



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

**DA PLANTA À EXPERIÊNCIA: POTENCIAL DA *CANNABIS* PARA O TURISMO
NO BRASIL**

Gabriel Pedrosa Melo

Brasília
2019

GABRIEL PEDROSA MELO

**DA PLANTA À EXPERIÊNCIA: POTENCIAL DA CANNABIS PARA O TURISMO
NO BRASIL**

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Profa. MSc. Mara Flora Lottici Krahl

**Brasília
2019**

BANCA EXAMINADORA

Mara Flora Lottici Krahl
CET/UnB

Lívia Cristina Barros da Silva Wiesinieski
CET/UnB

Barbara Nascimento Rodrigues
CDS/UnB

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a análise acerca do possível aproveitamento turístico da *cannabis* no Brasil, bem como suas implicações para destinos, segmentos turísticos e a imagem turística nacional. Outros objetivos do estudo são a caracterização de equipamentos turísticos relacionados à *cannabis*, ou *cannabis friendly* e a identificação dos destinos onde este tipo de turismo ocorre no mundo. Para tal, foi realizado levantamento bibliográfico por meio de pesquisa exploratória, bem como, em parte levantamento de evidências empíricas por pesquisa descritiva. A fim de compreender como este tipo de turismo se desenvolve, foram elencados dois destinos para análise (Holanda e o estado do Colorado nos EUA), devido ao grau de maturidade das atividades desenvolvidas nesses locais. Realizou-se pesquisa acerca das motivações e do perfil do turista para compreensão das dinâmicas de demanda. Por fim, analisou-se o contexto histórico, social, econômico e legal da planta no Brasil, apontaram-se destinos, atrativos e serviços que poderiam surgir nesse contexto e foram levantadas questões relativas ao possível aproveitamento da *cannabis* no âmbito nacional.

Palavras chave: Cannabis; Turismo de Cannabis; Brasil.

ABSTRACT

This study aims to analyze the potential for cannabis tourism in Brazil, as well as its implications for destinations, tourism segments, and the national tourism image. Other objectives of the study include characterizing cannabis-related tourism facilities or cannabis-friendly establishments, and identifying destinations worldwide where this type of tourism takes place. To achieve these objectives, a bibliographic survey was conducted through exploratory research, as well as, to some extent, an empirical evidence survey through descriptive research. In order to understand how this type of tourism develops, two destinations were selected for analysis (the Netherlands and the state of Colorado in the USA), due to the maturity level of the activities developed in these locations. Research was conducted on tourist motivations and profiles to understand demand dynamics. Finally, the historical, social, economic, and legal context of the plant in Brazil was analyzed, destinations, attractions, and services that could emerge in this context were identified, and questions regarding the potential utilization of cannabis at the national level were raised.

Keywords: Cannabis; Cannabis Tourism; Brazil.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 SOBRE A CANNABIS	16
2 RELAÇÃO TURISMO E CANNABIS NO MUNDO	19
2.1 REGULAMENTAÇÃO DA CANNABIS E PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS NO MUNDO	21
2.1.1 Holanda	21
2.1.2 Estados Unidos	28
2.1.2.1 Colorado	29
3 ATIVIDADES E SERVIÇOS RELACIONADOS AO TURISMO DE CANNABIS	36
3.1 ESTABELECIMENTOS ESPECIALIZADOS	36
3.1.1 <i>Coffee-shops</i>	37
3.1.2 <i>Dispensary</i>	37
3.2 OUTROS ESTABELECIMENTOS E ATIVIDADES RELACIONADAS	38
3.2.1 Tours, atrativos e experiências	38
3.2.1.1 Eventos	39
3.2.1.2 Museus	40
3.2.1.3 Outras vivências	41
3.2.2 Hospedagem	42
3.2.3 Alimentos e bebidas	43
3.2.4 Transporte	44
3.3 CANAIS DE DIVULGAÇÃO, PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	45
3.4 TURISMO DE CANNABIS E INTER-RELAÇÕES	45
4 PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES DO TURISTA	48
4.1 PERFIL DA DEMANDA	51
5 BRASIL	55
5.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA E ASPECTOS LEGAIS	55
5.2 ASPECTOS SOCIAIS	61
5.3 ASPECTOS ECONÔMICOS	62
	65

6 POSSIBILIDADES DE APROVEITAMENTO TURÍSTICO DA <i>CANNABIS</i>	65
NO BRASIL	65
6.1 ATIVIDADES, SEGMENTOS E DESTINOS RELACIONADOS	67
6.1.1 História e cultura	68
6.1.2 Natureza e misticismo	69
6.1.3 Sol e Praia	70
6.1.4. Outros segmentos - negócios, eventos e saúde	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS	
Referências	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Nuvem de palavras chave dos artigos utilizados	12
Figura 2 - Primeiro <i>Coffee-shop</i> , <i>The Bulldog</i>	37
Figura 3 - Interior da Ajoya, Louisville, Colorado	38
Figura 4 - Pacote de turismo de <i>cannabis</i> para o Uruguai	38
Figura 5 - Imagem promocional da <i>Cannabis Cup</i> no Norte da Califórnia edição 2018	39
Figura 6 - Comemorações de '4/20' no Colorado	40
Figura 7 - <i>Cannabition</i> , Museu de Cannabis de Las Vegas	40
Figura 8 - Aula de cozinha cannábica	41
Figura 9 - Visitação a um cultivo de <i>cannabis</i>	42
Figura 10 - Imagem promocional <i>Bud+Breakfast</i>	43
Figura 11 - Experiência de gastronomia cannábica	44
Figura 12 - Consumo de <i>cannabis</i> em uma <i>limousine</i> no Colorado	44
Figura 13 - Propaganda dos cigarros índios	56
Figura 14 - Casa da feitoria, antiga Casa Real de Linho Cânhamo	66
Figura 15 - Encontro de reggae em São Luís	67
Figura 16 - Posto 9, praia de Ipanema, durante a marcha da maconha	69
Figura 17 – Marca país do Uruguai	71
Figura 18 - Camiseta com a marca país uruguaia, com a folha <i>cannabis</i>	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1– Pesquisa Datafolha sobre a opinião da população sobre a legalização da maconha.....	12
---	----

INTRODUÇÃO

A relação da *cannabis* com humanidade perdura há mais de 10.000 anos. Suas sementes, fontes de aminoácidos essenciais, suas fibras, transformadas em roupas e suas flores vêm inebriando mentes de inúmeras gerações. No início do século XX, o uso desta planta foi associado a diferentes grupos marginalizados, sendo ela perseguida, criminalizada e estigmatizada juntamente com seus usuários. Assim, tornou-se tabu e símbolo do mal, “cigarro do capeta”.

Mas desde a década de 60, pouco a pouco, suas propriedades médicas, industriais, religiosas e hedonistas começaram a ser redescobertas por uma sociedade que ainda encara seu uso como tabu. Com o passar dos anos, o consumo da *cannabis* torna-se cada vez mais natural, havendo locais no mundo que alteram sua legislação a fim de permitir seu uso. E surgiu, nesse contexto, o desejo (ou até a necessidade), por parte de indivíduos, de visitarem tais lugares para ter contato com essa erva. Identifica-se, assim, o início de algo novo: viagens motivadas por essa planta, aqui chamadas de “turismo de *cannabis*.” A atividade floresce de maneira ágil e vigorosa em locais espalhados pelo mundo, fazendo-se necessária a compreensão da maneira como isso ocorreu e continua a acontecer. É crucial entender o modo como as sociedades nestes locais se organizam para receber aqueles que buscam a planta por alguma razão, além dos motivos que levaram este indivíduo nessa jornada. Ao compreender esses elementos distintos, torna-se possível o questionamento: como seria caso essa planta pudesse crescer no meu país? As pessoas viriam para cá por causa disso? Será que isso traria algo de bom? E de ruim?

Este trabalho propõe-se a investigar estas questões, tendo como objetivo geral apresentar o potencial aproveitamento turístico da regulamentação da *cannabis* no Brasil. Outros objetivos específicos deste trabalho são: identificar a relação turismo e *cannabis* no mundo e caracterizar as atividades e serviços de turismo relacionados a ela. Para tal, foi elaborado um plano de trabalho que visa compreender o contexto em que o turismo de *cannabis* se insere no mundo, como os equipamentos turísticos se adaptam a isso e a razão pelas quais as pessoas se deslocam para usufruir dessas plantas.

A escolha do tema “Da planta à experiência: potencial do turismo de *cannabis* no Brasil” deu-se por uma experiência recente do autor. Em visita a Amsterdam¹ (janeiro de 2018), ao perceber como a população local e os turistas portavam-se em relação à *cannabis*, surgiu a curiosidade sobre o tema. Este autor pôde vivenciar como o turismo de *cannabis* se desenvolve *in loco*, ouvindo a experiência de turistas, suas motivações e, apesar de limitações, conhecer alguns atrativos frequentados por esse público. A partir daí, iniciou-se o trabalho de levantamento bibliográfico a fim de melhor compreender as viagens motivadas pelo consumo de *cannabis*. Foram analisados livros, documentos, artigos, vídeos, blogs e reportagens sobre o tema.

Assim, construiu-se a estrutura básica deste trabalho: no primeiro momento, faz-se uma descrição da *cannabis* e de seus usos numa perspectiva histórica; em seguida, analisam-se dois destinos distintos, a Holanda e o Colorado (USA), locais de grande relevância para as viagens relacionadas à planta; na terceira seção, caracterizam-se as atividades e serviços de turismo de *cannabis*; depois, busca-se compreender as motivações e o perfil desses viajantes e, por fim, é feita uma análise do contexto brasileiro em relação à *cannabis*, do potencial dos destinos nacionais para esse tipo de turismo e de questões pertinentes ao futuro desse segmento.

Tem-se, como marco temporal para delimitação da pesquisa, trabalhos de 1972 (foram criados os primeiros *coffee-shops* em Amsterdam) e de 2014 (o Colorado, nos EUA, implementou políticas de regulamentação do consumo de *cannabis*). A escolha desses locais se deu por fatores como a permissividade de compra de *cannabis* por turistas, o caráter pioneiro desses destinos na regulamentação para venda da planta e o grau de desenvolvimento da cadeia produtiva turística ligada à erva. No decorrer do trabalho, faz-se menção a outros destinos –, mas sem profundidade–, entre eles o Uruguai (este, contudo não permite a compra de *cannabis* por turistas), o Canadá e os estados de Nevada e da Califórnia nos EUA (locais que legalizaram após o Colorado, mas com efeitos menos perceptíveis).

¹Prévia à participação no Programa de Qualificação Internacional do Ministério do Turismo em 2018.

Aspectos Metodológicos

O trabalho teve uma abordagem exploratória, tendo em vista o pouco material publicado sobre o tema específico “turismo de *cannabis*”. A abordagem também foi descritiva, dada a necessidade de caracterizar destinos, meios de hospedagem, bem como o perfil de demanda. Nesse sentido, pesquisas exploratórias “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”. Já pesquisas descritivas têm “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, p.41, p.42).

Foram utilizadas, assim, ambas as abordagens, em maior ou menor escala, no desenvolvimento de todo o trabalho. Fez-se uma análise comparativa do material, a fim de se contrapor o conteúdo desses elementos bibliográficos às evidências empíricas obtidas. Disso, resultou uma análise de conteúdo ampla sobre um fenômeno relativamente recente, bem como intuições sobre o futuro da atividade.

O procedimento de pesquisa às fontes e de consulta a bases de dados e indexadores foi feito nas bases Scielo, Google Scholar e portais universitários. As principais palavras-chave utilizadas para o levantamento (em português e em inglês) foram: *cannabis*, maconha, turismo, viagem, motivação de viagem, turismo de *cannabis*, narco-turismo, turismo de drogas. Em vista da quantidade exígua de insumos bibliográficos, foram pesquisadas outras palavras-chave: Amsterdam, Holanda, Denver, Colorado e Brasil. Esses termos de busca, combinados com os primeiros, apresentaram novos resultados que foram utilizados no referencial. Ao final, foram encontradas 40 fontes (artigos científicos e livros) que fundamentam a base teórica do trabalho. As palavras-chave respectivas foram organizadas para possibilitar a visualização dos assuntos tratados (figura 1).

Figura 1 – Nuvem de palavras chave dos artigos utilizados

Com a gradativa mudança do paradigma global acerca do uso medicinal, religioso e social da *cannabis*, atividades relacionadas a seu consumo direto e o indireto tendem a encontrar, cada vez mais, espaço no mercado. Nesse contexto, o turismo de *cannabis* aparece de maneira legal ou quase legal em países com legislação mais permissiva, como Holanda, Estados Unidos, Uruguai e, mais recentemente, Canadá. Contudo, o aumento do consumo, atrelado ou não ao turismo, ocorre independentemente do status legal da *cannabis*, incluindo no Brasil.

Neste trabalho, optou-se por analisar destinos em que é expressiva a existência do turismo de *cannabis*, além de ser permitido seu consumo por turistas.

Nessa perspectiva, a justificativa para este estudo apoia-se em quatro fatores, todos eles sociais, sejam associados à economia ou à própria atividade acadêmica, que não pode se furtar a sua abordagem, frente à realidade:

- Os efeitos do combate às drogas para o país;
- O potencial econômico da cadeia produtiva da *cannabis*;
- O potencial da *cannabis* para o turismo;
- A lacuna na produção acadêmica acerca do assunto.

Tais fatores podem ser descritos da seguinte forma: sobre o primeiro, deve-se levar em conta os devastadores efeitos que a guerra contra as drogas têm em escala global (Penal Reform International, 2013): políticas de encarceramento em massa, violência sistemática em comunidades periféricas, alto custo para a implementação de políticas proibicionistas e o fortalecimento do crime organizado que exerce influência em diversas unidades da federação e em países vizinhos. Tais fatores devem-se, mesmo que parcialmente, à proibição do consumo e da venda das drogas no país. Isso se reflete, também, na imagem do Brasil como destino, sendo visto como local violento, o que contribui para o baixo desempenho nas chegadas de visitantes estrangeiros.

O segundo ponto apoia-se no grande potencial econômico do cultivo da *cannabis* e de seus derivados. Segundo o estudo “Impacto econômico da legalização da *cannabis* no Brasil” (CD, 2016), a *cannabis* tem potencial para gerar até 6,6 bilhões de reais por ano para a economia, considerando seu uso somente para fins recreativos, sem contar outros. Fica clara a potencialidade mercadológica que do consumo dessa planta. Do ponto de vista fiscal, o referido estudo apresenta

a significativa cifra de aproximadamente 5,9 bilhões de reais, relativa à arrecadação tributária para a União.

O foco principal deste trabalho está relacionado ao potencial específico da *cannabis* para o turismo. Estados dos EUA, como o Colorado e a Califórnia, assim como outros países de legislação mais progressiva, já possuem iniciativas que integram a *cannabis* como parte da oferta turística, evidenciando-a como motivadora de deslocamento. Essas iniciativas são compostas pela combinação de atrativos, atividades e experiências ligadas à *cannabis*, bem como da adaptação de meios de hospedagem, equipamentos de alimentação e pacotes turísticos para o nicho.

Para tanto, diversas agências já ofertam destinos conhecidos como Los Angeles e Las Vegas, com foco na experiência canábica. Apesar do surgimento de sua oferta em tais locais, a recente legalização e a regulamentação da *cannabis* ainda não fornecem insumos suficientes para uma análise mais profunda. A tendência para os próximos anos é a de que a Califórnia, bem como o Canadá, tornem-se grandes potências nesse mercado.

Esse tipo de turismo, em determinados aspectos, tem também potencial de tornar-se algo próximo ao Enoturismo. Assim como as videiras, o plantio da *cannabis* pode se encontrar no meio rural e, tal como nas vinícolas, sua visitação agrega valor ao produto turístico. A planta tem diversas variedades – cada uma provocando diferentes reações, que vão de euforia a alucinações– e até já há profissionais especializados nesse sentido, função análoga à do *sommelier*.

A oferta de um produto turístico que tem características semelhantes ao do turismo vitivinicultor pode se tornar cada vez mais viável com o avanço de aparato legislativo específico (BUCHAN, 2018). Cita-se, como exemplo, a Jamaica, que opera *tours* com a oferta de degustação das variedades de *cannabis* que teriam inspirado Bob Marley e parte importante das práticas da religião rastafári.

O tema deste trabalho justifica-se, por último, no fato de ele poder contribuir para o preenchimento de lacunas na produção do conhecimento científico relativo ao assunto. Pesquisas são necessárias a fim de melhor se compreender a relação da atividade turística com a *cannabis*, visualizar-se o interesse de potenciais turistas nesse sentido e os efeitos gerais dessa atividade para turistas e para as populações

e territórios, tendo em vista o imenso potencial econômico que o respectivo mercado possui, mas também os malefícios o referido consumo que pode causar.

O autor deste trabalho teve experiências como estagiário no Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), no qual atuou em Gestão Estratégica. Portanto, sua visão reflete a constante preocupação com a imagem das destinações turísticas, no caso, analisando-as em sua associação à *cannabis*, bem como com os possíveis impactos de uma eventual regulamentação sobre a imagem, no exterior, das destinações no Brasil.

1 CARACTERÍSTICAS DA CANNABIS

Cannabis é um dos gêneros da família *Cannabaceae* e é também como se denominam comumente os exemplares de plantas contidas nesse grupo. A *cannabis*, popularmente associada ao consumo para efeitos inebriantes ou terapêuticos, é originária de duas variedades da planta: *cannabis sativa* e *cannabis indica*, vulgarmente conhecidas no Brasil como “maconha”, *marijuana*, “ganja”, “liamba”, “diamba” e “fumo de Angola” (FRANÇA, 2015). Atualmente, a palavra *cannabis* também é usada no sentido genérico, para referenciar os preparos e os subprodutos originários dessas variedades (SMALLS, 2015). A planta também tem uma variedade não psicoativa (*cannabis ruderalis*), de diversos usos industriais, podendo servir para a fabricação de papel, de cordas, de alimentos, óleos, resinas e combustíveis. Para tais fins, a planta é referida como cânhamo ou *hemp*.

Acredita-se que ela tem origem na Ásia, porém, não há consenso acerca do local onde começa sua domesticação (LI, 1973); há indícios de sua co-evolução com a raça humana (RUSSO, 2007). Os primeiros registros arqueológicos que evidenciam seu uso datam de 10.000 a.C., na China, onde suas funções eram majoritariamente associadas à produção de tecidos e de papel, ao potencial alimentício de suas sementes e aplicações medicinais (LIU *et al.*, 2017).

França (2015) aponta o processo de dispersão da *cannabis*, em um primeiro momento, restrito ao continente asiático, com evidências de que já era uma cultura comum na área, no ano de 4000 a.C. Os povos hindus, que faziam uso psicoativo da planta para fins religiosos, introduziram nas culturas do Oriente-Médio, da África e da Europa seu cultivo, bem como seus possíveis usos. Há relatos, na literatura, de uso da *cannabis* para diversos fins por distintas culturas, entre elas os indianos (KUDDUS, *et al.*, 2013), os tibetanos (TOUW, 1981), os gregos (RUSSO, 2007), os romanos (MERCURI *et al.*, 2002), africanos, europeus, árabes e americanos (FRANÇA, 2015). Esses autores também se referem a práticas médicas, religiosas, recreativa e mercantis da *cannabis* por esses e outros grupos em diversos momentos da história, com maior ou menor intensidade.

Ao longo do tempo, as características fenotípicas da planta foram aprimoradas, dada sua importância para a agricultura, a manufatura, a medicina e, também, para seu uso recreativo. Small (2015) cita a importância da relação simbiótica entre o processo evolutivo da planta e a evolução cultural de seu uso pelos antepassados humanos, causando mudanças nesse sentido, tendo em vista a seleção de seus atributos.

Outros países começam a tratar a temática das drogas (com ênfase no ópio) com maior intensidade. Segundo França (2015), a *cannabis* entrou no foco da discussão da Conferência Internacional do Ópio em 1925, em Genebra. Ele cita os esforços da delegação egípcia para reconhecimento da epidemia de consumo dessa planta no país e para sua inclusão na lista de substâncias proibidas. Foi também registrada a influência da delegação brasileira nesse evento, especificamente na figura de Pernambuco Filho, que afirmou: “no Brasil, a maconha é mais perigosa que o ópio”. Barros, Peres e França apontam um viés na fala de Pernambuco Filho, influenciado por pesquisas de baixo fundamento científico, bem como por ideais eugenistas que imperavam na época. Seu discurso ratificou os apelos da delegação egípcia, que também foi respaldada pelas delegações da China, da Grécia, Estados Unidos e Canadá. O resultado foi a equiparação da *cannabis* com substâncias como o ópio, a cocaína e a heroína.

A partir daí, essas drogas, de maneira geral, se estabeleceram como males da humanidade, iniciando-se um processo de proibição e combate global de seu uso. Nos anos que seguiram à Conferência, intensificou-se o papel da mídia na publicização dos males do cannabismo. Zimmer e Morgan (1997) se referem a duas linhas de discurso nas revistas e jornais estadunidenses: a primeira mostrava o uso da *cannabis* por “populações violentas”, propagando ideias sobre a capacidade de a droga de aumentar a violência; a segunda tratava da ameaça que a planta representava, por possuir a capacidade de “capturar” pessoas respeitáveis e jovens, levando-as ao vício, à insanidade, à criminalidade e promiscuidade sexual.

