesmo sentido.

Existem duas dimensões das estratégias de influência e persuasão: direção e valência. A direção direta é “ostensiva, visível e inequívoca” (SIMPSON, et al, 2015, p. 394) sobre o alvo, enquanto a indireta é mais sutil e dissimulada. A valência positiva se estabelece por meio da influência que a promessa de uma recompensa pode gerar no indivíduo, enquanto a valência negativa refere-se às ameaças e às punições (SIMPSON, et al, 2015).

Isso também dependerá do “senso pessoal de poder, visto como a percepção da própria capacidade de influenciar outra ou outras pessoas” (ANDERSON, JOHN, KELTNER, 2012, p. 316).

Poderes de referência e de competência conferem *status* (RUCKER; GALINSKY, 2008), projetando seu detentor para uma categoria hierárquica mais elevada, à medida que os demais sujeitos o veem como detentor de respeito e estima (ANDERSON; GALINSKY, 2006).

2.4.1 Relações entre poder, status e estigma

Fatores distintivos, como classe, etnia, gênero, raça, afiliação a um grupo de maioria ou minoria, são, ao mesmo tempo, indicativos de poder e geradores de distinção hierárquica que, por sua vez, baseia-se na valorização de uma dimensão em detrimento da outra, classificando os indivíduos e estabelecendo certa ordem e papéis sociais. Há dois tipos de hierarquia, do poder e do *status*, porque apesar de poder e *status* serem as bases da hierarquia da diferenciação, são conceituados de forma diversa (MAGEE; GALINSKY, 2008).

Na primeira, os indivíduos são classificados de acordo com o controle de recursos (positivo/recompensa; negativo/punição), maior ou menor, que detêm. Na segunda, a classificação se dá com base no respeito, mais ou menos elevado, que o grupo observador conferiu. A confirmação do *status* depende da observação do outro, ao passo em que o poder origina-se de recursos que o indivíduo possui (MAGEE; GALINSKY, 2008). Ainda assim um pode levar ao outro, pois *status* pode ser uma forma de alcançar poder (FISKE; BERDAHL, 2007).

A localização em esferas inferiores nas hierarquias, e por consequência, a sensação de baixo poder, coloca o sujeito mais suscetível a ser estereotipado, uma vez que estigmas resultam diretamente da assimetria do controle de uma pessoa sobre a outra (FISKE, 1993; KELTNER, GRUENFELD, ANDERSON, 2003).

Estereótipos descrevem crenças que um indivíduo ou grupo tem em relação ao outro, mesmo que pautados em informações superficiais e insuficientes (FISKE, 1993), com base apenas em inferências e juízos (MAGEE; GALINSKY, 2008). Surgem dois tipos de estereótipos, o descritivo e o prescritivo. O descritivo enquadra as pessoas ou grupos dentro de certas categorias e tolhem a liberdade, o comportamento, a expressão e a capacidade. Uma vez estabelecidas as categorias hierárquicas espera-se que as pessoas inseridas nelas hajam conforme o previsto (FISKE, 1993).

Tratam-se de encaixes que constroem a liberdade, e ditam exatamente qual papel as pessoas devem representar, sendo esse o caminho mais fácil de ser aceito pelo alvo do preconceito, já que lutar contra o pensamento dominante é penoso e expõe por demais o indivíduo que se rebela (MAGEE; GALINSKY, 2008). É comum ver pessoas com baixa potência reproduzindo comportamentos socialmente desejáveis, por temerem a reação social (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).

Indivíduos de baixo poder têm comportamentos mais semelhantes entre seus pares do que aqueles com alto poder, que desejam a diferenciação que, por sua vez, pode aumentar seu estado psicológico de poder (ANDERSON; GALINSKY, 2006).

O outro tipo de estereótipo, o prescritivo, é ainda mais coercitivo, pois, além de ditar como cada categoria deve se comportar, aponta direcionamentos para o sentir e o pensar (FISKE, 1993).

A impotência é um estado aversivo (RUCKER, GALINSKY, 2009; KELTNER, et al, 2003) e, naturalmente, os impotentes tentarão compensar o sentimento para diminuir a assimetria e aumentar seu bem estar, inclusive através da aquisição de bens visíveis associados a status (RUCKER; GALINSKY, 2008). Tanto o estereótipo descritivo quanto o prescritivo são aversivos e símbolos de preconceito e discriminação.