O proibicionismo atingiu novo ápice, com a chamada Guerra às Drogas, posicionamento do governo dos Estados Unidos que logo se expandiu pelo globo. Hoje, há melhor entendimento sobre as motivações que levaram a essa posição:

a guerra às drogas foi estratégia racista e de reação aos movimentos pelos direitos civis, permitindo a hostilidade contra as minorias raciais e os movimentos de contestação à

segregação racial, ao conservadorismo sexista e homofóbico, e à guerra do Vietnã sem ter que, diretamente, confrontar as pautas dos defensores dos direitos civis (FRAMPTON *et al.*, 2008, apud SANTOS JUNIOR, 2017, p. 239).

A política de guerra às drogas nos EUA teve como consequência ações discriminatórias, dirigidas, mais intensamente, às populações negras e latinas no âmbito doméstico; mas não ficaram restritas às fronteiras do país. Santos Júnior (2017) explica que, em um cenário geopolítico internacional, a guerra às drogas serviu de justificativa ao emprego de políticas imperialistas intervencionistas na Ásia e no resto da América.

Nesse contexto, encontra-se a primeira alternativa ao modelo proibicionista na Holanda. O país tinha, desde a década de 70 (século XX) uma política de normatização e de integração dos usuários de *cannabis*, conforme Zimmer e Morgan (1997). Eles também evidenciam a importância da classificação da *cannabis* como uma *soft drug* ou droga leve e, diferenciando das demais, *hard drugs* ou drogas pesadas.

Desde então, o processo de normatização da *cannabis* vem se intensificando. Evidências expostas por Russo (2007) tratam do processo de evolução do pensamento científico e das tecnologias acerca da *cannabis* desde a última década do século XX e perduram até os dias de hoje. Esse processo se amplia com a popularização das redes sociais como canal de comunicação, provendo uma gama de informações como tutoriais de plantio, de extração de óleos, de preparo de alimentos e outros, relativos à cultura da *cannabis*. Ward e Maidment (2018) se referem às redes, também facilitadoras do tráfico de drogas, e representando um desafio às forças de segurança, devido ao caráter anônimo e de difícil rastreamento das comunicações *on-line*.

A popularização do uso não-narcótico da planta, o potencial dela para um modelo de agricultura sustentável, o crescimento substancial de seu uso e a crescente tolerância e aceitação desse – devido a uma nova imagem romântica apresentada pela mídia – são alguns dos fatores que influenciam esta nova era (PARKER *et al.*, 2002). Paralelamente, desde a década de 50, o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo no âmbito global ocorreu através da evolução da aviação comercial, da formatação de pacotes turísticos de massa e do advento da

internet. Tais avanços permitiram aos viajantes se deslocarem para locais mais distantes e também buscarem viagens mais personalizadas, de acordo com seus interesses.

Esse cenário favoreceu o acesso, por um público específico, a locais em que a *cannabis* legal é uma realidade, propiciando o surgimento de um nicho que se dedica à viagens relacionadas pela planta.

A próxima sessão apresenta indícios da correlação entre a *cannabis* e as viagens.

2 RELAÇÃO TURISMO E CANNABIS NO MUNDO

Inserem-se no contexto histórico e social das relações dos grupos humanos com a *cannabis* as viagens motivadas pelo consumo dessa planta, de seus derivados e das atividades relacionadas a ela. Tais deslocamentos são descritos na literatura como uma das diferentes facetas de um tipo específico de turismo, o turismo de drogas, que é definido como “[...] o fenômeno pelo qual pessoas se tornam atraídas por uma localidade em particular devido à acessibilidade de drogas lícitas ou ilícitas e serviços relacionados”² (VALDEZ; SIFANECK, 1997, p.1). Outra definição possível desses deslocamentos é “viagens com objetivo da aquisição legal e consumo de substâncias psicoativas ou, a viagem com o principal objetivo de usar drogas”³ (HOFFMAN, 2014, p.456).

Percebido como uma atividade à margem da sociedade e de indivíduos de comportamento desviante e marginal (BELHASSEN; URIELY, 2006), o turismo de drogas começou na segunda metade da década de 60, com os movimentos *hippies* e os de contracultura americanos e europeus. Sofreu grandes mudanças com a expansão da oferta de drogas, com a adaptação a questões relacionadas às necessidades do turista e com o surgimento de outros destinos (PEREIRA; DE PAULA, 2016).

O turismo de drogas compreende o uso de diferentes substâncias por indivíduos de variadas nacionalidades, idades, motivações e classes sociais, compondo um perfil heterogêneo de demanda. A pesquisa nessa área é realizada

² Tradução do inglês realizada pelo autor deste trabalho.

³ Tradução do inglês realizada pelo autor deste trabalho.

em destinos específicos, geralmente vinculada a uma droga em particular, segundo Belhassen e Uriely (2006). Os locais em que drogas são acessíveis e consumidas por turistas são destinos de turismo de drogas.

Os autores evidenciam a ocorrência do turismo de drogas em países, como Holanda (pelas políticas de tolerância ao consumo de drogas), Reino Unido (pela cena noturna), porção amazônica do Brasil e do Peru (pelo consumo de ayahuasca, principalmente por turistas norte-americanos e europeus), México (pela facilidade de acesso de turistas estadunidenses a substâncias controladas nos EUA) e praias de Goa (Índia) e Koh Phangan (Tailândia). Hoffmann (2014) aponta a existência de outros destinos, como: Ibiza, na Espanha (pela vida noturna), Praga, na República Tcheca (permite a posse de diversas drogas, com limite de quantidade), La Paz, na Bolívia (pelo consumo e produção de cocaína) e diversas cidades do Marrocos (pela cultura de produção e consumo de haxixe). Pereira e de Paula (2016) ainda citam: Lisboa, em Portugal (pela permissividade da posse de entorpecentes), Nimbin, na Austrália (tolerante à venda e ao consumo de *cannabis*) e Jamaica (pelos *tours* às plantações de *cannabis* e notoriamente associado à cultura rastafári, à imagem de Bob Marley e ao consumo e produção de *cannabis*). Os autores esperam o surgimento de novos destinos graças a mudanças em padrões de consumo, à popularidade de certas substâncias e à transformação na cultura de drogas.

Teoricamente, Belhassen e Uriely (2005) limitam o conceito de turismo de drogas, levando em conta o *status* legal da substância em ambos os polos, emissor e receptor. Segundo eles, “[...] o ato de consumo opera na tênue linha da legitimidade social ou legalidade tanto na sociedade receptora como no país de origem do turista [...]”⁴. Já King (2017) afirma que os conceitos não conseguem explicar o turismo de drogas, no que tange a substâncias socialmente aceitas e legalizadas, a exemplo da *cannabis*. Nesse contexto, inserem-se os fluxos turísticos motivados pelo consumo da substância, tendo em vista a mudança de paradigma relativa a tal consumo no mundo. O autor define o “turista de *cannabis*” como “aquele que viaja motivado total ou parcialmente, com o propósito do consumo de *cannabis*”.

⁴ Tradução do inglês realizada pelo autor deste trabalho

Nesse cenário de nova relação ao consumo da *cannabis*, aqui abordado no âmbito do turismo, torna-se imperiosa sua normalização em cada país. A definição de normalização é a de que indivíduos (ou grupos) desviantes ou estigmatizados são incluídos em diversas instâncias da vida cotidiana. Outra possibilidade é a de que suas identidades e comportamentos tornam-se cada vez mais acomodados e eventualmente valorizados (PARKER, 2005).

Alguns autores abordam a relação entre normalização da *cannabis* e turismo, a exemplo de Pereira e de Paula, (2016), Belhassen, Santos e Uriely (2007). Esses afirmam que a inserção da *cannabis* no turismo é direta ou indiretamente influenciada pela respectiva normatização, principalmente nas sociedades ocidentais, nas quais o turismo vem encontrando cada vez mais espaço e consumidores.

Quanto à normalização e também por interessar ao desenvolvimento deste trabalho, teoricamente, consideram-se, ainda, alguns conceitos do Observatório Europeu da Droga e da Toxicodpendência (2016):

Descriminalização: se refere à remoção do status criminal de um certo comportamento ou ação (o que não necessariamente significa que o comportamento passa a ser legal, podendo ser passível de penalidades não criminais);

Legalização: transforma um ato previamente proibido em legal, no contexto de drogas, geralmente significa a remoção de penalidades criminais e não criminais para o uso e posse de substâncias;

Regulação: implica uma série de regras e restrições para o fornecimento de uma substância (como no caso do álcool e do tabaco), sistemas regulatórios geralmente limitam o acesso e restringe a promoção dessas substâncias, impondo penalidades àqueles que descumprem tais medidas com sanções criminais ou não criminais.

Nesse sentido, para lograr benefícios duradouros, faz-se necessária a pesquisa sobre o turismo de *cannabis*, a fim de entender novos empreendimentos turísticos, bem como a forma como eles se encaixam no contexto regulatório e normativo. Isso, especificamente, na área da hospitalidade, incluindo impactos, padrões de oferta/demanda, perfis de consumo e o gerenciamento de políticas acerca do consumo de *cannabis* (KANG; O'LEARY; MILLER, 2016).

Tendo em vista os diferentes modelos de regulamentação da *cannabis* em destinações turísticas específicas e os respectivos impactos disso sobre a atividade turística, na próxima seção, busca-se identificar a relação entre o turismo e o consumo de *cannabis* no mundo, tendo como referência dois destinos específicos,

como citado anteriormente: a Holanda e o estado do Colorado (EUA), locais onde há um maior grau de amadurecimento desse nicho de turismo.

2.1 REGULAMENTAÇÃO DA *CANNABIS* E PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS NO MUNDO

2.1.1 Holanda

A Holanda – também conhecida como Países Baixos– é uma nação que integra a União Europeia, localizada na região noroeste do continente. Possui área de 41.543 km² e uma população de 17,13 milhões (BANCO MUNDIAL, 2019). O Produto Interno Bruto (PIB) do país, em 2017, foi de 825,745 milhões de dólares, e o turismo representa cerca de 6,9% das exportações (OMC, 2019), recebendo 17,9 milhões de visitantes naquele mesmo ano (OMT, 2018).

a. Panorama histórico e legal

A relação dos Países Baixos com as drogas não é recente. Grund e Breeksema (2013) relatam a existência de um monopólio holandês da produção de ópio na Ásia, no século XVII (que só chegou ao fim em 1940) e no cultivo da cocaína na ilha de Java (incluindo a abertura de uma fábrica de cocaína em 1900, em Amsterdam). Devido ao tratamento que as drogas receberam no século XX, o movimento proibicionista chegou também ao país em 1953, ao incluir a *cannabis* no *Opium Act* por meio de uma emenda. Esse ato estabelece penalidades para a importação e exportação de drogas na Holanda, tornando ofensas criminais: a posse, a manufatura e a venda da planta e de seus derivados (GRUND; BREEKSEMA, 2013).

A venda da *cannabis* nessa época foi restrita ao tráfico, o que levou a sua coexistência com outras drogas no submundo holandês, permitindo a popularização de psicoativos mais viciantes e possibilitando, indiretamente, que a *cannabis* se tornasse porta de entrada para drogas mais pesadas. Houve aumento da repressão e das prisões de usuários, o que gerou efeito negativo para a opinião pública, devido à ineficiência da ação em coibir o tráfico.

Dois documentos de grande importância emergem nesse contexto, sendo precursores para o processo de regulamentação da compra e venda de *cannabis* no

país: os relatórios da Comissão Hulsman (1969) e da Comissão Baan (1972). Ambos distinguem a *cannabis* como mais leve do que as outras drogas encontradas na época e defendem a respectiva legalização (que não viria a acontecer devido à grande pressão da comunidade internacional).

Em 1972, surgiu, de maneira clandestina, o primeiro estabelecimento de venda de *cannabis* em Amsterdam, o *Mellow Yellow*, que funcionava, oficialmente, como uma casa de chá e efetuava a venda de maneira ilícita para consumidores habituais do local, sem muitas pretensões comerciais. Em seguida, começaram a surgir outros estabelecimentos, cuja principal atividade era a comercialização de flores e de derivados da *cannabis*, entre eles, *The Bulldog*. Surgiram, assim, os *coffee shops* (SCHOOFF, 2008, apud GRUND; BREEKSEMA, 2013, p. 22).

Em 1976, uma revisão do *Opium Act* diferenciou a *cannabis* de outras substâncias de maior nocividade, equiparando a posse de até 30 gramas de dessa planta uma ofensa leve – similar a uma multa de trânsito. O *Opium Act* subdividiu as drogas em duas categorias: a primeira contendo substâncias de risco inaceitável para a população (entre elas: LSD, heroína e cocaína), as chamadas *hard drugs*; a segunda com drogas cujo efeito é menos nocivo que a anterior, incluindo a *cannabis* e produtos dela derivados, as chamadas *soft drugs*. Gradativamente, uma política de tolerância emergiu, levando as primeiras políticas de regulamentação para os *coffee shops*.

O governo adotou oficialmente, em 1979, políticas de regulamentação para os estabelecimentos e os usuários. Foram publicadas diretrizes acerca de sua política de tolerância (chamada de *gedoogbeleid*), enquadrando a venda de *cannabis* e pequenos crimes relacionados como de baixa prioridade para ações policiais e penais. Ao mesmo tempo, foram definidas cinco regras para os *coffee-shops*: proibição de propagandas ou divulgação (inclusive placas e letreiros para as lojas); proibição da venda de drogas pesadas; coibição do incômodo à comunidade; vedação da venda para menores e da presença desses no local; limitação do volume de transações para 30g por dia (KORF, 2002).

Grund e Breeksema (2013) se referem ao pouco interesse no consumo de *cannabis in natura* até os anos 90, devido ao pouco lucro obtido com seu cultivo e com a venda. Até então, os *coffee shops* vendiam majoritariamente o haxixe,

preparo feito da resina das flores, geralmente produzido no norte da África e trazido de maneira ilegal para o país. Isso mudou com o surgimento do *skunk*, variedade mais potente das flores de *cannabis*, obtidas pelo cruzamento e seleção das plantas. Novas tecnologias também propiciaram a produção *indoor*, possibilitando a colheita durante todo o ano e popularizando a produção no mercado interno.

A década de 90 foi marcada pelo maior rigor na regulamentação do consumo e da venda de *cannabis*. O governo passou a delegar poder de decisão quanto aos *coffee shops* para as municipalidades, devido à aversão da propagação dos estabelecimentos por parte da população. No âmbito nacional, esse movimento reduziu o número de *coffee shops* de 1500 (em seu auge, na metade da década) para cerca de 800 (em 2001) (KORF, 2002).

Políticas reformistas, materializadas no *Dutch Drug Policy: Continuity and Change* de 1995, foram apontadas por Grund e Breeksema (2013). Nesse documento, o governo holandês atualizou as diretrizes e altera a quantidade máxima de venda diária de *cannabis* (reduzida de 30g para 5g). Estabeleceu, também, uma quantia máxima de estoque para os *coffee shops* (até 500g, quantidade tida como arbitrária) e elevou a idade mínima para entrada nos estabelecimentos para 18 anos (HOLANDA, 1995).

O documento também evidenciou a influência das organizações criminosas na operação de alguns *coffee-shops*, a desordem gerada pela presença dos estabelecimentos (como a problemática da proximidade de escolas) e a preocupação com a imagem do país, como uma “nação exportadora de *cannabis*”. O documento apresentou também indicadores da política de drogas, evidenciando as baixas taxas de uso de drogas pesadas pela a população, quando comparadas a outros países europeus, resultado da separação entre *soft drugs* e *hard drugs*.

As relações entre a população local e o consumo de estrangeiros também são alvo de preocupação do governo, bem como a pressão exercida por países vizinhos, relativa à problemática do turismo de drogas. A redução da capacidade de compra diária de 30 gr para 5 gr foi um mecanismo empregado para coibir essa prática por cidadãos de países fronteiriços, como Alemanha e Bélgica (GRUND; BREEKSEMA, 2013).

No início dos anos 2000, o governo adotou uma política de perseguição ao cultivo domiciliar, visando extinguir a influência do crime organizado. A política teve efeito reverso, aumentando riscos para aqueles que exerciam o cultivo para fins individuais e realocando o cultivo ilegal para vizinhanças de menor poder aquisitivo – aumentou, com isso, o poder de influência e controle do mercado paralelo.

O país legalizou o uso de *cannabis* para fins medicinais em 2003, sendo a respectiva produção exclusivamente estatal. A *cannabis* medicinal se restringia a pacientes com enfermidades específicas (câncer, HIV, esclerose múltipla) e só estava disponível em farmácias selecionadas. Cinco anos depois, surgiram diretrizes para o funcionamento de *coffee-shops*, impedindo o funcionamento daqueles que estivessem no raio de 250 metros de alguma escola (GRAY-BLOCK, 2008).

As políticas relativas ao consumo de *cannabis* também sofreram grande impacto com a tentativa de implantação do *Weed Pass* em 2010, pois esse documento restringia a compra de *cannabis* a residentes da Holanda e eliminava a anonimidade desse ato. Isso, ao se requisitar, ao usuário, o registro em um *coffee-shop* para adquirir a *cannabis*. Essa política fortaleceu o movimento de compra de drogas por vias ilegais (MAALSTÉ; HEBBEN, 2012, apud GRUND; BREEKSEMA, 2013). O número de *coffee-shops* vinha se reduzindo na última década, e uma das motivações para isso foi a tentativa de mudança da imagem do país.

O *Weed Pass* também pode ser visto como uma tentativa de coibir o turismo de drogas, ao restringir a compra de *cannabis* a portadores de uma licença específica. O usuário deveria se registrar em um *coffee-shop*, e a compra seria restrita àquele local (o período da emissão da licença impediria sua obtenção por turistas). A medida foi implantada em diversas municipalidades, mas não foi bem aceita em cidades maiores, onde, até os dias atuais, ela segue sem ser adotada (WATERFIELD, 2012). Em 2015, o governo incluiu variedades de *cannabis* com mais de 15% de THC (composto psicoativo) na lista de *hard drugs*.

O panorama legal da Holanda pode trazer valiosas lições acerca do processo de regulamentação e descriminalização da *cannabis*. O modelo holandês preza a política de tolerância, dando maior importância ao uso de recursos públicos para atividades críticas, em detrimento da repressão do consumo de *cannabis*. O governo

federal delega a responsabilidade sobre os *coffee-shops* às municipalidades, cabendo, a instâncias regionais, o poder de decisão sobre a questão. A escolha de não regulamentar a cadeia produtiva da *cannabis* tem influência da legislação internacional, mas tem graves efeitos para país, como o fortalecimento de organizações criminosas (BOFFEY, 2018).

b. Panorama econômico

Devido às especificidades do mercado holandês, não se pode mensurar com exatidão a dimensão do mercado de *cannabis* no país, tanto legal, quanto clandestino. O órgão estatístico nacional *Statistics Netherlands* (ou CBS) estima que o tráfico dessa planta no país atingiu cifras de 600 milhões de euros em 2001 (VERBRUGGEN; SMEKENS, 2004).

Outras fontes também indicam valores significativos para o mercado: o *National Post* cita o montante de taxas pagas pelos *coffee-shops*, em 2008, na casa de 400 milhões de euros, resultante de um valor bruto de vendas de 2 bilhões de euros. A publicação também traz dados acerca da produção nesse ano: 80% da *cannabis* produzida era destinada a compradores estrangeiros (KLINE, 2012).

As estimativas mais atuais do mercado ilegal na Holanda mostram que esse contribui com cerca de 4,8 bilhões de euros para a economia nacional. Graças a uma nova metodologia de análise, a CBS estima que a produção de *cannabis* injeta 2,3 bilhões de euros a mais do que se estimava anterior (DUTCH NEWS, 2018).

c. Aspectos positivos

Os ganhos econômicos com a economia da *cannabis*, apesar de difícil mensuração, contribuem para o PIB do país. Esses ganhos se tornam evidentes, quando se observa o grande fluxo de turistas que são atraídos ao destino pelas atividades relacionadas à *cannabis*. Esses são também consumidores de outros produtos e serviços, gerando receita de maneira indireta para a economia nacional através da cadeia produtiva do turismo.

A permissividade da *cannabis* garante uma separação entre ela e drogas mais nocivas ao indivíduo, bem como do mercado paralelo do tráfico e do crime

organizado de maneira geral. Os *coffee-shops* proporcionam ao usuário um ambiente seguro para a compra e uso de *cannabis*, que possui regulamentações específicas a fim de impedir o uso por menores e diminuir os transtornos causados para a sociedade.

d. Aspectos negativos

Apesar de índices menores de uso de drogas, em relação a outras nações europeias, a Holanda atualmente enfrenta sérios problemas relativos ao narcotráfico. Gangues se espalham pelo país, financiadas pelo comércio clandestino de entorpecentes e impulsionadas pelo ambiente permissivo aos consumidores. Segundo as forças de segurança, o país caminha para tornar-se um narco-estado (BOFFEY, 2018). Com a regulação favorável, o país se tornou base de operações de diversas organizações criminosas que visam atender o mercado europeu.

Outro fator é a imagem que o destino desenvolveu, ao longo dos anos, de destino para o turismo de drogas. Atualmente, algumas políticas visam alterar essa imagem, entre elas, o fechamento de *coffee-shops* na zona central de Amsterdam, parte de uma política de gentrificação patrocinada pelo estado, que visa eliminar o consumo de drogas e a prostituição no local (HAINES, 2016). Outro exemplo é o do *Weed Pass*, que restringe o acesso à *cannabis* em diversas cidades, principalmente devido à compra da erva por indivíduos de países vizinhos. O turismo de *cannabis* constitui tanto um desafio quanto uma oportunidade para as autoridades holandesas. A imagem do país como destino permissivo é notória, conforme descrito por Van Loon e Rouwendal (2016, p. 2):

Amsterdam também é amplamente conhecida por razão da tolerância do governo holandês para o uso e venda de *cannabis*. Na Holanda, seu uso e venda são quase legalizados dando a Amsterdam em particular a reputação de 'Valhalla da *cannabis*' entre estrangeiros e consequentemente turistas.⁵

A execução de ações em nível municipal, para lidar com a problemática dos turistas de *cannabis* em cidades específicas, inclui: ordens de fechamento de *coffee-shops*, realocação de empreendimentos que se encontravam no centro das cidades para áreas periféricas e uso do *Weed Pass* para conter o fluxo de turistas; a autorização de compra só chega em alguns dias e é limitada a 3g/dia para turistas.

⁵ Tradução do inglês realizada pelo autor deste trabalho.

Apesar dos problemas, Van Loon e Rouwendal (2016) citam às vantagens desse tipo de turismo em Amsterdam: além das visitas a *coffee-shops*, o turista se utiliza da infraestrutura turística tradicional da cidade. Segundo esses autores, os gastos diários totais desse tipo de turista são maiores do que os daqueles com diferentes motivações. Isso sugere a importância maior desse tipo de turismo para a economia da cidade do que se esperava. Contudo, não há indicadores que provem que os ganhos econômicos, por si, são suficientes para mitigar os problemas sociais advindos da cadeia produtiva da *cannabis*; nesse caso, relacionados ao turismo.

A política atual do governo visa a diminuir esse tipo de turismo, tido como experiência de baixa qualidade. Esforços do governo estão voltados para programas de transformação espacial da área central de Amsterdam, a fim de redistribuir os *coffee-shops* por outras vizinhanças e revitalizar o centro de histórico da cidade.

Infere-se que a Holanda tem uma política fragmentada no que se refere ao turismo de *cannabis*. O processo de regulamentação só existe para venda ao consumidor direto; o processo de venda entre fornecedor e *coffee-shops* ocorre de maneira ilegal. Esses são abastecidos pelo tráfico de drogas doméstico e internacional. Tal prática é tolerada pelo governo holandês, apesar de fortalecer o poder do narcotráfico e de causar diversos problemas de ordem social.

A atividade turística específica relacionada à *cannabis* tem mais ou menos força de acordo com a anuência do poder público municipal, sendo influenciada por outros fatores, como a pressão de outras nações europeias, o grau de aceitação da comunidade local, além do alto potencial mercadológico do nicho. O fator de atração do destino para esse tipo de turismo advém tanto do ambiente de quase-legalização para o turismo, quanto da imagem de destino permissivo do país, construída desde a década de 70. Ainda, faz-se necessária a mensuração do impacto da imagem de "Valhalla da *cannabis*" na marca turística de Amsterdam e a relação com estratégias de marketing para outros segmentos do turismo na cidade.

2.1.2 Estados Unidos

Os Estados Unidos, localizados na América do Norte, são constituídos de 50 estados com um relativo grau de autonomia em relação ao governo federal. Isso permite, por exemplo, a edição de leis sobre temas específicos, como a *cannabis*. O

país tem uma área de 9,834 milhões de quilômetros quadrados e uma população de 325,71 milhões (BANCO MUNDIAL, 2019). Seu PIB, em 2017, foi de 19,390 milhões de dólares, sendo o turismo responsável por cerca de 26,7% das exportações (OMC, 2019). O destino recebeu, aproximadamente, 76 milhões de visitantes no ano de 2017 (OMT, 2018).

A introdução da *cannabis* nesse país data da época em que ele era colônia britânica. A cultura do cânhamo (forma não psicoativa da planta) era obrigatória em algumas províncias e serviu, também, de moeda de curso forçado entre elas (DEITCH, 2003). A cultura da planta, na época, teve grande importância, sendo realizada por figuras históricas importantes para o país, como George Washington, o primeiro presidente da nação. Os Estados Unidos passaram a adotar medidas para coibir o consumo de *cannabis* a partir de 1910, sendo Massachusetts o estado pioneiro na iniciativa (GIERINGER, 1999).

O uso recreativo da *cannabis* nos Estados Unidos é visto pela sociedade do início do século XX como um vício estrangeiro, introduzido pelos imigrantes mexicanos que fugiam da revolução que ocorria no país. A *cannabis* foi demonizada devido à sua relação com esse grupo, ficando conhecida, na época como *marihuana*, o que associava ainda mais seu uso aos mexicanos e, nas décadas seguintes, à população negra (MCDONALD, 2017).

A popularização do uso social dessa planta no país ocorreu na década 60, impulsionada pelos movimentos de contracultura. Como resposta, os Estados Unidos iniciaram uma “guerra às drogas” durante o governo Nixon (1969 - 1974), definindo o uso das drogas como “inimigo público número 1 do Estado”. O enfrentamento se materializou por meio do *Controlled Substances Act*, de 1971, posteriormente intensificado com a criação da *Drug Enforcement Administration* (DEA), em 1973, responsável pelo combate ao tráfico de drogas, domesticamente e no exterior. Em 2016, John Ehrlichman, ex-assessor de assuntos domésticos do presidente Nixon, afirmou sobre essa guerra:

Nós sabíamos que não poderíamos tornar ilegal ser contra a guerra ou ser negro, mas ao fazer o público associar os hippies à maconha e os negros à heroína e criminalizar fortemente ambos, nós poderíamos causar disrupção nessas comunidades. Poderíamos prender seus líderes, vasculhar suas residências e vilificá-los noite após noite no noticiário noturno. Nós sabíamos que estávamos mentindo sobre as drogas? Claro que sabíamos (LOBIANCO, 2016)

Da década de 70 até os dias atuais, os efeitos da política de drogas têm impactado grandemente o país. Atualmente, os EUA gastam mais de 50 bilhões de dólares ao ano com a guerra às drogas. Em 2016, mais de um 1,2 milhões de indivíduos foi preso por posse de drogas; desses, aproximadamente, 575 mil pela posse de *cannabis* (DRUG POLICY ALLIANCE, 2019). A associação também se referiu à disparidade do perfil racial da população prisional no país, a qual é a maior do mundo, com 2,1 milhões de detentos: 57% dos detentos são negros ou latinos, apesar das taxas de uso de drogas semelhantes entre a população branca.

O papel dos Estados Unidos na vanguarda do processo de regulamentação da *cannabis* é paradoxal, tendo em vista os esforços dessa nação para impedir o consumo dessa planta não só em âmbito doméstico, mas também internacional. Atualmente, nove estados e o distrito de Columbia legalizaram o uso social da planta. Segundo a *National Organization for the Reform of Marijuana Laws*, oito entre dez cidadãos estado-unidenses são a favor do uso medicinal da *cannabis*, e seis entre dez são a favor da legalização para todos os fins. A mesma organização também aponta a *cannabis* como a terceira droga recreativa mais usada nos EUA, atrás do álcool e do tabaco (NORML, 2019).

Em vista desse contexto, faz-se necessária a análise das iniciativas de regulamentação da *cannabis* nesse país, bem como da adaptação da cadeia produtiva do turismo a essa nova realidade. Optou-se, então, pela análise do primeiro estado a legalizar a planta, o Colorado. Nesse estado, as atividades, equipamentos e serviços de turismo de *cannabis* tiveram mais tempo para se desenvolver e, daí, vem a maior quantidade exemplos sobre tal nicho.

2.1.2.1 Colorado

O Colorado foi o 38º estado a integrar a união em 1876 (EUA, 1876); é o 8º mais extenso em área, com uma população de 5,69 milhões (UNITED STATES CENSUS BUREAU, 2018). O destino recebeu 84,7 milhões de visitantes em 2017, segundo a *Longwoods International* (2017). A capacidade de um mercado recém-regulamentado, como o da *cannabis*, ser comparado em potencial à tradicional e bilionária indústria de ski do Colorado serve como um forte indicativo da

sua relevância econômica e do seu poder de atração turística, um ponto relevante para o planejamento de destinos.

a. Panorama histórico e legal

O Colorado, assim como outros estados norte-americanos, tem relação de longa data com a *cannabis*. A restrição a ela no estado teve início em 1917, mas ocorreu em meio a um movimento maior da proibição de diversas substâncias como o álcool, a cocaína e a morfina (JOHNSON, 2019).

A proibição da *cannabis* no âmbito federal se deu em 1937 com o documento *Marihuana Tax Act*. Segundo a *Colorado Encyclopedia*, as prisões relativas à *cannabis* nesse estado eram de, majoritariamente, latinos. O panorama legal em nível federal sofreu diversas alterações nos anos seguintes e, em 1952, o *Boggs Act* estabeleceu penas mínimas para crimes relacionados à *cannabis*. Em 1970, entrou em vigor o *Controlled Substances Act*, que classificou a *cannabis* como uma das substâncias mais perigosas disponíveis. Em 1986, o *Anti-Drug Abuse Act* definiu critérios para a prisão de indivíduos e limitou a capacidade de análise de juízes, implementando sentenças mínimas para prisões por porte de drogas.

Mudanças nas leis que regem o controle da *cannabis* só viriam a aparecer no século seguinte, com a legalização do uso medicinal das substâncias derivadas da planta. Em 2000, o estado iniciou o processo de regulamentação do uso terapêutico da *cannabis*, ação que pode ter desmitificado concepções prévias da população acerca da *cannabis* e catalisando o processo de normalização no estado. O Colorado alterou sua Constituição e aprovou o uso médico da planta para pacientes de enfermidades como câncer, epilepsia, HIV, esclerose múltipla, entre outras.

A medida que alterou o status medicinal da planta foi aprovada com 53,53% dos votos válidos e permitiu, ao usuário, a posse de até 57 gramas de flores ou 6 pés da planta, dos quais apenas 3 poderiam estar florindo por vez (BALLOTPEDIA, 2019). Os pacientes não podiam fazer uso das substâncias em locais públicos ou de maneira que pudesse causar danos a terceiros (operando veículos, por exemplo). A *cannabis* medicinal pode ter sido um dos fatores para a desmitificação da imagem da planta e de seus derivados no estado, onde surgem vários estabelecimentos para

a venda, além de um número crescente de pacientes – aproximadamente, 116 mil em 2010 (COLORADO, 2019).

A vanguarda do uso social da *cannabis* no país surgiu com o processo de legalização de sua legalização. Iniciou-se com um projeto de iniciativa popular, submetido à votação nas eleições de 2012, na qual ele obteve a maioria dos votos favoráveis (55,32% a favor e 44,68% contra), resultando em uma emenda à Constituição estadual (BALLOTPEDIA, 2019). Segundo Kang et al. (2016), a legalização ocorreu apesar da posição contrária de diversos entes públicos do estado, incluindo o governador, o procurador geral e a comunidade policial de maneira geral. A legalização também foi contra legislação vigente em território nacional, que proíbe a *cannabis* no âmbito federal.

Em 1º de janeiro de 2014, o Colorado se tornou o primeiro estado nos Estados Unidos a legalizar a *cannabis*. O novo aparato normativo entrou em vigor regulamentando seu cultivo doméstico e industrial, além do consumo, posse, distribuição e venda (COLORADO NORML, 2019). Diferente do modelo holandês, o modelo Colorado regulamentou de maneira ampla a cadeia produtiva da planta, sendo um dos mais abrangentes no que tange a essa planta.

O processo de formulação e de implementação das políticas relativas à *cannabis* foi direcionado pelos trabalhos de uma força-tarefa específica, formada por representantes do governo estadual e da sociedade civil. O resultado final foi uma abrangente legislação que trata de temas, como compra, venda, áreas para uso, restrição de idade, produção e taxação (COLORADO, 2019). Apesar do estável ambiente regulatório criado, há necessidade de atualização das leis vigentes, havendo críticas acerca do modelo de emissão de licenças, preocupação sobre quem teria capacidade de obtenção dessas, necessidade de redução de barreiras de entrada para grandes investidores e possibilidade da abertura de capital das empresas na bolsa de valores (KAMMERZELL, 2018; KOSKI, 2018).

O estado desenvolve continuamente políticas para gerenciar os impactos da *cannabis*, atribuindo diferentes responsabilidades às agências governamentais: o *Department of Public Health and Environment* (Departamento de Saúde Pública e Meio Ambiente) gerencia o uso humano (redução de danos, pesquisa, inspeções e uso médico) e questões/preocupações ambientais (boas práticas para a indústria,

gerenciamento de resíduos e desenvolvimento sustentável da produção); o *Department of Revenue, Marijuana Enforcement Division* (Departamento de Receita, Divisão de Fiscalização da *Cannabis*) mensura os ganhos do mercado legal da *cannabis* e dos impostos coletados; o *Department of Public Safety* (Departamento de Segurança Pública) atua no âmbito das prisões e dos delitos relacionados à *cannabis*, no combate à direção sob o efeito das substâncias derivadas e na educação de jovens acerca da planta (COLORADO, 2019).

Diversos empreendimentos relacionados à *cannabis* surgiram após a legalização, dada a gama de atividades derivadas de seu consumo e da produção. Algumas dessas atividades se interseccionam com atividades da cadeia produtiva do turismo, e a análise do desenvolvimento do nicho de turismo de *cannabis* nesse local é de grande relevância para o estudo de seus efeitos em destinações. Considera-se que esse é o primeiro local em que atividades de turismo de *cannabis* podem se desenvolver em sua totalidade, em anuência da lei.

b. Econômico

O ambiente regulatório criado para a legalização da *cannabis* no Colorado já apresenta resultados promissores, principalmente para a economia do estado. Em 2017, as vendas dessa planta atingiram um total de 1,5 bilhões de dólares; da regulamentação em 2014 até 2017, esse montante chegou a 4,4 bilhões. As expressivas cifras econômicas também são observadas na arrecadação de impostos do governo estadual. Somente em 2017, foram arrecadados cerca de 250 milhões de dólares em tributos (COLORADO, 2019).

O mercado legal da *cannabis* no Colorado proporcionou a abertura de diversos novos postos de trabalho, direta ou indiretamente relacionados ao mercado da planta. Segundo relatório elaborado pelo *Marijuana Policy Group* para esse estado em 2016, somente em 2015, foram geradas, aproximadamente, 12 mil vagas de emprego diretas. Ao contabilizar as vagas criadas indiretamente, incluindo empregos na cadeia turística, os resultados se aproximam de 18 mil empregos (LIGHT et al., 2016).

A experiência do condado de Pueblo, no Colorado, é exemplo do potencial de arrecadação proporcionado pela *cannabis*. Estudos do *Colorado State*

University-Pueblo's Institute of Cannabis Researchem, de 2018, demonstram que o impacto positivo dessa planta na economia local supera os gastos com serviços sociais impulsionados pela legalização (ZHANG, 2018). O potencial para o uso social da arrecadação gerada pela *cannabis* evidencia-se pelo uso dos recursos para a criação de, aproximadamente, 600 bolsas de estudos pelo condado.

c. Aspectos positivos

A nova demanda por *cannabis* gerou a abertura de novos postos de trabalho no estado. São atividades relacionadas ao cultivo, à poda, extração, gerenciamento e operação de empreendimentos relacionados à *cannabis* (QUENQUA, 2018). Somam-se a esses números as vagas de emprego geradas organicamente em outros setores, como o do turismo.

Assim como na Holanda, a existência de um local regulamentado para a venda de *cannabis* diminui a exposição do usuário a outras drogas de maior prejuízo à saúde. Esse mesmo fator dificulta o acesso de menores de idade a tais substâncias, aposto ao livre comércio praticado pelo crime organizado. A publicidade e a propaganda também passam a ser reguladas nesse cenário, evitando a exposição do conteúdo à parcela mais impressionável da população.

O grande benefício da legalização da *cannabis* no estado é percebido no retorno, gerado para o contribuinte, pelos respectivos impostos e taxações. O estado prioriza a destinação do montante proveniente dos impostos da *cannabis* às seguintes áreas: educação pública (construção de escolas, programas educacionais), prevenção ao uso, atendimento psicológico, moradias sociais e o combate ao tráfico de drogas. Outra destinação desses recursos pode ser pontual, como o financiamento de novos estudos acerca da *cannabis* (MERTENS, 2018).

d. Aspectos negativos

A ampla regulamentação no estado também faz perceptíveis os efeitos negativos do desenvolvimento da indústria da *cannabis*. Houve crescimento no número de atendimentos em emergências hospitalares causadas por seu uso (KIM, *et al.*, 2016) e também pôde ser observado um maior número de recém-nascidos

com as substâncias *canabinóides* presente no corpo. O aumento da taxa de moradores de rua, de suspensões escolares, de deterioração de comunidades carentes que atuavam no mercado ilegal, processos legais movidos por estados vizinhos e o governo federal são alguns dos impactos que o estado do Colorado percebe no período pós-legalização (KANG et al, 2016).

Outro efeito percebido é o aumento do tráfico de drogas entre o Colorado e os estados vizinhos Wyoming, Nebraska, Kansas, Oklahoma, Novo México, Utah e Arizona. A proibição nos demais estados torna o comércio de *cannabis* mais atrativos nesses locais, devido à ausência de ambiente regulatório e à possibilidade de maior lucratividade no mercado clandestino. Há indícios de que organizações criminosas adotaram o Colorado como base de operações, exportando a *cannabis* para estados fronteiriços e, de lá, para o restante do país (STEWART, 2018).

Apesar do que se esperava, constatou-se também o aumento do crime de maneira geral no contexto pós-legalização, levando a crer que o consumo da *cannabis* contribuiu para incidência de crimes (FURTON, 2018).

Esse resultado foi observado empiricamente, podendo haver outras explicações para esse aumento, como a migração de grupos criminosos para outros tipos de delitos, maior capacidade da polícia de se dedicar a outras atividades e os já mencionados fatores interestaduais. Deve-se mencionar a falta de diversidade na indústria da *cannabis*. A capacidade de obtenção das licenças para plantio e venda é restrita a indivíduos que nunca tenham cometido crimes relacionados a substâncias controladas. Tal política impede a reinserção, nesse mercado, da parte da sociedade mais afetada pelos custos sociais da guerra às drogas.

A população negra foi 3,1 vezes mais suscetível a prisões por posse de *cannabis* no período de 2001 a 2010, o que representou 10,5% das prisões por esse tipo de infração, apesar de serem apenas 3,8% da população do estado. A legalização da *cannabis* não resolveu o viés racial presente no estado, visto que a população negra ainda está sujeita 2,5 vezes mais a ser presa por crimes relacionados à *cannabis* (consumo público e excesso de quantidade em posse). Dos 424 empreendimentos de *cannabis* legal no Colorado, apenas um foi criado por pessoa negra (até janeiro de 2016). Fica assim evidente a disparidade racial na

indústria, sendo necessárias políticas afirmativas que pautem a inclusão de minorias raciais na cadeia produtiva da *cannabis* legal (RICE, 2016).

Os efeitos negativos citados podem afetar a imagem do destino, devido ao caráter já estigmatizado que a *cannabis* tem, conseqüentemente, afetando a opinião popular acerca do tema e da destinação. O estado coleta diversos tipos de dados sobre a demanda turística e sobre a percepção da *cannabis* pela sociedade. Esses dados balizam as políticas públicas sobre o tema (COLORADO, 2019).

e. Turismo de *cannabis*

O turismo de *cannabis* no Colorado surgiu impulsionado pela legalização local. Diversos empreendimentos da cadeia de serviços tradicionais do turismo se adaptaram para receber a demanda por ser serviços ligados à *cannabis*. Kang et al. (2016) apontam os impactos da atividade sobre o sistema produtivo do turismo no estado e, segundo eles, existe a possibilidade de que o turismo de *cannabis* possa eventualmente rivalizar com a indústria de cervejas artesanais e até com a indústria de ski (avaliada em 4,8 bilhões de dólares em 2015). Os autores também mencionam a capacidade de geração de renda na forma de gastos realizados por turistas, além da venda direta de *cannabis*. Essa arrecadação é pulverizada pela cadeia produtiva tradicional do turismo – meios de hospedagem, alimentação, atrativos, entre vários –, além de outros gastos no destino.