Não se pode dizer que indivíduos com baixo poder não rotulam ou não estereotipam, mas simplesmente que suas crenças exercem muito menos controle e influência. Ao que tudo indica, as crenças, gostos e comportamentos que mais influenciam são os reproduzidos por pessoas vistas como dotadas de poder. Afinal, poder fascina, fazendo com que as indivíduos dediquem tempo observando, discutindo e assimilando comportamentos dos considerados poderosos (ANDERSON; GALINSKY, 2006).

Fora isso, em sociedade, são os detentores de poder que restringem (punições) ou estimulam (recompensas) o resultado de terceiros, o que faz com que as pessoas prestem muito mais atenção neles e obtenham maior volume de informações a seu respeito. Se estereótipos são “atalhos” (FISKE, 1993) gerados por informações imprecisas, os poderosos são muito menos suscetíveis porque as pessoas, no geral, preocupam-se em colher o máximo possível de impressões sobre eles.

Pela carga psicológica que carregam, os de alta potência são mais seguros e focados (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003). Assim, mesmo quando são alvo de estereótipos, não se importam com o fato, e muito menos isso se torna um fator limitante ao seu comportamento (LINKE, 2003).

Por essas características, e por estarem localizados na parte mais elevada de uma hierarquia, os poderosos são menos dependentes dos outros na prossecução de seus objetivos, mais livres e seguros para agir de acordo com seus interesses, enquadrando-se em uma orientação agente ou auto (RUCKER; GALINSKY; DUBOIS, 2012).

Os localizados em hierarquias inferiores, com baixa potência, caminham mais para o enquadramento em uma orientação comunal, pois são mais dependentes do outros, fazendo com que sejam mais sensíveis e dispostos a considerar seu par ou grupo na tomada de decisões (RUCKER; GALINSKY; DUBOIS, 2012).

Indivíduos de alta potência são mais propensos a comportamentos egoístas, cujas ações devem servir a seu próprio bem estar (DUBOIS; RUCKER; GALINSKY, 2015), reforçando a associação entre alto poder e orientação agente (RUCKER; GALINSKY; DUBOIS, 2012). Acredita-se, inclusive, que eles sejam mais propensos a assumir comportamentos antiéticos (DUBOIS; RUCKER; GALINSKY, 2015), porque a orientação agente concede autonomia suficiente para o poderoso agir de acordo com seus próprios interesses, em benefício de si mesmo, reforçando, novamente, a associação entre potência e orientação agente (RUCKER; GALINSKY; DUBOIS, 2012).

Os impotentes precisam criar uma rede de relações com indivíduos cujos recursos também lhes podem servir como alternativa, diante da falta ou escassez. Envolvem-se em comportamentos antiéticos, somente se tais comportamentos forem em benefício de outras pessoas (DUBOIS; RUCKER; GALINSKY, 2015), como previsto pela orientação comunal.

O poder pode corromper (GALINSKY, GRUENFELD, MAGEE, 2003; KELTNER, GRUENFELD, ANDERSON, 2003; KIPNIS, 1972), levando grupos ou indivíduos a optar por agir em prol do bem coletivo ou em prol de seus interesses próprios (GALINSKY; GRUENFELD; MAGEE, 2003).

Ao invés de considerar que o poder corrompe, Anderson e Galinsky (2006) sugerem que o que leva pessoas a comportamentos arriscados não é a característica corruptora do poder, mas sua influência desinibidora, o que torna o seu detentor mais otimista, e não necessariamente ruim ou corrupto.

Existem sinais não verbais que também sinalizam o estado de alto ou baixo poder de um indivíduo (ELLYSON; DOVIDIO, 1985). Face, olhar, boca, pernas, braços, mãos, postura, andar, entre outros são indicativos do estado psicológico do sujeito. Os impotentes revelam-se ainda a partir de fala mais contida, são mais hesitantes em público, desejam passar mais despercebidos, comportam-se mais passivamente. Sentimentos de potência elevada é que ativam a segurança e a autoconfiança (BRINOL et al, 2007).