O estado mantém uma relação cautelosa com a *cannabis* (na ótica do gerenciamento do destino turístico). O *website* colorado.com, gerenciado pelo governo estadual, não faz menção à *cannabis* nem a atividades relacionadas ao turismo dessa planta. Ao realizar pesquisa sobre o tema, o usuário é redirecionado para o site *responsibilitygrowshere.com*, que significa “a responsabilidade cresce aqui”; é um portal criado para difundir informações sobre a *cannabis* legal. O site cobre informações sobre uso responsável, cita fatos sobre o uso de jovens e até de grávidas e lactantes.

O rápido desenvolvimento do turismo de *cannabis* no Colorado pode ser explicado, em parte, por uma característica única do destino que, por anos, foi o único local nos EUA onde o turista poderia comprar *cannabis* e seus derivados legalmente. Com o advento de sua legalização em outros estados – Califórnia e

Nevada– e em outros países – como o Canadá–, é possível que o nicho perca sua força em razão da competição com outros destinos melhor estruturados. No hemisfério sul, o Uruguai é o único exemplo possível de território da *cannabis* legal. Porém, a regulamentação no país não permite ao turista a compra de derivados da planta. Ainda assim, o turismo de *cannabis* floresce no país, por vezes, suportado pelo narcotráfico, para a obtenção dos insumos, e grande parte de seu fluxo é composto de visitantes advindos do Brasil, tão como ocorre na Holanda, onde o fluxo advém de países vizinhos. Com o surgimento de novos destinos de turismo de *cannabis*, do amadurecimento do mercado e do público consumidor, surgirão novos atrativos e serviços vinculados a essa planta.

3 ATIVIDADES E SERVIÇOS RELACIONADOS AO TURISMO DE CANNABIS

No mundo, diversos empreendimentos se desenvolvem com a utilização da *cannabis* como matéria-prima, produto ou atrativo. Contudo, especificidades da legislação local dão ao mercado global um caráter heterogêneo. Devido aos vários e distintos modelos para o desenvolvimento de negócios de *cannabis*, faz-se necessária a compreensão histórica de tais organizações. Os empreendimentos modernos ligados à planta têm sua origem com os *coffee-shops* em Amsterdam (como referido), empresas que realizam a venda da planta e outros produtos relacionados com ela (GRUND; BREEKSEMA, 2013).

O desenvolvimento do primeiro *coffee-shop* da cidade, *The Bulldog*, pode trazer algumas pistas acerca das possíveis ramificações da *cannabis* para a indústria da hospitalidade. A expansão da marca *The Bulldog* se deu na forma de *merchandising* relacionado à *cannabis*, vendida em lojas da marca, mas também em empreendimentos de terceiros – acessórios para uso psicoativo, roupas, chaveiros e outros. A empresa também tem cafés e hotéis que giram em torno do estilo de vida e da cultura associada à *cannabis*. Atualmente, *The Bulldog* é uma das grandes marcas desse mercado, tendo como novo foco o início das operações no Canadá, devido à recente legalização no país.

A experiência de regulamentação da *cannabis* no Colorado e na Califórnia (EUA), bem como no Canadá, evidenciou a potencialidade mercadológica que o consumo recreativo de derivados da planta tem. Surgiu, nesses destinos, a oferta de produtos turísticos centrados na *cannabis*, a fim de atender a demanda de novas experiências por um público específico. A *cannabis* se insere aí, como objeto central e motivador do deslocamento e como complemento à oferta turística implementada.

Na próxima sessão, são apresentadas iniciativas que evidenciam a relação entre turismo e *cannabis*.

3.1 ESTABELECIMENTOS ESPECIALIZADOS

O elemento de maior destaque da cadeia produtiva da *cannabis* é o local onde ocorre sua venda para consumo psicoativo. São empreendimentos que variam os modelos de negócio de acordo com a permissividade da legislação local. Entre as atividades possíveis, estão: cultivo de *cannabis*, confecção e venda de produtos derivados da planta, consumo pelo público final no local, venda de artigos comestíveis com ou sem *cannabis*, venda de acessórios, entre outros (OASIS DISPENSARIES, 2017). São locais de grande atratividade, tendo como diferencial a possibilidade de compra legal da planta. É o elemento central para o turismo de *cannabis*, pois traz legitimidade e segurança à compra pelo turista, em contraponto a destinos nos quais a compra se dá por vias ilícitas, como a Jamaica e a Índia.

3.1.1 *Coffee-shops*

Coffee-shops são empreendimentos específicos da Holanda, percebidos como símbolos do consumo permissivo, da cultura, do estilo de vida e do imaginário acerca da *cannabis* (figura 2). São, indiscutivelmente, o exemplo mais familiar da política de drogas holandesa (KORF, 2002). Apesar de tal *status*, o número de *coffee-shops* vem diminuindo nos últimos anos: em 2016, era 573. Comparado a 2006, é possível observar uma queda de, aproximadamente, 20% (STATISTA, 2019). A redução no número de estabelecimentos é efeito de diversas políticas do governo da Holanda, que visam, entre outras, alterar a imagem do destino turístico.

Figura 2 - Primeiro *Coffee-shop*, *The Bulldog*



Fonte: The Amsterdam Travel Guide⁶

3.1.2 *Dispensary*

O termo *dispensary* é utilizado de maneira genérica em empreendimentos na América do Norte. São locais que realizam venda tanto para o público medicinal, quanto para o recreativo. O estado do Colorado possui atualmente 548 estabelecimentos para venda recreativa (COLORADO, 2019).

Segundo levantamento do site *my420tours.com*, esse número supera o de lojas das marcas *Starbucks* e *Walmart* combinados (MY 420 TOURS, 2018). As *dispensaries* se diferenciam dos equivalentes holandeses pelos interiores modernos (figura 3), bem como por proporcionarem um maior número de serviços e produtos.

Figura 3 - Interior da Ajoya, Louisville, Colorado



Fonte: Leafly⁷

3.2 OUTROS ESTABELECIMENTOS E ATIVIDADES RELACIONADAS

⁶Disponível em: <https://www.amsterdam-travel-guide.net/coffeeshops>. Acesso em: 2 fev 2019.

⁷Disponível em: <https://www.leafly.com/news/lifestyle/beautiful>. Acesso em: 2 fev 2019.

3.2.1 Tours, atrativos e experiências

Agências especializadas em turismo de *cannabis* já atuam no mercado, oferecendo pacotes para destinos como Amsterdam, Las Vegas e Denver, carros chefes nesse modelo de experiências canábicas (figura 4).

Figura 4 - Pacote de turismo de *cannabis* para o Uruguai



Fonte: Weed Tour⁸

3.2.1.1 Eventos

Um grande atrativo para os viajantes que buscam experiências relacionadas à *cannabis* são os eventos como a *Cannabis Cup* (figura 5). Ocorrem em diversas cidades e podem ser descritos como grandes feiras de expositores. No evento, os empresários apresentam seus produtos para um público misto, tanto B2B (*business to business*) quanto B2C (*business to customer*) (HIGH TIMES CANNABIS CUP, 2018).

Simultaneamente, ocorrem eventos culturais que giram em torno da cultura da *cannabis*, como shows, palestras, premiações e outros. Eventos do tipo ocorrem mesmo em lugares onde a legislação não permite o uso e a venda da *cannabis*.

⁸ Disponível em: <http://weedtour.net>. Acesso em: 2 fev 2019.

Figura 5 - Imagem promocional da *Cannabis Cup* no Norte da Califórnia edição 2018



Fonte: See Tickets⁹

Outro evento que atrai o público consumidor da *cannabis* são as comemorações de “4/20” (20 de abril), data que lembra o número ‘420’, emblemático para a comunidade cannábica.

A data tornou-se, nos últimos anos, um feriado informal para os consumidores da erva. A proximidade do evento leva os destinos a se prepararem, tal como nos feriados tradicionais, com a realização de eventos relacionados à *cannabis* nos dias próximos às comemorações (figura 6).

Figura 6 - Comemorações de ‘4/20’ no Colorado



⁹Disponível em: <https://www.seetickets.us/event>. Acesso em: 6 fev 2019.

Fonte: Source Colorado¹⁰

3.2.1.2 Museus

Museus da *cannabis* também fazem parte dos atrativos existentes, o *Hash Marihuana and Hemp Museum*, localizado em Amsterdam, existe desde 1985 e traz uma perspectiva histórica dos usos da planta (HASH MARIHUANA & HEMP MUSEUM, 2019). Em Las Vegas, o recém-inaugurado *Cannabition Cannabis Museum* conta com uma exibição interativa sobre o processo de cultivo da planta. O atrativo é promovido na página oficial de turismo do estado de Nevada (TRAVEL NEVADA, 2019). No hemisfério sul, o *Museo de Cannabis de Montevideo* (2019), no Uruguai (figura 7), conta a história da planta nas Américas, culminando no processo de legalização no país. O avanço da legislação específica para a *cannabis* pode levar à criação de novos museus similares em outros destinos.

Figura 7 - *Cannabition*, Museu de Cannabis de Las Vegas



Fonte: Merry Jane¹¹

3.2.1.3 Outras vivências

Outros serviços e passeios complementam a oferta de produtos turísticos canábicos, dentre eles: aulas de cultivo e extração (especificidades do plantio da *cannabis* e seu processamento); produção de artesanato (aulas em que são produzidos acessórios para uso de *cannabis*, além de vasos e outros produtos manuais); aulas de pintura, fotografia e dança sob o efeito psicoativo da planta;

¹⁰ Disponível em: <http://www.yoursourceco.com/>. Acesso em: 6 fev 2019.

¹¹ Disponível em: <https://merryjane.com/news/las-vegas>. Acesso em: 6 fev 2019.

SPAS com tratamentos tópicos à base de *cannabis*; cursos de cozinha canábica e harmonização gastronômica (figura 8); pesca esportiva, entre outros.

Figura 8 - Aula de cozinha cannábica



Fonte: Colorado Cannabis Tours¹²

Entre as atividades mais populares oferecidas pelo turismo de *cannabis*, estão as visitas a locais de plantio da erva. São *tours* que mostram o modo de cultivo e o processamento da planta. Um exemplo é a fábrica da *Canopy Growth*, no Canadá, com seu centro de visitantes, o *Tweed Visitor Centre* (2018), e os *tours* pelas plantações do Colorado, como o *Denver Marijuana Tours* (2018) (figura 9).

Destinos como a Jamaica operam *tours* a plantações desde antes da descriminalização, evidenciando a existência do turismo de *cannabis* mesmo em ambientes sem regulação (JAMAICA'S GANJA TOURS DRAW THE TOURISTS, 2013).

Figura 9 - Visitação a um cultivo de *cannabis*

¹² Disponível em: <https://coloradocannabistours.com>. Acesso em: 6 fev 2019.



Fonte: My 420 Tours¹³

3.2.2 Hospedagem

Os meios de hospedagem no turismo de *cannabis* são aqueles que possibilitam o consumo em suas dependências, identificados como *cannabis friendly*, ou seja, amigável à *cannabis*. Os estabelecimentos podem ou não fornecer a planta para o turista e quando o fazem, a *cannabis* se torna complemento do produto turístico ofertado. Com exceção das *amenities*, oferecidas por meio de hospedagem (aluguel de equipamento para consumo de maconha, proximidade de *dispensaries*, existência de varandas para fumo e outros), muito se assemelham ao produto turístico de hospedagem tradicional. Estabelecimentos, como o *Bud+ Breakfast* (2018) prometem uma atmosfera acolhedora, comida, bebida, além de ofertar *cannabis* em abundância para seus hóspedes. O termo *cannabis friendly* também é utilizado pelos empreendimentos como forma de promoção. Outros termos similares são utilizados como *420 friendly* ou *420*.

Durante a pesquisa, foram identificados hotéis, *hostels*, acampamentos e aluguel de temporada que atuam com esse modelo de negócios, além da notícia de empreendimentos futuros no mesmo nicho de atuação, como um *resort* de *cannabis* criado pelo ex-pugilista Mike Tyson (DONAGHEY, 2018). Diversos *websites* agregam informações sobre a oferta de tais empreendimentos, auxiliando o turista a encontrar meios de hospedagem *cannabis friendly* (figura 10).

¹³ Disponível em: <https://my420tours.com/>. Acesso em: 6 fev 2019.

Figura 10 - Imagem promocional *Bud+Breakfast*

Fonte - Bud+Breakfast¹⁴

3.2.3 Alimentos e bebidas

Além de meios de hospedagem *cannabis friendly*, é possível observar a e estabelecimentos comerciais ligados ao consumo de *cannabis* na forma de alimentos. Os preparos, de diversos tipos, vão desde os mais simples até a alta gastronomia (SAGAN, 2018); são opção para o público menos familiarizado com os efeitos da *cannabis* (SOUZA, 2018). Acredita-se que a ingestão é a forma mais segura de consumo de *cannabis* (figura 11).

Contudo, ainda são necessários mais estudos acerca dos chamados *edibles* (comestíveis) (BARRUS et al, 2016). Tal crença auxilia a compreensão da popularidade desse tipo de estabelecimento.

Não é comum a parametrização da dosagem de *cannabis* nos alimentos, ficando a cargo do indivíduo ou do empreendimento que realiza seu preparo. Tal prática gera um alto grau de risco e de incerteza, dado que o alimento pode variar entre a superdosagem e a ausência de efeitos.

Alguns estabelecimentos, apesar de não produzirem alimentos e bebidas com *cannabis*, permitem o consumo da planta em suas dependências. São, portanto, *cannabis friendly*.

¹⁴Disponível em: www.budandbreakfast.com. Acesso em: 7 fev 2019.

Figura 11 - **Experiência de gastronomia cannábica**



Fonte: The Herbal Chef¹⁵

3.2.4 Transporte

A fim de transportar o público consumidor e atender suas necessidades de consumo da *cannabis*, veículos como vans, ônibus e *limousines* são adaptados para o uso da erva por seus passageiros (figura 12). Geralmente, são parte de um pacote turístico, contando ou não com outros elementos como hospedagem, alimentação e passeios. Esse tipo de transporte presta serviços de *transfers* para aeroportos e de deslocamento pelo destino.

Figura 12 - **Consumo de *cannabis* em uma *limousine* no Colorado**

¹⁵ Disponível em: <http://theherbalchef.com/>. Acesso em: 8 fev 2019.



Fonte: *Colorado Cannabis Tours*¹⁶

3.3 CANAIS DE DIVULGAÇÃO, DE PROMOÇÃO E DE COMERCIALIZAÇÃO

A informação acerca da oferta disponível para turismo de *cannabis* é agregada a *websites* específicos, contendo dicas para o viajante, avaliações de empreendimentos, anúncios e mecanismo para reserva das diversas atividades relacionadas a ele. Apesar desses *websites*, a informação, de maneira geral, encontra-se dispersa na internet, podendo ser encontrada em fóruns, grupos de discussão e redes sociais. Pode-se observar, também, a existência de produtores de conteúdo e influenciadores digitais que tratam sobre a *cannabis*.

No Brasil, há produtores de conteúdo que criam vídeos relativos a turismo de *cannabis*. O canal “Umdois”, no *YouTube*, já produziu vídeos para diversos destinos, como Itamogi e São Thomé das Letras (MG), Maresias, Caraíva e Altinópolis (SP), Rio de Janeiro (RJ), Califórnia e Flórida (EUA), Japão e Reino Unido. Outro exemplo é o canal “Hempadao”, que apresenta visitas a locais como Amsterdam, Montevideo e Florianópolis. Ambos contam com significativa quantidade de seguidores em seus canais (667 mil e 284 mil, respectivamente)¹⁷, comparativamente ao canal *Visit Brasil*, da Embratur – responsável pela promoção internacional do Brasil –, que conta com apenas 15 mil seguidores¹⁸.

¹⁶Disponível em: <https://coloradocannabistours.com>. Acesso em: 8 fev 2019

¹⁷ Seguidores em 08/02/2019

¹⁸ Seguidores em 08/02/2019

É necessário ressaltar que esse conteúdo é produzido em um contexto mais amplo da *cannabis* e do estilo de vida associado a ela. A motivação principal das viagens nesses vídeos está relacionada, de alguma forma, à *cannabis*, a sua cultura e ao consumo.

3.4 TURISMO DE CANNABIS E INTER-RELAÇÕES

A *cannabis* também encontra caminho como complemento à oferta de nichos mais tradicionais do turismo. Atividades relacionadas à erva podem inserir-se em segmentos, como o do turismo de estudos e o de intercâmbio, proporcionando cursos de capacitação no mercado da *cannabis* (OAKSTERDAM UNIVERSITY, 2018) ou, de maneira indireta, agindo como complemento à oferta, como no ecoturismo e também no enoturismo.

O modelo de turismo de *cannabis*, apesar de suas especificidades, aproxima-se parcialmente do modelo do enoturismo. A *cannabis* tem diversas variedades de flores, cada uma com diferentes reações, como o relaxamento, a euforia e em alguns casos até alucinações. Essa característica faz com que surjam profissionais especializados nesse sentido, em cada tipo, assemelhando-se a *sommeliers* (LESLIE, 2017). Assim como as videiras, o plantio da *cannabis* pode encontrar-se no meio rural, fazendo com que surjam atividades análogas a visitas em vinícolas. A oferta de um produto turístico, com características semelhantes ao turismo vitivinicultor, pode tornar-se cada vez mais viável com o avanço de iniciativas de hospitalidade canábica. No estado da Califórnia, reconhecido produtor tanto de vinhos quanto de *cannabis*, já é possível encontrar atividades que combinam ambos em um produto turístico distinto (BUCHAN, 2018).

A possibilidade de o turismo de *cannabis* eventualmente se equiparar a outros segmentos já estabelecidos, como o enoturismo, o turismo gastronômico ou o turismo de esportes, é apontada por Kang, O'Leary e Miller (2016). Para tal, faz-se necessário o acompanhamento, a realização de pesquisas e a análise do mercado.

Contudo, a euforia com o dito mercado verde pode criar situações de risco para o turista, como por exemplo, o uso de *cannabis* e a prática de turismo de aventura (BREAKFAST TELEVISION, 2018). É o caso da necessária atuação dos

entes públicos para regulamentação e fiscalização do uso da erva, com objetivo de garantir segurança dos viajantes.

Para Belhassen, Santos e Uriely (2007), o desenvolvimento de atrativos específicos de turismo de *cannabis* evidencia a influência do processo de normalização da planta na cadeia produtiva do turismo global. Grobe e Lürer (2011) apontam riscos para empreendimentos da oferta turística canábica, como: aspectos legais, políticas governamentais que inibem esse tipo de turismo e, também, a pequena fatia de mercado que esse tipo de turismo tem, se comparado a outros segmentos turísticos.

Pode-se inferir que os empreendimentos de turismo de *cannabis* nos quais a planta é, de certa forma, regulamentada encontram-se em fases iniciais de desenvolvimento ou atuam em um nicho ainda pouco explorado e de tamanho modesto; isso se comparado com outros tipos de turismo de interesse específico. Há necessidade de estudos mais profundos acerca dos serviços de turismo de *cannabis*, tendo em vista o nível de desenvolvimento desse mercado.

Algumas das possibilidades para esses estudos são a investigação de novos empreendimentos, serviços, festivais e *tours*, bem como a análise da responsabilidade social das corporações acerca das políticas e das práticas do turismo de *cannabis* (KANG et al., 2016). O panorama atual indica a tendência de crescimento desse mercado, fazendo-se necessária, ainda, a compreensão dos perfis de demanda e a motivação dos consumidores desse tipo de turismo.

4 PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES DO TURISTA

Os avanços do turismo de *cannabis* são restritos a alguns destinos específicos, devido aos respectivos ambientes regulatórios permissivos. Esse cenário proporcionou o surgimento de equipamentos turísticos voltados para o consumo da *cannabis*. A fim de compreender padrões de demanda e a motivação do turista, bem como fatores que influenciam seu processo de escolha da destinação e das atividades realizadas no destino esta seção busca encontrar indícios de como a *cannabis* pode estimular o processo de decisão dos indivíduos.

Em um primeiro momento, a literatura classificou o turista de *cannabis* sob uma ótica mais generalista, como turista de drogas ou narco-turista; suas motivações são enxergadas como comportamento incomum ou desviante. Belhassen e Uriely (2005, p. 238) caracterizam o comportamento desse turista desviante como

[...] turistas que se engajam em práticas como beber excessivamente, jogatina desenfreada, hooliganismo, ou visitas a prostitutas podem ser considerados turistas desviantes ou marginais. O fenômeno do consumo de drogas no contexto do turismo também se enquadra na área de estudos de turismo marginal. Note que o uso dos termos desviante ou marginal, ao invés de criminal, para descrever esses turistas na área de estudos que podem ser legais, porém moralmente divisivo.

“Hoffman (2014) associa o surgimento do turismo de drogas às transformações da vida cotidiana, descrevendo-o como um “turismo desviante”, “turismo em confronto” com a lei e “turismo controverso”. O autor também aproxima esse tipo de turismo das práticas de viagem para a realização de abortos ou de eutanásia. Por essa definição, os turistas de *cannabis* – mesmo em um ambiente de quase-legalização como Amsterdam ou de plena legalização no Colorado– seriam considerados praticantes de uma vertente marginal do turismo, dada sua motivação.

Grobe e Lüer (2011, p. 138) explicitam os riscos e problemas associados ao turismo de drogas:

Para os turistas, os problemas seriam relacionados à dificuldade de encontrar destinos de turismo de drogas, dado que não há promoção e marketing oficial; os riscos envolvidos e penalidades legais (no país emissor, bem como no destino) e; fatores associados à riscos de saúde e morte por overdose.¹⁹

¹⁹ Tradução do inglês realizada pelo autor deste trabalho.

As autoras concluem que tais fatores têm impacto negativo sobre o desenvolvimento desse tipo de turismo. Contudo, os consumidores desse nicho têm uma predisposição ao risco, minimizando impacto dos fatores mencionados durante a viagem.

Nos últimos anos, a *cannabis* chegou a um patamar diferente do das demais drogas, por meio da normalização. À medida que essa planta se torna cada vez mais convencional na sociedade, a descrição de seus usuários como desviantes torna-se insuficiente (HAMMERSLEY et al., 2001). Faz-se necessário compreender mais profundamente o processo de normalização da *cannabis*, a fim de compreender os consumidores do nicho.

Parker, Williams e Aldridge (2002) consideram cinco dimensões para o processo de normalização:

- Disponibilidade/acesso;
- Taxas de experimentação;
- Taxas de uso recorrente;
- Acomodação de atitudes sensíveis ao uso de drogas recreativas, em especial por não usuários (extensão com que a percepção pessoal e social acerca das drogas muda);
- Grau de acomodação cultural do uso de drogas ilegais.

Em estudo posterior, a resposta do Estado sobre o uso generalizado de drogas recreativas também é considerada um fator do processo de normalização (PARKER, 2002). Deve-se citar, ainda, o papel da tecnologia no processo de normalização. Estudos de Boyer et al. (2007) evidenciam a capacidade catalisadora da internet na disseminação de informações sobre drogas.

Ao discorrer sobre a acomodação cultural, a opinião dos autores é de que são múltiplos os indicadores sobre a tolerância da sociedade de maneira geral. A influência na mídia é evidente em tramas centradas no uso de drogas, sendo observada, também, em rotinas de *stand-up comedy* e de filmes juvenis. Observe-se que os termos utilizados pelos veículos de comunicação para se referir a estrelas de cinema e de música que consomem de drogas tornam-se cada vez mais neutros – antes eram condenatórios) (PARKER et al., 2002).

A *cannabis* se apresenta midiaticamente de diversas formas. Em filmes, figuras caricatas se envolvem em tramas cujo ponto central é o consumo de *cannabis*, num contexto de comédia e exagero. Exemplo notório nesse sentido é a série de filmes protagonizada por Richard Cheech Marin e Tommy Chong, nas décadas de 70 e 80 (século XX). Desde então, é possível encontrar produções similares, dando origem a um subgênero do cinema, os *stoner movies*.

Outra faceta da mídia que influencia o processo de normalização é a da música. Diversos artistas tratam da *cannabis* e de atividades relacionadas com seu consumo, produção e venda, mesmo que de maneira ilegal. No cenário internacional, Rihanna, Jay-Z, Bob Dylan, os Beatles e muitos outros fizeram uso dessa planta (GRIMM, 2017), contribuindo, de alguma maneira, para desestigmatizar a visão pública das drogas. Há pesquisas que relacionam a exposição a músicas que tratam da *cannabis* ao seu uso por indivíduos jovens (aliado também outros fatores) (PRIMACK et al., 2010).

Pode-se encarar tais mídias em um contexto mais abrangente, o da existência da cultura canábica. Isso, em parte, auxilia a compreensão da motivação das viagens de turismo de *cannabis*. Segundo Rubin (1976), o uso da *cannabis* foi englobado por dois grandes complexos culturais: um ligado ao uso tradicional da planta e de seus preparos; outro, de configuração mais contemporânea. A perspectiva tradicional está ligada ao uso histórico da *cannabis* pelos diversos povos (referidos na primeira sessão deste trabalho). A co-evolução entre a *cannabis* e os povos antigos, os ritos e os usos religiosos da planta e sua importância como cultura agrícola e social, de maneira geral, são alguns dos fatores que compõem essa primeira definição de cultura canábica, aqui referida como cultura canábica tradicional. O interesse de certos grupos e subculturas pela cultura canábica tradicional pode auxiliar a explicar a emergência da cultura canábica contemporânea. A perspectiva contemporânea combina, de maneira vaga, elementos tradicionais e os ressignifica, criando também símbolos, ritos e mitos. A entrada do indivíduo nessa cultura se dá pelo uso das substâncias psicoativas canabinóides. O processo de integração à cultura é gradativo, sua aderência varia quanto ao modo e à intensidade. O amadurecimento da cultura canábica

contemporânea permitiu o surgimento de diferentes subgrupos ligados a interesses específicos.

Note-se, nesse contexto, a tendência à glamourização da *cannabis* e da cultura canábica em diversos aspectos. Ela é promovida por diferentes atores, e seus efeitos podem ser percebidos de maneira sistêmica; entre eles, está a mídia (com filmes, séries, música e outros), o setor empresarial (para promover seus produtos e serviços) e, por vezes, entes estatais (GLOBAL NEWS, 2018).

A glamourização da *cannabis* ocorre de maneira similar à dos cigarros e à do tabaco no século passado, associando seu consumo ao relaxamento e ao lazer, mesmo com pesquisas limitadas quanto aos eventuais efeitos prejudiciais de seu uso. A *Imperial Tobacco Canada*, empresa tabagista canadense, aponta a diferença nas restrições impostas ao cigarro e à *cannabis*, quanto ao formato de embalagens e à promoção de marcas (SIEBERT, 2017).

A intensificação da glamourização da cultura canábica contemporânea pode ser observada no contexto das redes sociais, que elevaram a capacidade de indivíduos e de grupos para disseminação de ideias. A *cannabis* é tratada como qualquer outro tópico de discussão na esfera digital, que hoje hospeda uma multitude de informações acerca do tema, com altíssima capacidade de alcance. Esse conteúdo é gerado, em parte, pela mídia tradicional, mas também e principalmente pela nova mídia nativa digital (*websites*, fóruns, canais do YouTube, influenciadores digitais, perfis e contas relacionadas à *cannabis* em mídias sociais), além do conteúdo gerado pelos próprios usuários dentro de sua rede de contatos.

Esse processo evoluiu a ponto de se desenvolver um estilo de vida associado à *cannabis*, o *cannabis lifestyle*, que envolve diversos campos, como alimentação, relacionamentos e produtos. A *cannabis* passa a ser vista como parte do dia-a-dia do indivíduo, podendo motivar suas escolhas relativas à viagem, evidenciando a importância de estudos sobre relação da *cannabis* no âmbito cotidiano e da viagem (BELHASSEN et al., 2007).

4.1 PERFIL DA DEMANDA

Belhassen, Santos e Uriely (2007) citam quatro fatores motivacionais para o turista de drogas: experimentação, orientação ao prazer, busca de autenticidade e compra. Contudo, estudos demonstram que os indivíduos geralmente percebem uma combinação nesses fatores e indicam uma heterogeneidade no perfil de demanda. Grobe e Lüer (2011) dividem a motivação para turismo de drogas em dois tipos: orientada ao prazer – o turista não se envolve com a cultura local, tendo no consumo e aquisição de drogas sua principal motivação– e orientada à experiência – envolve experiências significativas com a população e cultura local, além do uso de drogas.

Por sua vez, Hoffman (2014) indaga se o consumo de drogas é realmente o principal motivador do turista nessas viagens. E nesse sentido, sua pesquisa mostrou o seguinte: turistas que tinham alto grau de conhecimento da disponibilidade de drogas levam em conta esse fator na decisão, mas esse não é o principal motivo para a escolha. Por sua vez, Kang, O’Leary e Miller (2016) afirmam que o novo status legal da planta em alguns destinos também pode servir de motivação para visitação. Eles ainda explicam que, nessas instâncias, a *cannabis* pode se tornar o principal motivo para a viagem.

As dimensões de motiva es específicas para “turismo de *cannabis*” (WEN et al., 2018) servem de panorama para o melhor entendimento acerca das motiva es do turista de *cannabis*. São elas:

- **Autenticidade da *cannabis*** – aprender sobre a indústria da planta, sobre seus usuários e sua cultura;
- **Disponibilidade comercial da *cannabis*** – vertente comercial da planta, deixa o turista despreocupado acerca dos riscos sociais, legais e faz com que o turista se sinta seguro para us -la;
- **Experimenta o com *cannabis*** – experimentar, temporariamente, um estilo de vida louco; suprir a necessidade de inversão de valores da vida cotidiana, para observar *cannabis* de verdade;
- **Cura espiritual/emocional** – obten o de uma mentalidade diferente, da capacidade de olhar para dentro de si e um entendimento filosófico e espiritual mais amplo; ter mais imagina o; encontrar algo maior;

- **Prestígio social** – mostrar as experiências vividas para os outros, bem como o status socioeconômico; experienciar aquilo que os outros visitaram; a crença de que fumar *cannabis* está na moda;
- **Relaxamento/escapismo** – fuga de um ambiente social estressante; alívio do tédio e das ocupações diárias; escapar temporariamente da família; o estado induzido pela *cannabis* de “ficar chapado”.

Essas diferentes dimensões demonstram quanto são diversas e complexas podem ser as motivações do turista para consumo de *cannabis* ou de produtos turísticos relacionados a ela em um dado destino. O status ilegal da planta, na maioria dos países, dificulta o desenvolvimento de pesquisas específicas de dimensionamento de mercado e de perfis de demanda turística. Os exemplos encontrados são pontuais, refletindo realidades únicas de destinos específicos.

A partir de 2016, o escritório de turismo do Colorado adicionou, a sua pesquisa sobre a atividade turística local, questionamentos específicos sobre a percepção do viajante sobre a *cannabis*. Nesse mesmo ano, os resultados demonstraram uma percepção favorável dos viajantes, no que tange o processo de legalização dessa planta. Ao se perguntar sobre como a legalização da *cannabis* impactaria a escolha de um destino, 47% dos visitantes de fora disseram que a influência era positiva; 46% são foram neutros e, apenas 7%, disseram acreditar que a influência é negativa. O relatório também apontou que 15% dos cerca de 82 milhões de visitantes participaram de alguma atividade de turismo relacionada com a *cannabis* e que 5% desses tiveram esse nicho como motivador da viagem (LONGWOODS INTERNATIONAL, 2017).

Grobe e Lüer (2011) apontam a heterogeneidade do mercado para o turismo de drogas, evidenciando a tendência da composição do perfil da demanda por jovens, solteiros e do sexo masculino. Isso com base em estatísticas do perfil de usuários de drogas de múltiplos países. As autoras se referem à predisposição, do público desse segmento, para a tolerância aos riscos inerentes, bem como à disponibilidade de renda para realização de tais viagens. Outra tendência para esse tipo de turista é que, geralmente, ele é socialmente integrado, tendo emprego ou sendo matriculado em alguma instituição educacional.

Também segundo as autoras, o público potencial para o segmento de drogas seria aquele que já a utiliza. Conforme o relatório de 2017 do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC), o número de indivíduos que consumiram *cannabis* em 2016 foi de 192 milhões de pessoas. Não é possível, contudo, estimar a quantidade de usuários em condições ou interessados em participar de atividades de turismo relacionadas à erva.

Tendo em vista essa posição, pesquisas sobre o perfil de usuários de *cannabis* podem trazer algumas percepções acerca do consumidor do respectivo turismo. A editora 50:20 desenvolveu uma pesquisa etnográfica em 2017 sobre o perfil dos brasileiros que consomem *cannabis* de forma recreativa. O trabalho intitulado “Canabisfera – Maconha no Brasil na Era da Informação” teve por objetivo conhecer usuários, suas histórias sobre a *cannabis* e suas realidades social, cultural e econômicas. Cabe ressaltar que a pesquisa não foi realizada com o rigor científico necessário. Porém, seus resultados foram referidos neste trabalho pela escassez de outros dados sobre o perfil do consumidor de *cannabis* no Brasil.

O perfil apresentado no estudo dessa editora confirma as tendências apresentadas por Grobe e Luër, de que o público é majoritariamente solteiro – 58% solteiro, 5% divorciado; masculino – 73% – e tem algum tipo de ocupação – 93%. As limitações da pesquisa não possibilitaram inferir a idade dos participantes.

Outros resultados que podem auxiliar a compreender o perfil da possível demanda turística são: escolaridade – 74% tinha algum tipo de formação superior; renda – 20% tinha renda superior a R\$ 5.000 reais, entre esses, 7% ganhavam mais que R\$ 10.000; aderência a redes sociais – 90% usava facebook e 68%, instagram.

Dados quanto a interesses específicos do público que viaja podem auxiliar no planejamento turístico do nicho: 66% dos entrevistados consideraram “curtir a natureza”, o que pode ser associado a atividades de ecoturismo; 60% referiu “ouvir música”, ao qual pode interessar outro nicho, o dos festivais; 60% apontou a alimentação; 47% citou a praia; 25% considerou a fotografia; 25%, a vida noturna; 16% futebol, e 11% referiu-se ao *surf*.

Com base nesses dados, é possível inferir generalizações sobre o perfil de demanda. Contudo, outros estudos acerca do tema são necessários para melhor compreensão do perfil do consumidor de *cannabis*, bem como da demanda turística

relativa a essa planta. A forma como destinos se tornaram, se associaram ao consumo de *cannabis*, o efeito dessa associação na imagem das destinações e o papel de turistas e das autoridades locais na promoção dessa imagem são algumas das sugestões de pesquisas propostas por Belhassen, Santos e Uriely (2007).

Kang, O'Leary e Miller (2016) também destacam temas para futuras pesquisas sobre a demanda de turismo de *cannabis*, especificamente no Colorado: perfil demográfico e socioeconômico; atitudes, percepções e comportamentos dos turistas, bem como da imagem de destinos de *cannabis*; exame da *cannabis* como motivação primária ou secundária e aplicação de tipologias específicas; percepção acerca de atividades desviantes ou recreativas; efeito corredor – quando o consumo de *cannabis* na viagem leva o visitante a usar drogas no cotidiano; comparação entre comportamento e percepção pré, durante e pós-viagem.

5 BRASIL

O Brasil está localizado na América do Sul, sendo o maior país da região com 8.516.000 km² e uma população de 209,3 milhões (Banco Mundial, 2019). Em 2017, obteve um PIB de 2 trilhões de dólares, dos quais apenas 5,8 milhões eram relativos ao receptivo turístico (Organização Mundial do Comércio, 2019). O país recebeu 6,5 milhões de turistas no ano de 2017 (Organização Mundial do Turismo, 2018), número que destoa em relação ao seu tamanho e PIB.

5.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA E ASPECTOS LEGAIS

A chegada da *cannabis* no Brasil deu-se, de certa forma, com a chegada das navegações portuguesas, na forma de velas e de cordas de cânhamo, utilizadas nas grandes navegações (CARLINI, 2006). A planta era um importante insumo para os portugueses, e seus subprodutos foram recursos-chave para a expansão do império português. Inclusive, há evidências de que um Decreto do rei D. João V, de 1656, incentiva a produção de *cannabis* em Portugal (BARROS; PERES, 2011).

Segundo Carlini (2006), a chegada dos exemplares iniciais da planta, na forma de sementes, ocorreu por volta de 50 anos após a chegada das primeiras navegações portuguesas. A erva foi trazida por negros escravizados e, mais tardiamente, foi utilizada pelos povos nativos brasileiros, que faziam uso recreativo, medicinal e religioso da *cannabis*. França (2013) não atribui a chegada da *cannabis* aos povos africanos de maneira definitiva. Segundo ele, a planta pode ter sido introduzida pelos portugueses, dado o contato prévio com a cultura indiana e com os povos do norte da África. Apesar disso, informa que o uso da *cannabis* no Brasil sempre foi atribuído à população africana e a seus descendentes.

O processo do cultivo do cânhamo para uso industrial também ocorreu no Brasil colônia. A planta teve sua importância devido a suas fibras e foi objeto de investimento dos vice-reis, o Marquês de Lavradios e Dom Luís de Vasconcelos e Souza. A cultura da planta não foi bem-sucedida, devido à baixa qualidade das sementes e ao desconhecimento dos agricultores sobre seu plantio. Dom Luiz também investiu na criação da “Real Fatoria de Linho Cânhamo” em Santa Catarina, mas o empreendimento nunca teve grande relevância para o país.

A repressão ao cannabismo no Brasil surgiu de maneira indireta, podendo ser observada em um contexto mais amplo de repressão dos costumes da população negra. Exemplo dessa política repressiva é a criação da Guarda Real de Polícia em 1809. Segundo Barros e Peres (2011, p. 4), “sua atuação relacionava-se à ‘polícia de costumes’, ou seja, repressão de festas com cachaça, música afro-brasileira e, evidentemente, maconha”. Em 1830, o município do Rio de Janeiro proibiu o “pito de pango” ou *cannabis* para fumo, consumido majoritariamente pela população negra. Essa foi a primeira lei do tipo no Brasil. A Câmara Municipal do Rio de Janeiro proibiu a venda e a armazenagem da *cannabis* pelos boticários, penalizando os usuários com três dias de cadeia e o vendedor, com multa.

Na segunda metade do século XIX, começaram a chegar ao Brasil notícias das características recreativas da erva, por meio de livros e de artigos de pensadores franceses (CARLINI, 2006). O primeiro registro das propriedades medicinais da *cannabis* no Brasil ocorreu em 1853 e continuou até a década de 30 (século XX). Um exemplo notório eram os “cigarros índios”, vendidos em farmácias sem necessidade de receita médica até 1926 (figura 13). Eles tratariam males respiratórios e do sono, conforme França (2013).

Figura 13 - Propaganda dos cigarros índios



Fonte: Carlini, 2006

O proibicionismo da *cannabis* teve início na segunda metade do século XIX, por meio de sanções para usuários e fornecedores. A repressão se intensificou após os eventos da Conferência Internacional do Ópio em 1925, até que, em 1932, foi

promulgada a primeira legislação federal, o Decreto nº 20.930, que equiparava a *cannabis* às demais substâncias acordadas como perigosas na referida Conferência:

Art. 1º São consideradas substâncias tóxicas de natureza analgésica ou entorpecente, para os efeitos deste decreto e mais leis aplicáveis, as seguintes substâncias e seus sais, congêneres, compostos e derivados, inclusive especialidades farmacêuticas correlatas: I - O ópio bruto e medicinal; II - A morfina; III - A diacetilmorfina ou heroína; IV - A benzoilmorfina; V - A dilandide; VI - A dicodide; VII - A eucodal; VIII - As folhas de coca; IX - A cocaína bruta; X - A cocaína; XI - A ecgonina; XII - A "cannabis indica" (BRASIL, 1932.)

Outro aparato legal que teve efeito sobre a *cannabis*, segundo França (2013), foi o Código Penal de 1940, cujo art. 281 que previa penas de um a cinco anos de reclusão e multa para atividades de importação, exportação, venda, fornecimento ou posse de substância entorpecente. Esse artigo sofreu as seguintes alterações nos anos seguintes:

- 1941 - Decreto-Lei nº 3.114: Dispôs sobre a fiscalização de entorpecentes e indica membros para a Comissão Nacional de Fiscalização de Entorpecentes;
- 1964 - Lei nº 4.451: Proibiu o ato de plantar qualquer entorpecente, não distingue usuário e traficante;
- 1968 – Decreto-Lei nº 385: Adotou uma lista de substâncias proibidas pela Convenção Única de Entorpecentes e fixou multa com base no salário-mínimo.

Com tais mudanças, deixou de haver distinção entre usuário e traficante. Nesse sentido, outra mudança ocorreu com a Lei nº 6.368/1976, que distinguiu essas duas figuras. Em 1953, o Ministério da Saúde editou o livro "Maconha: coletânea de trabalhos brasileiros", com o objetivo, segundo França (2013), de dar conhecimento aos malefícios da *cannabis* do ponto de vista de diversas áreas: médica, jurídica, psiquiátrica, sociológica e outras. Carlini (2006, p. 316) ilustra o cenário das décadas seguintes:

Esta postura repressiva permaneceu durante décadas no Brasil, tendo para isso o apoio da Convenção Única de Entorpecentes, da Organização das Nações Unidas (ONU), de 1961, da qual o Brasil é signatário. Como sabemos, essa convenção ainda considera a maconha uma droga extremamente prejudicial à saúde e à coletividade, comparando-a à heroína e colocando-a em duas listas condenatórias.

O panorama da década de 60 destacou-se com o surgimento do movimento *hippie*, como representante da contracultura. O movimento obteve certa aderência

no Brasil, e a *cannabis* tornou-se mais comum em camadas sociais mais privilegiadas. Conforme França (2013), uma edição da revista *Veja*, de 1970, publicou que a planta também era usada fora das “zonas de marginais”, como uma ocasionalidade. Outras reportagens da época reproduziram imagens da *cannabis* em um tom mais alarmista, atribuindo seu uso ao hábito de copiar o estrangeiro, referindo-se à nova imagem da *cannabis* no exterior.