Os de alto poder, como tem autoconfiança, ao receberem uma mensagem, escrita ou falada, tendem a processar menos a informação, prestar menos atenção aos dados, acreditando estar com eles a medida acertada (BRINOL et al, 2007), podendo-se sugerir que existe relação entre alta potência e o uso de estereótipos, pois estes surgem muitas das vezes de informações pouco ou mal processadas, superficiais e inexatas (FISKE, 1993).

2.5

Relação das questões de pesquisa com a revisão bibliográfica

Lidar com a favela e com seus moradores é lidar, inevitavelmente, com local e grupo estigmatizados, sendo natural que relações de poder e sua assimetria estejam presentes. Importa, verificar se e como isso afeta o que o turismo de favela representa para o morador local.

Meu objetivo foi verificar o que o turismo de favela representa para moradores locais, considerando as possíveis influências dos estigmas com que moradores de favela convivem, e das relações de poder originadas a partir do encontro com turistas, guias e agências externas. Para isso, consideram-se alguns aspectos teóricos, destacados no Quadro 8, que ilustram relações possíveis entre estigma e poder, mostrando que um reforça o outro.

Quadro 8: aproximação teórica entre estigma e poder

Estigma	Poder
É relacional: <i>ingroup</i> e <i>outgroup</i> (TAJFEL, 1970).	É relacional: agente e alvo (FOUCAULT, 1979; DAHL, 1957).
Imposto por um grupo a outro. Não se dá no plano individual (ELIAS; SCOTSON, 1994).	Exercido tanto por um indivíduo a outro, como por um grupo a outro (FOUCAULT, 1979; EMERSON, 1962; DAHL, 1957).
Baseia-se na valorização de um atributo em detrimento ao outro (GOFFMAN, 1963).	Baseia-se na valorização de um atributo em detrimento ao outro (Keltner, Gruenfeld e Anderson, 2003).
É uma constância (GOFFMAN, 1963).	É situacional (FOUCAULT, 1979).
Estabelece relações assimétricas (OVERBECK, PARK, 2001; STEELE, ARONSON, 1995; FISKE, 1993).	Baseia-se na assimetria das relações (RAVEN, PIERRO, KRUGLANSKI, 2012; FRENCH; RAVEN, 1959).
Serve como controle social (FISKE, 1993; GOFFMAN, 1963).	O agente exerce controle sobre o alvo (Keltner, Gruenfeld e Anderson, 2003; THIBAUT; KELLEY, 1959)..
É limitante e, por isso, associado ao estado de baixo poder (OVERBECK, PARK, 2001; STEELE, ARONSON, 1995; FISKE, 1993).	O agente limita o alvo que lhe cede influência (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003).
Marcas físicas ou psicológicas do grupo (PEREIRA, 2002; GOFFMAN, 1963).	Propriedade psicológica do indivíduo (GALINSKY; GRUENFELD, MAGEE, 2003).
É um demérito (GOFFMAN, 1963).	É mérito para o agente e demérito para o alvo (MAGEE; GALINSKY, 2008; FISKE; BERDAHL, 2007).
Aciona sentimentos de inferioridade e determina posições de status (PEREIRA, 2002).	É influenciado, também, pela posição de status que o indivíduo ou o grupo ocupa (BRINOL et al, 2007; (GALINSKY; GRUENFELD, MAGEE, 2003; DAHL, 1957).
Liga-se a estereótipos, preconceito e discriminação (FISKE, 1993).	O agente ativa estereótipos com facilidade para referir-se ou tratar o alvo (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003; FISKE, 1993).
Influencia comportamento, sentimento, crenças, atitudes e percepção de mundo (BAUMEISTER et al, 2005; DEVINE, 1989, TAPIAS et al, 2007).	Influencia comportamento, sentimento, crenças, atitudes e percepção de mundo (RAVEN, PIERRO, KRUGLANSKI, 2012; FRENCH; RAVEN, 1959).
Autoestigma resista ao estigma público (CORRIGAN; WATSON, 2002).	Potência é a capacidade, maior ou menor, do alvo resistir a influência do agente (ANDERSON, JOHN, KELTNER, 2012; EMERSON, 1962).