Na década seguinte, o uso da planta tornou-se comum no meio artístico nacional e internacional. Em 1976, o cantor Gilberto Gil foi condenado a um ano de reclusão e a uma multa de 50 salários mínimos pela posse de trinta cigarros de maconha, e Rita Lee também chegou a ser penalizada pelo consumo. Esses fatos foram resultado da pouca tolerância das autoridades. A mídia, que importava reportagens de veículos estrangeiros, relativizava os malefícios da *cannabis*. Anos mais tarde, o foco foi a cocaína, devido à sua nova popularidade e seus efeitos devastadores. A década também se caracterizou pela política global de combate às drogas iniciada pelos EUA em 1971.

A Constituição brasileira, de 1988, estabeleceu que o tráfico de drogas é um crime inafiançável e não passível de anistia. Os argumentos pelo fim da proibição da *cannabis* na década de 80 trouxeram a questão racial e histórica da planta no país, apontando o fracasso das políticas repressivas e apresentando, como alternativa, políticas de educação, prevenção e diálogo. Tal postura foi, em parte, reconhecida pela mídia de massa na década seguinte. Inclusive, a revista *Veja* divulgou que o modelo só tinha fracassos a contabilizar e que havia necessidade de uma mudança de estratégia de combate ao uso e tráfico de entorpecentes (FRANÇA, 2013).

Em 2000, essa revista afirmou que a maconha era tida como quase liberada no país e que não existia um perfil de consumidor, visto que ela era consumida por várias classes sociais (FRANÇA, 2013). Nessa década, houve várias iniciativas de normalização e multiplicaram-se pesquisas sobre seus efeitos. Nesse contexto, foi criada a Lei nº 11.343/06, Lei Antidrogas vigente, que estabelece penas distintas para o usuário e o traficante. O art. 28 dessa lei tipifica:

Quem adquirir, guardar, tiver em depósito, transportar ou trazer consigo, para consumo pessoal, drogas sem autorização ou em desacordo com determinação legal ou regulamentar será submetido às seguintes penas:

I - Advertência sobre os efeitos das drogas;

II - Prestação de serviços à comunidade;

III - medida educativa de comparecimento à programa ou curso educativo.

§ 1o Às mesmas medidas submete-se quem, para seu consumo pessoal, semeia, cultiva ou colhe plantas destinadas à preparação de pequena quantidade de substância ou produto capaz de causar dependência física ou psíquica.

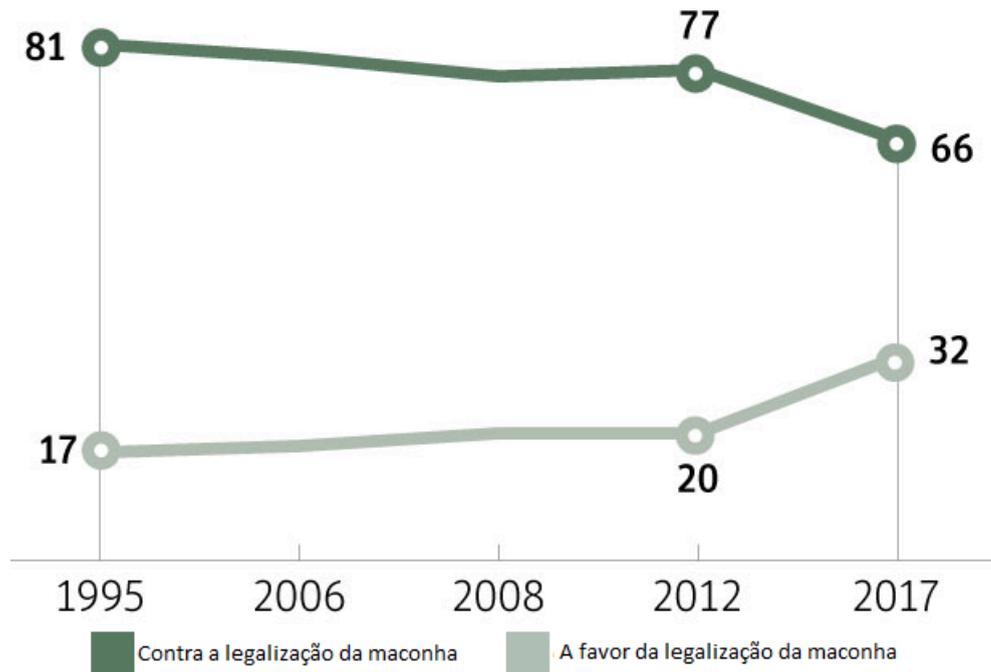
§ 2o Para determinar se a droga destinava-se a consumo pessoal, o juiz atenderá à natureza e à quantidade da substância apreendida, ao local e às condições em que se desenvolveu a ação, às circunstâncias sociais e pessoais, bem como à conduta e aos antecedentes do agente. (BRASIL, 2006)

A Lei atual falha ao parametrizar quantidades para o consumo pessoal, cabendo ao juiz decidir se o indivíduo é traficante ou não. A consequência é uma grande disparidade nas sentenças proferidas. Sobre essa indefinição, ilustra-se o Recurso nº 635.659, impetrado, no Superior Tribunal Federal (STF), por um presidiário flagrado com uma pequena quantidade de maconha e penalizado como traficante:

Recurso extraordinário, em que se discute, à luz do art. 5º, X, da Constituição Federal, a compatibilidade, ou não, do art. 28 da Lei 11.343/2006, que tipifica o porte de drogas para consumo pessoal, com os princípios constitucionais da intimidade e da vida privada. (BRASIL, 2011)

Três ministros votaram a favor do recurso, mas o processo, atualmente, encontra-se sem data para continuação do julgamento. Caso os demais sigam o voto dos primeiros três ministros, o efeito de jurisprudência seria o da descriminalização do porte de pequenas quantidades de maconha. O resultado favorável a esse recurso influencia positivamente a normalização da *cannabis* no país, muito embora se saiba que, segundo pesquisa do Datafolha (2018), a maioria da população é contrária à legalização (gráfico 1).

Gráfico 1–Pesquisa Datafolha sobre a opinião da população sobre a legalização da maconha



Fonte: Datafolha (adaptado).

Um dos três ministros que já votaram sumariza sua posição:

O poder do tráfico advém da ilegalidade, faz com que ele seja o poder econômico e o poder político nas comunidades carentes e impedem as famílias de bem de criarem seus filhos numa cultura de honestidade, porque eles são cooptados pelo tráfico [...] Significa regular, fiscalizar, cobrar tributo, não deixar fazer publicidade, não deixar vender para menor, ter cláusula de advertência e campanhas de esclarecimento, além do que terminar com o fruto proibido também diminuirá a demanda (G1, 2017).

Algumas iniciativas para a legalização da *cannabis* tramitam no âmbito legislativo:

- Senado Federal
 - PLS 514/2017. Autoria: Marta Suplicy - Pedido de iniciativa popular, debate o uso médico da *cannabis* para portadores de enfermidades específicas;
- Câmara dos Deputados:
 - PL 10549/2018. Autoria: Paulo Teixeira - Disciplina o controle, a fiscalização e a regulamentação da produção e uso da *cannabis* e de seus derivados;

- PL 7187/2014. Autoria: Eurico Júnior - Dispõe sobre o controle, a plantação, o cultivo, a colheita, a produção, a aquisição, o armazenamento, a comercialização e a distribuição de maconha (*cannabis sativa*) e seus derivados;
- PL 7270/2014. Autoria: Jean Wyllys - Regula a produção, a industrialização e a comercialização de *cannabis*, derivados e produtos de *cannabis*; dispõe sobre o Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas; cria o Conselho Nacional de Assessoria, Pesquisa e Avaliação para as Políticas sobre Drogas; altera as Leis nºs 11.343, de 23 de agosto de 2006, nº 8.072, de 25 de julho de 1990, e nº 9.294, de 15 de julho de 1999 e dá outras providências.

Apesar de tais tratativas, famílias e instituições têm obtido na justiça o direito de plantar e processar a planta para fins medicinais (MORI, 2018). Para pressionar as instituições acerca do debate da *cannabis* legal, foram criados os clubes de cultivo, entidades civis inspiradas em experiências semelhantes na Europa. Os criadores do clube o definem como “desobediência civil, coletiva e planejada” (SABÓIA, 2017).

Pode-se emprestar alguns dos argumentos a favor da regulamentação de jogos de azar e aplicá-los à realidade da legalização e regulamentação da *cannabis*. O Projeto de Lei do Senado nº 186/2014, que dispõe sobre a exploração de jogos de azar no território nacional, apoia-se no seguinte raciocínio:

A prática dos jogos de azar é socialmente aceita e está arraigada nos costumes da sociedade. O jogo do bicho existe há mais de um século (desde 1892), tendo se tornado contravenção em 1941. Ele faz parte da cultura, já se tornou um folclore na nossa sociedade. A lei penal não tem o poder de revogar a lei econômica da oferta e da procura. Se a demanda não for suprida pelo mercado lícito, será suprida pelo mercado ilícito. (PLS 186/2014).

No panorama global, o UNODC, em 2014, referiu-se à descriminalização das drogas como uma forma eficiente de descongestionar o sistema prisional. No Brasil, somente em 2015 a *cannabis* foi retirada da lista de substâncias proibidas, sendo incluída no rol de substâncias controladas (ANVISA, 2017).

Desde então, diversos pacientes têm obtido, por meio de salvo-condutos, capacidade de produção de *cannabis* para fins médicos (CARVALHO, 2017). Grupos, como o Abrace Esperança, receberam licença para cultivo e preparo de

óleos de *cannabis* e para seu fornecimento a famílias que não têm acesso a terapia. Contudo, a demanda pelos extratos de *cannabis* é maior que a produção legal, o que leva à procura do mercado paralelo (VICE, 2018).

Nesse processo de legalização, um dos aspectos que, com certeza, deve contribuir significativamente é o uso medicinal da planta, a exemplo dos EUA. Deve-se considerar, porém, a possibilidade de uma nova política antidrogas no país, com abordagem mais restritiva no contexto do atual governo, cuja pauta, nesse sentido, é o combate ao crime organizado e às drogas em geral.

Tendo em vista a macrotendência de normalização da *cannabis* no mundo, a consequente tolerância da sociedade, bem como o caráter histórico, cultural e social dos usos dessa planta, pode-se encontrar espaço para a mudança nos modelos legislativos e regulatórios vigentes no Brasil, bem como para a tentativa de controle das dinâmicas de mercado da *cannabis* pelos entes estatais. Para tanto, os desafios são diversos, pois seus impactos têm efeitos complexos sobre a sociedade, e a descriminalização apresenta-se como uma alternativa ao mercado ilegal das drogas e as consequências sobre o tecido social (principalmente no que tange a violência e o crime).

5.2 ASPECTOS SOCIAIS

A postura de enfrentamento do Estado brasileiro às drogas tem causado diversos impactos negativos sobre a sociedade de maneira geral. O relatório “Impacto econômico da legalização da *cannabis* no Brasil” de 2016, da Câmara dos Deputados, aponta alguns deles:

[...] a criminalização e a desproporcionalidade no tratamento do uso e do tráfico de entorpecentes no Brasil, advindos da Lei no 11.343, de 2006, têm gerado aumento de penas, encarceramento e violência, especialmente para pessoas mais pobres e vulneráveis, sem que tenha sido verificada redução no consumo ou na venda de drogas. Não são negligenciáveis os custos relativos a diversos desses aspectos associados à atual perspectiva brasileira sobre as drogas, em que se destaca a maconha.

Dados do Conselho Nacional de Justiça corroboram esse relatório: o Banco Nacional de Monitoramento de Prisões, que converge informações sobre os indivíduos no sistema prisional, indica que 24% da população carcerária foi penalizada por crimes de tráfico de drogas. Tais crimes são um dos principais

impulsionadores do crescimento dessa população carcerária, que saltou de 90 mil detentos, na década de 90, para aproximadamente 726 mil, a terceira maior população em prisões do mundo, segundo a Agência Brasil (2018).

O Brasil também apresenta um grande número de homicídios relacionados com o tráfico de drogas e com o crime organizado (CAESAR; REIS, 2018). Há, também, indícios da correlação entre a incidência de atividades de narcotráfico (no que tange às disputas entre facções) e o aumento do número de mortes violentas (MARTINS, 2018).

A demanda por drogas no Brasil é maior do que a quantidade produzida no território nacional. Estima-se que apenas 40% da *cannabis* consumida no mercado doméstico também seja produzida no país (PRAGMATISMO POLÍTICO, 2018). A produção ocorre, majoritariamente, na região Nordeste, havendo entre os estados da Bahia e de Pernambuco o “polígono da maconha”, no qual se concentram municípios produtores, visto que a *cannabis* é uma planta facilmente adaptável, pode florir durante todo o ano e gera lucratividade advinda do tráfico. Situação similar pode ser observada em países do norte da África e do Oriente Médio (TENNENT, 2013). O restante da produção de *cannabis* provém, em sua maioria, de outros países da América Latina, principalmente do Paraguai (G1, 2014).

Por ser o Brasil o país que consome mais *cannabis* na América do Sul, o narcotráfico encontrou, aqui, um grande espaço de atuação, e as organizações criminosas vêm expandindo sua influência para os países vizinhos, a fim de controlar a cadeia produtiva.

Outro fator a se levar em conta é o uso religioso da *cannabis* pelas religiões de matriz afro, hindu e rastafári (FRANÇA, 2013). A lei de antidrogas brasileira faz uma ressalva às substâncias de “uso estritamente ritualístico-religioso”:

Parágrafo único. Para fins desta Lei, consideram-se como drogas as substâncias ou os produtos capazes de causar dependência, assim especificados em lei ou relacionados em listas atualizadas periodicamente pelo Poder Executivo da União.

Art. 2º - Ficam proibidas, em todo o território nacional, as drogas, bem como o plantio, a cultura, a colheita e a exploração de vegetais e substratos dos quais possam ser extraídas ou produzidas drogas, ressalvada a hipótese de autorização legal ou regulamentar, bem como o que estabelece a Convenção de Viena, das Nações Unidas, sobre Substâncias Psicotrópicas, de 1971, a respeito de plantas de uso **estritamente ritualístico-religioso**. (BRASIL, 2006)

Tal ressalva permite o consumo da ayahuasca, porém, não faz referência à *cannabis*. Portanto, seu uso é proibido para fins religioso no país. Caso que evidência tal contradição é a prisão do fundador da primeira igreja rastafári do Brasil, cujo recurso aguarda julgamento no STF (ROCHA, 2018).

5.3 ASPECTOS ECONÔMICOS

Tendo em vista a escassez de pesquisas acerca do tema da *cannabis*, especialmente no Brasil, faz-se complexa a análise e o dimensionamento econômico de um possível mercado legal no país. Utiliza-se para tanto, como principal fonte para essa tarefa, o citado estudo “Impacto econômico da legalização da *cannabis* no Brasil”, da Câmara dos Deputados (2016). O relatório estima, em um primeiro momento, a arrecadação do mercado da *cannabis* legal no país com base no modelo implementado pelo Uruguai, fazendo aproximações com dados do mercado brasileiro. Para base de cálculo, foi estimado de forma conservadora que o número de usuários de *cannabis* no Brasil é de 2.744.712/mês. Com base nesses dados, obteve-se a cifra de R\$5,69 bilhões/ano como gasto estimado do brasileiro com *cannabis* legal. O relatório também faz projeções que levam em conta taxas de prevalência e de crescimento de uso (baseadas na experiência do Colorado) e apresenta a cifra de R\$6,68 bilhões/ano. Mas tais estimativas e projeções são limitadas, devido à inexatidão dos dados utilizados. A cifra poderia ser maior se o relatório levasse em conta a *cannabis* em sua forma de derivados (como comestíveis e extratos), bem como o consumo de usuários eventuais. Esta cifra de R\$ 6,6 bilhões anuais não apenas representa um novo mercado robusto, mas se equipara a setores já estabelecidos da economia brasileira, evidenciando que o potencial econômico da *cannabis* vai além de um nicho, podendo se tornar um vetor de arrecadação e desenvolvimento.

O relatório estima, ainda, o montante da arrecadação de impostos gerados pelo mercado legal da *cannabis*, tendo como base a projeção de mercado realizada anteriormente. Presume-se que o Estado poderia arrecadar entre 5 bilhões (demanda estável) e 5,9 bilhões de reais ao ano (crescimento da demanda). A possível economia no sistema prisional gerada, segundo esse relatório, seria de R\$ 997,3 milhões.

Outras possibilidades econômicas para a *cannabis* estão relacionadas com o uso industrial. Os derivados do cânhamo – variante que não causa efeitos psicoativos, conforme já citado – podem ser substitutos na produção de biocombustíveis, de fármacos, alimentos, bebidas, material de construção e tecidos (KAUR, 2018).

Diante dessas possibilidades, algumas empresas já estão investindo no mercado brasileiro da *cannabis* legal, apesar das dificuldades enfrentadas pelo modelo legislativo e pelo regulatório atuais. Empresas como a Dr. *Cannabis*, que intermedeia a busca por médicos que prescrevem derivados de *cannabis* para doenças crônicas, e a *PhytoLab*, farmacêutica nacional que produz medicamentos substâncias canabinóides, são exemplos de investimentos na área (MARTINS, 2018).

A falta de ambiente regulatório permissivo faz com que muitas empresas brasileiras busquem desenvolver no exterior suas atividades relativas à *cannabis*. O maior exemplo disso é o da Ab Inbev, dona da AMBEV, gigante do mercado de bebidas que investe na produção de bebidas com derivados de *cannabis* (BLOOMBERG NEWS, 2018). O movimento também ocorreu por parte de outros grandes nomes do mercado de bebidas, como a Coca-Cola (HALE, 2018), e a cerveja Corona, que é dona de 38% de uma das maiores empresas produtoras de *cannabis* do Canadá (EXAME, 2018).

O Brasil tem um notório e reconhecido potencial agrícola; seu território e clima são extremamente favoráveis à agricultura de modo geral e à capacidade tecnológica para o cultivo. A planta, como insumo agrícola, proporciona diversas possibilidades de incremento da economia nacional e pode ser vetor de desenvolvimento de áreas rurais, dada a grande demanda mundial, tanto das substâncias psicoativas, quanto dos outros produtos industriais e medicinais.

6 POSSIBILIDADES DE APROVEITAMENTO TURÍSTICO DO CANNABISMO BRASIL

Ao mesmo tempo em que o consumo da *cannabis* no Brasil é uma realidade, inclusive em viagens, apesar de seu status ilegal, observa-se a rápida expansão e retorno econômico que o turismo de *cannabis* tem mostrado no mundo. Tendo em vista esse contexto, faz-se necessário pensar sobre o possível desenvolvimento da atividade de turismo de *cannabis* no Brasil.

Observe-se que mesmo uma regulamentação pouco abrangente da *cannabis* pode propiciar ganhos econômicos significativos para destinos, bem como custos sociais (como na Holanda). No Colorado, pode-se ver com mais clareza a formação de um nicho de turismo, derivado da extensa regulamentação da *cannabis* – a legislação ainda se desenvolve, aberta à experimentação e à adaptação –, bem como a possível mensuração/avaliação desse mercado por meio de indicadores.

No Colorado, há lições importantes sobre a destinação de recursos provenientes da *cannabis*. Elas poderiam ser replicadas em eventual modelo brasileiro, como na saúde, educação e segurança; tais investimentos auxiliam indiretamente o destino. O aparecimento do nicho de *cannabis* ainda pode contribuir para desenvolvimento da infraestrutura turística comum a outros segmentos.

6.1 ATIVIDADES, SEGMENTOS E DESTINOS RELACIONADOS

A dimensão continental do território brasileiro propicia a existência de diversos destinos, resultando em uma gama de opções de viagem para o turista. Assim, alguns aspectos desses destinos podem ser tidos como diferenciais, bem como outras características podem surgir, a fim de atender ao público consumidor do nicho de *cannabis*. Tendo como base o relatório da pesquisa *Cannabisfera* (2017), foram elencados possíveis destinos, segmentos e atividades de turismo de *cannabis* que poderiam ser organizados no Brasil, tendo em vista características prévias e potenciais da destinação.

6.1.1 História e cultura

Desde a introdução da *cannabis* no Brasil, durante o período colonial, a relação da planta com a sociedade brasileira passou por diversas fases. Tal evolução gestou uma cultura canábica genuinamente brasileira (apesar de pontuais influências estrangeiras), composta por uma multitude de fatos e por narrativas que podem ser de interesse dos consumidores do turismo de *cannabis*. A carga histórica e cultural da *cannabis* no Brasil pode servir como fator de atração e de insumo para produtos turísticos relacionados a essa planta.

Nesse sentido, um dos atrativos que poderia surgir no território brasileiro para atender os turistas de *cannabis* seria um museu da planta (como em Amsterdam e Las Vegas). A antiga Casa Real de Linho Cânhamo (figura 14) poderia hospedar tal iniciativa, contando-se a história da produção de *cannabis* no Brasil.

Figura 14 - Casa da feitoria, antiga Casa Real de Linho Cânhamo



Fonte: Paulo Henrique – Jornalismo *on line*²⁰

A cultura canábica brasileira em tempos contemporâneos tornou-se intimamente ligada à música, como aponta a referida pesquisa *Canabisfera*. Diversos são os artistas que tiveram envolvimento com a *cannabis* (de maneira declarada ou não), nomes citados, como Gilberto Gil e Rita Lee, também Marcelo D2 e Bezerra da Silva são notórios defensores do uso recreativo da planta. Ritmos da MPB, como samba e outros, além de vários do cenário popular, como rap, *hip-hop*, rock e *reggae* têm laços com a *cannabis*. E entre as evidências de tal proximidade está o desenvolvimento de *varietais* da *cannabis*, as chamadas *strains*, identificadas

²⁰ Disponível em: <https://paulophm.wordpress.com/168>. Acesso em: 12 fev 2019.

com nomes que remetem a artistas da música brasileira, como Zeca Pagodinho, Marcelo D2 e Caetano Veloso. Outras variedades também foram inspiradas por diferentes elementos da cultura brasileira, como Xingu, Moranguinho do Nordeste e Copacabana (MACONHA SEEDS BANK, 2019).

São Luís, capital do Maranhão, tem potencial específico para o turismo de *cannabis*, devido a seu título de capital do *reggae*, gênero musical intimamente relacionado ao consumo da planta, como amplamente referido. A história da relação entre o *reggae* e São Luís iniciou na década de 70 (século XX) e, desde então, o ritmo e as atividades relacionadas à música movimentam a cena cultural da cidade e empregam milhares de pessoas (figura 15) (MACKAY, 2015).

Figura 15 - Encontro de *reggae* em São Luís



Fonte: Agência São Luís²¹

Outros fatores histórico-culturais podem contribuir para o turismo canábico brasileiro, a exemplo do “Verão da Lata”. Nesse evento, no verão de 1987, diversas latas, com conteúdo de 1,5kg de flores de *cannabis*, começaram a aparecer em praias do Sul e do Sudeste do país, devido ao naufrágio de um navio narcotraficante (HISTORY CHANNEL, s.d.). Tal acontecimento teve impacto sobre os costumes e o vocabulário dos consumidores de *cannabis* no Brasil, sendo de possível interesse para a estruturação de produtos para o turismo de *cannabis*.

²¹ Disponível em: <http://www.agenciasaoluis.com.br/noticia/21964/>. Acesso em: 5 fev 2019.

6.1.2 Natureza e misticismo

A pesquisa *Canabisfera* aponta o interesse do público consumidor de *cannabis* por atividades no meio natural (66% dos entrevistados), sendo essas compreendidas pelo segmento de ecoturismo. O Brasil tem grande potencial nessa área, sendo considerado o país com a maior e mais ampla diversidade de atrativos naturais (SCHWAB, 2016). Com o possível advento da legalização da *cannabis*, áreas de natureza e parques naturais podem experimentar aumento na visitação deste público específico.

Destinos que utilizam de atrativos naturais para compor seus produtos turísticos podem se ver obrigados a criar regulamentações específicas para controlar o uso da *cannabis* nos locais, bem como campanhas educativas relativas à segurança do usuário. Os parques federais no Colorado, por exemplo, proibem o uso de *cannabis* em suas dependências – bem como o de qualquer tipo de cigarro–, política se deve à proibich o federal da substância. Os *websites* dos parques nacionais nesse estado avisam sobre o uso da *cannabis*, informando as multas e penas cabíveis ao usuário (NATIONAL PARK SERVICE, 2019).

O interesse por questões místico-esotéricas, que podem ser identificadas em algumas destinações no país, é outro fator que pode influenciar o público consumidor de *cannabis*, muitas vezes ligado ao ambiente natural do local. Destinos como a citada São Thomé das Letras (MG) e os municípios próximos ao Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (GO) são locais que podem atrair um grande fluxo de turistas de *cannabis*.

6.1.3 Sol e praia

Outro segmento turístico com potencial de sinergia com o mercado da *cannabis*   o de sol e praia, também ligado à natureza nos destinos costeiros e de interesse entre o público consumidor da planta. Destacam-se, como possíveis exemplos nesse sentido, os destinos litorâneos próximos a regiões produtoras de *cannabis* – como o referido polígono da maconha– , região na fronteira da Bahia com Pernambuco, bem como Sergipe e Alagoas; esses poderiam ver incrementados

seus fluxos turísticos por tal proximidade. O cenário se repete em outros destinos, como a Espanha, próxima ao norte da África, notório pela produção de haxixe, subproduto da *cannabis* (HOFFMANN, 2014) e a praia de Goa, na Índia (BELHASSEN; URIELY, 2006)

Aqui, ainda se pode citar o Rio de Janeiro como possível destino, tendo em vista o atual poder no narcotráfico na cidade – possível indicador de alta oferta e demanda. O Posto 9, da praia de Ipanema, é um ponto importante da relação da *cannabis* com a cidade. No local, o consumo ocorre de maneira indiscriminada, e a fama vem desde a década de 90 (GRILLO, 2015). O local serve também como ponto de encontro para a Marcha da Maconha na cidade (figura 16).

Figura 16 - **Posto 9, praia de Ipanema, durante a Marcha da Maconha**



Fonte: Budmaps²²

6.1.4 Outros segmentos: negócios, eventos e saúde

Com base na experiência de outros países, infere-se que o turismo brasileiro seria significativamente impactado pela regulamentação da *cannabis*. No turismo de negócios e eventos, por exemplo, dar-se-iam novas relações comerciais relativas à cadeia produtiva da *cannabis*. Reuniões e viagens para prospecção de negócios aumentariam o fluxo turístico de cidades produtoras, além da possibilidade de realização de eventos para o público consumidor, nos moldes da *Cannabis Cup*, bem como feiras focadas no público empresarial. Outros eventos que têm relação com o público consumidor de *cannabis* são os shows e festivais de música. O

²² Disponível em: <https://budmaps.com.br/listando/posto9/>. Acesso em: 8 fev 2019.

consumo regulamentado de *cannabis* nesses espaços pode contribuir para uma maior lucratividade dos eventos.

O turismo de saúde poderia se beneficiar também pela procura de tratamentos médicos com uso de *cannabis*, assim como ocorre no Colorado (DEMPSEY, 2018), além da inclusão de serviços que utilizam a *cannabis* em spa's e retiros, como terapias com óleos preparados com substâncias derivadas, meditações e tratamentos holísticos que fazem uso da planta (MAZZENGA, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o conteúdo exposto, surgem questões que devem ser ponderadas anteriormente ao desenvolvimento de atividades de turismo de *cannabis*. Tais questões se mostram relevantes, tanto para o público consumidor, como para a sociedade receptora e os entes públicos envolvidos no gerenciamento e na promoção do destino turístico no Brasil.

Os aspectos positivos do nicho de turismo de drogas, apontados por Pereira e de Paula (2016), são principalmente relacionados à geração de divisas e à abertura de postos de trabalho em diferentes setores da economia. Compreende-se que o turismo de *cannabis*, em um contexto mais amplo, se enquadra nos usos recreativos da planta. Assim, ao levar-se em conta o restante do mercado de consumo recreativo, médico e industrial da planta, os ganhos potenciais para o destino são enormes.

A legalização e a consequente regulamentação da *cannabis* deve ser considerada do ponto de vista social, dada a dimensão de seus possíveis impactos para a sociedade. Um dos pontos mais sensíveis da discussão se refere à inclusão das comunidades afetadas pela guerra às drogas, incluindo aqueles que operam o mercado ilegal da *cannabis*. Em Oakland na Califórnia, metade das licenças de operação para negócios de *cannabis* é submetida a um sistema de cotas, permitindo o acesso de indivíduos que vivem em vizinhanças afetadas pela guerra às drogas, bem como daqueles que cumpriram penas por tráfico. Tal política se mostra promissora por prover ocupações para indivíduos que historicamente estão à margem da sociedade e têm dificuldade de inserção no mercado formal.

Outras cidades no estado, como Los Angeles, San Francisco e Sacramento, criaram programas de cotas similares ao de Oakland. A inclusão de pessoas nessas condições auxilia o processo de reparação social dos grupos mais afetados, principalmente o da população negra e latina (AJ+, 2018).

Os rendimentos do mercado legal da *cannabis* tem potencial para diminuir a desigualdade presente na sociedade brasileira, para qual a lógica proibicionista contribuiu. Outra área que poderia ser beneficiada seria a segurança pública, tanto a

parte logística-operacional, quanto a melhoria do sistema carcerário, provendo melhores chances de recuperação dos detentos.

A possível regulamentação deve levar em conta a capacidade de reparação de danos e distribuição de renda que a *cannabis* possui. O potencial do mercado pode alterar a realidade das comunidades que historicamente são impactadas pelos efeitos da guerra às drogas, reinserindo indivíduos que faziam parte do mercado informal do tráfico em um novo ciclo produtivo regulamentado. Nesse sentido, o turismo de *cannabis* apresenta-se como mais uma possibilidade de reinserção desses indivíduos no mercado gerado pela legalização dessa planta.

O benefício mais tangível e evidente do turismo de *cannabis* é o incremento do número de visitantes a determinadas localidades, os gastos no local, a geração de trabalho, a renda e a conseqüente dinamização da economia. Há ainda outros benefícios e riscos que devem ser ponderados antes de se aderir a essa proposta.

Um dos riscos possíveis em um cenário de legalização da *cannabis* é a mudança de percepção das pessoas sobre o destino. Apesar de não haver estudos específicos, a experiência dos destinos analisados neste trabalho aponta uma correlação entre o processo de legalização e uma nova percepção dos destinos no imaginário coletivo, como no Uruguai (figuras 17 e 18).

Figura 17 – Marca país do Uruguai



Fonte: Site da Marca País do Uruguai²³

²³ Disponível em: marcapaisuruguay.gub.uy. Acesso em: 3 fev 2019.

Figura 18 - Camiseta com a marca país do Uruguai com a folha *cannabis*



Fonte: G1, 2017²⁴

Uma das possibilidades levantadas pelos ativistas pró-legalização é a da diminuição da violência – tendo em vista a redução do tráfico de drogas – e a consequente melhora na imagem dos destinos. Caso tal teoria se confirme, a imagem turística do Brasil e dos diversos destinos do país poderia ser impactada positivamente. Contudo, esse cenário não foi observado nos locais que já aderiram ao processo de regulamentação. Ao contrário do que se esperava, houve o aumento do tráfico de drogas entre o destino e as regiões próximas.

Esse panorama é a realidade observada em ambos os locais investigados. Na Holanda, foram utilizadas estratégias específicas para lidar com o problema – cadastro de compradores e diminuição da capacidade de compra diária em cidades fronteiriças; no Colorado, com a finalidade de suprir outros estados, observa-se a crescente aparição de cultivos ilegais de *cannabis* em comunidades pequenas, onde a capacidade de ação policial é menor.

Há de se levar em conta os possíveis efeitos sobre a demanda; a legalização coloca fim no “efeito fruto proibido”, no qual os usuários são atraídos pelo caráter proibitivo da droga. Contudo, segundo o referido relatório da Câmara dos Deputados (2016), haveria aumento da demanda pela *cannabis*, devido à facilidade de acesso. Acredita-se que a diminuição da demanda, causada pelo fim do efeito do fruto, anule-se com o aumento causado pela facilidade de acesso. Os estudos citados não levam em conta o possível aumento do fluxo de estrangeiros no país, atraídos pelo turismo de *cannabis*, que poderia alterar o equilíbrio de demanda teorizado.

²⁴Disponível em: g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/09/24. Acesso em: 3 fev 2019.

Segundo Pereira e de Paula (2016), há outros fatores associados ao turismo de drogas, como as possíveis intensificação da taxa de crimes (associada ao comércio ilegal de substâncias) e introdução de novas drogas no mercado; o estímulo do uso por moradores locais; a desordem dos turistas e casos de prostituição. Problema específico do turismo de *cannabis* é o aumento da potência da erva para satisfazer turistas, como visto na Holanda (MONSHOUWER et al., 2011)²⁵.

A popularidade desse tipo de turismo nos dias atuais pode ser resultado da escassez da oferta, encontrada em um número limitado de destinos. É possível que o processo de normalização (em escala global) avance ao ponto em que a *cannabis* e seus derivados sejam encontradas, por exemplo, ao lado de cigarros de tabaco em área restrita de supermercados. Essa possibilidade lança dúvidas sobre a sustentabilidade dos investimentos em turismo de *cannabis* no longo prazo, dado que o principal motivador de deslocamento pode ser encontrado no entorno habitual.

Outro cenário seria o da competição entre alguns destinos, tendo em vista diferenciais, como a qualidade da *cannabis* no local, a cultura canábica, atrativos e atividades relacionadas ao tema – aliadas a outros fatores que compõem a cadeia produtiva tradicional do turismo, como a infraestrutura turística, cultura, gastronomia e atrativos naturais. Nesse cenário, destinos que optaram pela legalização da *cannabis* de maneira precoce podem encontrar algum tipo de vantagem.

A fim de prospectar as consequências da mudança do regime de drogas em um dado local, MacCoun e Reuter (1997) apresentam três estratégias:

- Utilizar teorias e pesquisas sobre o tema – eles se referem à dificuldade de extrapolar a pesquisa de uma localidade para outra;
- Conceber um experimento demonstrativo, estudos controlados para coletar dados e testar políticas – são dificilmente possíveis, devido a barreiras legais, éticas, políticas e logísticas;
- Projeção dos efeitos da legalização das drogas com base em analogias da proibição de outras drogas, em diferentes locais e

²⁵Acredita-se que o aumento da concentração de THC (substância psicoativas na cannabis) na planta pode levar o consumidor a desenvolver problemas de ordem psíquica.

períodos temporais – estratégia mais empregada nos discursos pró-legalização.

Nesse contexto, é preciso atentar para a sustentabilidade da proposta. Cada tipo de turismo varia de acordo com a especificidade dos destinos, de seus recursos, localização, atividades desenvolvidas, comunidade local, escala de operação e com o perfil do turista que consome o produto turístico (NOVELLI, 2005). Segundo essa autora, particularizações geram *insights* melhores do que generalizações. Compreende-se, assim, diante do exemplo de outros locais, que o planejamento de destinos do turismo de *cannabis* deve levar em conta as particularidades e especificidades dos destinos, bem como o caráter experimental da implantação. Isso devido às poucas referências quanto ao tema.

Apesar das diversas potencialidades do mercado da *cannabis* legal, deve-se pautar a regulamentação do cultivo e da comercialização dessa planta de forma a mitigar os possíveis danos causados por seu consumo. Campanhas educativas, restrições para promoção de produtos à base de *cannabis* e o financiamento de centros de tratamento de dependentes químicos são algumas das soluções possíveis para contornar os problemas gerados pelo novo mercado legal.

A análise dos destinos pioneiros em turismo de *cannabis*, Holanda e Colorado, evidencia a capacidade deste nicho para atrair fluxos de visitantes, gerar empregos e incrementar a arrecadação de impostos . Um benefício social relevante é a desvinculação da *cannabis* do mercado ilícito, o que pode reduzir a exposição de jovens a outras drogas e permitir a regulamentação de toda a cadeia produtiva. Observa-se, ainda, a rápida capacidade de adaptação e desenvolvimento de serviços turísticos vinculados à planta, que se integram intermitentemente à infraestrutura turística tradicional.

O processo de normalização da *cannabis* influencia o desenvolvimento do turismo, impulsionado pela divulgação em canais digitais que alcançam um público com motivações diversas. Contudo, a experiência internacional demonstra que a legalização não extingue o mercado paralelo; pelo contrário, pode gerar novas dinâmicas ilegais no entorno dos destinos regulamentados, especialmente quando há diferenças nos modelos legislativos.

A pesquisa bibliográfica permitiu a contextualização histórica, legal, social e econômica da *cannabis* no Brasil, identificando que o consumo associado a viagens já ocorre, apesar da ilegalidade. Com base nisso, foram apontados potenciais atrativos e destinos que seriam impactados por uma eventual legalização. No que tange à demanda, a análise aponta para a inexistência de um perfil único de consumidor, sugerindo uma heterogeneidade entre os potenciais turistas.

Este estudo contribui ao desvelar as possibilidades e ameaças para a atividade turística de *cannabis* no Brasil, preenchendo uma lacuna na produção acadêmica nacional sobre o tema. A principal limitação encontrada foi a insuficiência de publicações específicas, o que restringiu o aprofundamento em certas áreas. Diante disso, sugere-se que pesquisas futuras adotem abordagens qualitativas para delimitar o perfil da demanda no contexto brasileiro e investiguem a formação da imagem de destinos de *cannabis*, mensurando seus impactos na percepção de outros segmentos de turistas.

Por fim, embora não haja evidências definitivas de que o aproveitamento turístico da *cannabis* no Brasil possa transcender a geração de emprego e renda, acredita-se que a legalização apresenta um potencial benefício para a redução dos altos custos sociais decorrentes da atual política de enfrentamento ao tráfico. O processo de regulamentação poderia fomentar a reinserção de indivíduos afetados pela "guerra às drogas", com a distribuição da renda gerada para a melhoria de serviços públicos e programas sociais.

Contudo, é preciso ponderar os riscos. A esperada diminuição da violência, que melhoraria a imagem do Brasil, não foi uma ocorrência observada nos destinos analisados. Pelo contrário, existe a possibilidade de que a imagem turística do país, já associada a estigmas como o do turismo sexual, seja negativamente reforçada pela legalização da *cannabis*, ofuscando outros atrativos e consolidando uma percepção internacional limitada do destino.

A análise de destinos precursores no turismo de *cannabis*, como Holanda e Colorado, demonstra a capacidade desse nicho em atrair visitantes, gerar empregos

e aumentar a arrecadação de impostos. Um benefício social significativo reside na desvinculação da cannabis do mercado ilícito, o que pode reduzir a exposição de jovens a outras substâncias e possibilitar a regulamentação de toda a cadeia produtiva. Observa-se, ademais, uma rápida capacidade de adaptação e desenvolvimento de serviços turísticos vinculados à planta, que se integram de modo intermitente à infraestrutura turística convencional.

O processo de normalização da cannabis influencia o desenvolvimento do turismo, impulsionado pela divulgação em plataformas digitais que alcançam um público com motivações diversas. Contudo, a experiência internacional revela que a legalização não erradica o mercado paralelo; ao contrário, pode gerar novas dinâmicas ilegais no entorno dos destinos regulamentados, especialmente quando há discrepâncias nos modelos legislativos.

A pesquisa bibliográfica permitiu a contextualização histórica, legal, social e econômica da cannabis no Brasil, identificando que o consumo associado a viagens já ocorre, apesar da ilegalidade. Com base nisso, foram identificados potenciais atrativos e destinos que seriam impactados por uma eventual legalização. No que tange à demanda, a análise aponta para a inexistência de um perfil único de consumidor, sugerindo uma heterogeneidade entre os potenciais turistas.

Este estudo contribui ao desvelar as possibilidades e ameaças para a atividade turística de cannabis no Brasil, preenchendo uma lacuna na produção acadêmica nacional sobre o tema. A principal limitação encontrada foi a insuficiência de publicações específicas, o que restringiu o aprofundamento em certas áreas. Diante disso, sugere-se que pesquisas futuras adotem abordagens qualitativas para delimitar o perfil da demanda no contexto brasileiro e investiguem a formação da imagem de destinos de cannabis, mensurando seus impactos na percepção de outros segmentos de turistas.

Por fim, embora não existam evidências definitivas de que o aproveitamento turístico da cannabis no Brasil transcenda a geração de emprego e renda, acredita-se que a legalização apresenta um potencial benefício para a redução dos elevados custos sociais decorrentes da atual política de enfrentamento ao tráfico. O processo de regulamentação poderia fomentar a reinserção de indivíduos afetados

pela “guerra às drogas”, com a distribuição da renda gerada para a melhoria de serviços públicos e programas sociais.

Contudo, faz-se necessária análise dos riscos. A esperada diminuição da violência, que melhoraria a imagem do Brasil, não foi uma ocorrência observada nos destinos analisados. Pelo contrário, existe a possibilidade de que a imagem turística do país, já associada a estigmas como o do turismo sexual, seja negativamente reforçada pela legalização da cannabis, ofuscando outros atrativos e consolidando uma percepção internacional limitada do destino.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Lei de drogas tem impulsionado encarceramento no Brasil. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-06/lei-de-drogas-tem-impulsionado-encarceramento-no-brasil>. Acesso em: 9 fev. 2019.

AJ+. **Why Oakland wants ex-convicts to grow weed**. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cl-aSLDWgb4>. Acesso em: 9 fev. 2019

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Lista oficial de fármacos inclui Cannabis**. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/rss/-/asset_publisher/Zk4q6UQCj9Pn/content/lista-oficial-de-farmacos-inclui-cannabis. Acesso em: 9 fev. 2019.

BALLOTPEDIA. Colorado medical use of marijuana. **Initiative 20**. 2000. Disponível em: https://ballotpedia.org/Colorado_Medical_Use_of_Marijuana_Initiative_20_. Acesso em: 5 fev. 2019.

_____. Colorado marijuana legalization initiative. **Amendment 64**. 2012. Disponível em: https://ballotpedia.org/Colorado_Marijuana_Legalization_Initiative. Acesso em: 7 fev. 2019.

BANCO MUNDIAL. **Population total**. Disponível em: <https://data.worldbank.org/indicat/sp.pop.totl>. Acesso em: 21 fev. 2019.

BARROS, André; PERES, Monique Prado. Proibição da maconha no Brasil e suas raízes históricas escravocratas. **Periferia**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 1-15, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/periferia/article/view/2221>. Acesso em: 19 set. 2018.

BARRUS, Daniel G.; RESSLER, Kevin L.; WILEY, Jenny L. Tasty THC: promises and challenges of cannabis edibles. **Methods Report RTI Press**, Research Triangle Park, NC, nov. 2016. DOI: 10.3768/rtipress.2016.mr.0034.1611. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5260817/>. Acesso em: 15 out. 2018.

BELHASSEN, Yaniv; SANTOS, Carlos A.; URIELY, Natan. Cannabis usage in tourism: a sociological perspective. **Leisure Studies**, v. 26, n. 3, p. 303-319, 2007. DOI: 10.1080/02614360600890538.

BERKE, J. **California's cannabis market is expected to soar to \$5.1 billion — and it's going to be bigger than beer**. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/california-legalizing-weed-on-january-1-market-size-revenue-2017-12>. Acesso em: 20 out. 2018.

BLOOMBERG NEWS. **Dona da Ambev, AB InBev vai entrar no negócio da maconha**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/dona-da-ambev-ab-inbev-vai-entrar-no-negocio-da-maconha-23319139>. Acesso em: 9 fev. 2019.

BOFFEY, D. **Netherlands becoming a narco-state, warn Dutch police**. Disponível em:

<https://www.theguardian.com/world/2018/feb/20/netherlands-becoming-a-narco-state-warn-dutch-police>. Acesso em: 8 jan. 2019.

BOYER, E; HIBBERD, P; LAPEN, P; MACALINO, G. Dissemination of psychoactive substance information by innovative drug users. **Cyber Psychology & Behavior**, v. 10, n. 1, p. 1-6, 2007.

BRASIL. Decreto nº 20.930, de 11 de janeiro de 1932. **Legislação Informatizada**. Câmara dos Deputados. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20930-11-janeiro-1932-498374-publicacaooriginal-81616-pe.html>. Acesso em: 8 fev. 2019

_____. LEI nº 11.343, de 23 de agosto de 2006. Presidência da República. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11343. Acesso em: 8 de fev. 2019

_____. Supremo Tribunal Federal. **Recurso Extraordinário 635.659**. Relator Ministro Gilmar Mendes, Brasília, 22 de fevereiro de 2011.

BREAKFAST TELEVISION. **Cannabis tourism: the next big thing?** 2018. Disponível em: <https://www.btmontreal.ca/videos/cannabis-tourism-the-next-big-thing/>. Acesso em: 21 out. 2018.

BUCHAN, E. **Weed and wine tours in California**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/travel/2017/dec/10/california-to-legalise-cannabis-weed-and-wine-tours-san-francisco>. Acesso em: 6 out. 2018.

CEASAR, G.; REIS, T. **Brasil registra quase 60 mil pessoas assassinadas em 2017**. Disponível em: <https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/brasil-registra-quase-60-mil-pessoas-assassinadas-em-2017.ghtml>. Acesso em: 9 fev. 2019.

CANNABIS CUP CALIFORNIA 2018. Micas A 420 Disponível em: <http://micasa420.com/blog/produto/cannabiscupcalifornia2018/>. Acesso em: 15 out. 2018.

CARLINI, E. A história da maconha no Brasil. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 55, n. 4, p. 314-317, 2006.

CARVALHO, A. **Maconha medicinal no Brasil?** Disponível em: <https://www.uol.com.br/especiais/maconha-medicinal.htm>. Acesso em: 9 fev. 2019.

COLORADO. **Colorado marijuana shareable resources**. Disponível em: <https://www.colorado.gov/pacific/marijuana/shareable-resources>. Acesso em: 5 fev. 2019.

_____. **Medical marijuana statistics and data**. Disponível em: <https://www.colorado.gov/pacific/cdphe/medical-marijuana-statistics-and-data>. Acesso em: 7 fev. 2019.

_____. **Laws about marijuana use**. Disponível em: <https://colorado.gov/pacific/marijuana/laws-about-marijuana-use>. Acesso em: 7 fev. 2019.

_____. **Marijuana tax data**. Disponível em: <https://www.colorado.gov/pacific/revenue/colorado-marijuana-tax-data>. Acesso em: 6 fev. 2019.

_____. **Marijuana sales reports**. Disponível em: <https://www.colorado.gov/pacific/revenue/colorado-marijuana-sales-reports>. Acesso em: 6 fev. 2019.

COLORADO NORML. **Colorado Constitutional Amendment 64**. Disponível em: <http://www.coloradonorml.org/amendment-64>. Acesso em: 5 fev. 2019.

DATAFOLHA. Cresce apoio à legalização da maconha no Brasil. **Opinião Pública**. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2018/01/1948796-cresce-apoio-a-legalizacao-da-maconha-no-brasil.shtml>. Acesso em: 9 fev. 2019.

DEITCH, R. **Hemp: american history revisited**. Tradução . New York: Algora Pub., 2003.

DEMPSEY, T. **Local family moving to CO for medical marijuana**. Disponível em: <https://www.kshb.com/news/local-news/lenexa-family-moving-to-colorado-for-access-to-medical-marijuana-for-6-year-old-with-epilepsy>. Acesso em: 9 fev. 2019.

DENVER MARIJUANA TOURS. **Colorado cannabis tours**. Disponível em: <https://coloradocannabistours.com/denver-marijuana-tours/>. Acesso em: 15 out. 2018.

DONAGHEY, R. **Mike Tyson is building a 40-acre California Weed Resort**. Disponível em: https://www.vice.com/en_us/article/vby34x/mike-tyson-is-building-a-40-acre-california-weed-resort-vgtrn. Acesso em: 6 out. 2018.

DRUG POLICY ALLIANCE: drug war statistics. Disponível em: <http://www.drugpolicy.org/issues/drug-war-statistics>. Acesso em: 7 out. 2018.

DUTCH MINISTERS OUTLINE 4-YEAR TRIAL TO SUPPLY CANNABIS TO COFFEESHOPS. Disponível em: http://www.emcdda.europa.eu/news/2018/dutch-ministers-trial-supply-cannabis-coffeeshops_en. Acesso em: 17 set. 2018.

EMCDDA. **Perspectives on drugs**: models for legal supply of cannabis: recent developments. Disponível em: <http://www.emcdda.europa.eu/topics/pods/legal-supply-of-cannabis>. Acesso em: 8 jan. 2019.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Proclamation 230. Admission of Colorado Into the Union. **The American Presidency Project**. Disponível em: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/proclamation-230-admission-colorado-into-the-union>. Acesso em: 21 fev. 2019.

EXAME. **Donos da cerveja Corona apostam na maconha**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/donos-da-cerveja-corona-apostam-na-maconha/>. Acesso em: 9 fev. 2019.

FRANÇA, J. **História da maconha no Brasil**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

FURTON, G. High Crimes? The Effect of Marijuana Legalization on Crime in Colorado. SSRN Electronic Journal. 2018.

G1. Portal de Notícias da Rede Globo. **Paraguai manda para o Brasil 80% da maconha que produz**. Fantástico. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/02/paraguai-manda-para-o-brasil-80-da-maconha-que-produz.html>. Acesso em: 9 fev. 2019.

G1. Portal de Notícias da Rede Globo. **Saiba quem é contra e quem é a favor da liberação da maconha no Brasil**. Fantástico. Disponível em: g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/09/saiba-quem-e-contra-e-quem-e-favor-da-liberacao-da-maconha-no-brasil.html. Acesso em: 2 abril 2019

GIERINGER, D. The forgotten origins of cannabis prohibition in California. **Contemporary Drug Problems**, v. 26, n. 2, p. 237-288, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL NEWS. Dalhousie University professor concerned NSLC is glamourizing cannabis. **Watch News Videos Online**. Disponível em: <https://globalnews.ca/video/4375073/dalhousie-university-professor-concerned-nslc-is-glamourizing-cannabis>. Acesso em: 9 fev. 2019.

_____. New Brunswick government-run website accused of glamourizing cannabis. **Watch News Videos Online**. Disponível em: <https://globalnews.ca/video/4574688/new-brunswick-government-run-website-accused-of-glamourizing-cannabis>. Acesso em: 9 fev. 2019.

GRAY-BLOCK, A. **Amsterdam closes cannabis shops**. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-dutch-marijuana-idustre4ak58h20081121>. Acesso em: 8 jan. 2019.

GRILLO, M. **O Globo, 90 anos: o verão em que o apito virou o inimigo número 1 da polícia em Ipanema**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/o-globo-90-anos-verao-em-que-apito-virou-inimigo-numero-1-da-policia-em-ipanema-16861056>. Acesso em: 9 fev. 2019.

GRIMM, B. 50 most successful marijuana enthusiasts you should know. **Rolling Stone**. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-lists/50-most-successful-marijuana-enthusiasts-you-should-know-114790/the-beatles-17-117037/>. Acesso em: 9 fev. 2019.

GROBE, A.; LÜER, J. Drug Tourism. In: PAPATHANASSIS, A. **The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism**. 1. ed. Wiesbaden.

GRUND, J.; BREEKSEMA, J. **Coffee shops and compromise**. Tradução. New York: Open Society Foundations, 2013.

HALE, K. **Coca-Cola dipping into the cannabis infused drink market**. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/korihale/2018/09/27/coca-cola-dipping-into-the-cannabis-infused-drink-market/>. Acesso em: 9 fev. 2019.

HAINES, G. **Why are Amsterdam's cannabis 'coffee shops' closing?** Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/netherlands/amsterdam/articles/future-of-coffeeshops-in-doubt-as-amsterdams-oldest-cannabis-cafe-faces-closure/>. Acesso em: 8 jan. 2019.

HASH MARIHUANA & HEMP MUSEUM. Disponível em: <http://hashmuseum.com/>. Acesso em: 7 fev. 2019.

HATHAWAY, A.; COMEAU, N.; ERICKSON, P. Cannabis normalization and stigma: Contemporary practices of moral regulation. **Criminology & Criminal Justice**, v. 11, n. 5, p. 451-469, 2011.

HIGH TIMES CANNABIS CUP. **Cannabis Cup**. Disponível em: <https://www.cannabis-cup.com/>. Acesso em: 15 out. 2018.

HISTORY CHANNEL. **Verão da lata**. Disponível em: <https://seuhistory.com/programas/verao-da-lata>. Acesso em: 9 fev. 2019.

HOFFMAN, B. Drug consumption tourism as a social phenomenon. **Trakia Journal of Science**, v. 12, n. 4, p. 455-460, 2014.

HOLANDA. **Toleration policy regarding soft drugs and coffee shops**. Disponível em:

<https://www.government.nl/topics/drugs/toleration-policy-regarding-soft-drugs-and-coffee-shops>. Acesso em: 8 jan. 2019.

HORNER, K. **Marijuana criminalized in Colorado 95 years ago today: unhappy anniversary?**. Disponível em: http://blogs.westword.com/latestword/2012/03/marijuana_criminalized_colorado_95th_anniversary.php. Acesso em: 30 mar. 2018.

JAMAICA'S GANJA TOURS DRAW THE TOURISTS. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2013/sep/09/jamaica-ganja-tours-draw-tourists>. Acesso em: 6 out. 2018.

JOHNSON, N. Cannabis (marijuana). Articles. **Colorado Encyclopedia**. Disponível em: <https://coloradoencyclopedia.org/article/cannabis-marijuana>. Acesso em: 5 fev. 2019.

JOLLY, D. **Amsterdam mayor says coffee shops will remain open**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/11/02/world/europe/amsterdam-mayor-says-cannabis-coffee-shops-will-remain-open.html>. Acesso em: 6 fev. 2019.

KANG, S.; O'LEARY, J.; MILLER, J. From forbidden fruit to the goose that lays golden eggs. **Sage Open**, v. 6, n. 4, p. 2158-2440, 2016.

KAMMERZELL, R. **It's time for Colorado to update its marijuana laws**. Disponível em: <https://www.denverpost.com/2018/09/07/colorado-update-marijuana-laws>. Acesso em: 6 fev. 2019.

KAUR, H. **Hemp won't get you high** (and other things to know now that it's legal). Disponível em: <https://www.cnn.com/2018/12/15/us/congress-hemp-legalization/index.html>. Acesso em: 9 fev. 2019.

KIM, H. et al. Marijuana tourism and emergency department visits in Colorado. **New England Journal of Medicine**, v. 374, n. 8, p. 797-798, 2016.

KING, D., C. (2017). **Colorado's budding economy: a comparative analysis of selected marijuana tourism businesses in the centennial state**. recreation, parks and tourism administration, Disponível em: <http://digitalcommons.calpoly.edu/rptasp/72>. Acesso em: 6 out. 2018.

KLINE, J. **Capturing the dutch marijuana market**. Disponível em: <https://nationalpost.com/opinion/jesse-kline-capturing-the-dutch-marijuana-market>. Acesso em: 8 jan. 2019.

KORF, D. Dutch coffee shops and trends in cannabis use. **Addictive Behaviors**, v. 27, n. 6, p. 851-866, 2002.

KORF, D.; RIPER, H.; BULLINGTON, B. Windmills in their minds? Drug policy and drug research in the Netherlands. **Journal of Drug Issues**, v. 29, n. 3, p. 451-471, 1999.

KOSKI, L. **Colorado's cannabis laws need to allow more investment dollars**. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/lewiskoski/2018/08/13/colorados-cannabis-laws-need-to-allow-more-investment-dollars/#700957477123>. Acesso em: 6 fev. 2019.

KUDDUS, M.; GINAWI, I.; ALHAZIMI, A. Cannabis sativa: an ancient wild edible plant of India. **Emirates Journal of Food and Agriculture**, v. 25, n. 10, p. 736, 2013.

LEMLE, M. **Guerra às drogas: a que custo?** Disponível em: <http://www.revisatahcsm.coc.fiocruz.br/index.php/2013/08/21/guerra-as-drogas-a-que-custo/>. Acesso em: 23 jan. 2019.

LESLIE, M. **Meet Canada's "weed sommelier"**. Disponível em: <http://www.bbc.com/capital/story/20171121-meet-canadas-weed-sommelier>. Acesso em: 6 out. 2018.

LI, H. An archaeological and historical account of cannabis in China. **Economic Botany**, v. 28, n. 4, p. 437-448, 1973.

LIGHT, M. et al. **The economic impact of marijuana legalization in Colorado**. 2016. Disponível em: <http://www.mjpolicygroup.com/pubs/mpg%20impact%20of%20marijuana%20on%20colorado-final.pdf>. Acesso em: 6 out. 2019.

LIU, F. et al. **Ethnobotanical research on origin, cultivation, distribution and utilization of hemp (Cannabis sativa L.) in China**. Disponível em: <http://nopr.niscair.res.in/handle/123456789/40123>. Acesso em: 7 set. 2018.

LOBIANCO, T. **Report: Nixon's war on drugs targeted black people**. Disponível em: <https://www.cnn.com/2016/03/23/politics/john-ehrllichman-richard-nixon-drug-war-blacks-hippie/index.html>. Acesso em: 7 fev. 2019.

LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo rural: conceituação e características básicas**. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

LONGWOODS INTERNATIONAL. **Colorado Longwoods 2017 Report**, 2017.

MACKAY, J. **São Luís se tornou a capital do reggae na década de 80**. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/09/sao-luis-se-tornou-capital-do-reggae-na-decada-de-80.html>. Acesso em: 9 fev. 2019.

MACONHA SEEDS BANK. **Catálogo**. Disponível em: <https://www.maconhaseedsbank.com/catalogo/>. Acesso em: 9 fev. 2019.

MARIJUANA SALES REPORTS. Department of Revenue. Disponível em: <https://www.colorado.gov/pacific/revenue/colorado-marijuana-sales-reports>. Acesso em: 30 set. 2018.

MARTINS, E. **Estados com maior aumento de mortes violentas são rota de comércio de drogas**. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/brasil/estados-com-maior-aumento-de-mortes-violentas-sao-rota-de-comercio-de-drogas-22964741>. Acesso em: 9 fev. 2019.

MARTINS, E. **Startup brasileira conclui fórmula de medicamento à base de cannabis**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/startup-brasileira-conclui-formula-de-medicamento-base-de-cannabis-22820719>. Acesso em: 9 fev. 2019.

MAZZENGA, K. **Cannabis in the SPA**. A new way of wellness with cannabis in the spa! Disponível em: <https://lneonline.com/cannabis-in-the-spa/>. Acesso em: 9 fev. 2019.

MCDONALD, D. **The racist roots of marijuana prohibition**. Disponível em: <https://fee.org/articles/the-racist-roots-of-marijuana-prohibition/>. Acesso em: 6 fev. 2019.

MERCURI, A.; ACCORSI, C.; BANDINI MAZZANTI, M. The long history of cannabis and its cultivation by the Romans in central Italy, shown by pollen records from Lago Albano and Lago di Nemi. **Vegetation History and Archaeobotany**, v. 11, n. 4, p. 263-276, 2002.

MERTENS, D. **Op Ed**: five of Colorado's most convincing pot tax spends. Disponível em: <https://www.westword.com/marijuana/five-ways-colorado-spends-its-marijuana-taxes-11019809>. Acesso em: 6 fev. 2019.

MONSHOUWER, K.; VAN LAAR, M.; VOLLEBERGH, W. Buying cannabis in 'coffee shops'. **Drug and Alcohol Review**, v. 30, n. 2, p. 148-156, 2011.

MORI, L. **Como o uso de maconha medicinal tem crescido no Brasil**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-44283537>. Acesso em: 9 fev. 2019.

My 420 Tours. **How many dispensaries in Denver, Colorado? We counted them**. Disponível em: <https://my420tours.com/many-dispensaries-denver-colorado/>. Acesso em: 21 out. 2018.

MUSEO CANNABIS MONTEVIDEO. **Portal**. Disponível em: <http://www.museo-cannabis.uy/>. Acesso em: 7 fev. 2019.

NATIONAL PARK SERVICE. **Laws & Policies**. Great sand dunes national park & preserve (U.S. National Park Service). Disponível em: <https://www.nps.gov/grsa/learn/management/lawsandpolicies.htm>. Acesso em: 9 fev. 2019.

NIJMAN, J. Cultural globalization and the identity of place: the reconstruction of Amsterdam. **Ecumene**, v. 6, n. 2, p. 146-164, 1999.

NORML. **About marijuana**. Disponível em: <https://norml.org/marijuana>. Acesso em: 7 fev. 2019.

NOVELLI, M. **Niche tourism**: contemporary issues, trends and cases. Chapter: niche tourism: A way forward to sustainability? Butterworth Heinemann, 2011.

OAKSTERDAM UNIVERSITY. Disponível em: <https://oaksterdamuniversity.com/about/>. Acesso em: 21 out. 2018.

OASIS DISPENSARIES. **Top products sold in dispensaries.** Oasis Dispensaries. Disponível em: <https://www.oasisdispensaries.net/2017/11/07/top-products-sold-dispensaries/>. Acesso em: 15 out. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Trade profiles.** Disponível em: <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?> Acesso em: 21 fev. 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **UNWTO tourism highlights.** 2018 Edition. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acesso em: 21 fev. 2019.

PARKER, H. Normalization as a barometer: recreational drug use and the consumption of leisure by younger Britons. **Addiction Research & Theory**, v. 13, n. 3, p. 205-215, 2005.

PENAL REFORM INTERNATIONAL. **The unintended negative consequences of the 'war on drugs'.** Disponível em: <https://www.penalreform.org/resource/unintended-negative-consequences-war-drugs-mass-criminalisation-punitive>>. Acesso em: 23 jan. 2019.

PINHEIRO DIAS PEREIRA, T.; DE PAULA, L. Drug tourism: general overview, case studies and new perspectives in the contemporary world. **European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation**, v. 7, n. 3, p. 188-202, 2016.

PRAGMATISMO POLÍTICO. **Os lados do polígono da maconha.** Disponível em: <<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2018/05/os-lados-do-poligono-da-maconha.html>>. Acesso em: 9 fev. 2019.

PRIMACK, B.; DOUGLAS, E.; KRAEMER, K. Exposure to cannabis in popular music and cannabis use among adolescents. **Addiction**, v. 105, n. 3, p. 515-523, 2010.

QUENQUA, D. **5 hot new careers created by marijuana legalization.** Disponível em: <https://www.cnbc.com/2018/12/06/five-hot-new-careers-created-by-marijuana-legalization.html>. Acesso em: 6 fev. 2019.

ROCHA, C. **Qual a situação do uso religioso da maconha no Brasil.** Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/06/11/Qual-a-situa%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 9 fev. 2019.

RUBIN, V. **Cannabis and culture.** Tradução. Chicago: [s.n.].

RUSSO, E. History of cannabis and its preparations in saga, science, and sobriquet. **Chemistry & Biodiversity**, v. 4, n. 8, p. 1614-1648, 2007.

SAAD, L. **Fumo de negro: a criminalização da maconha no Brasil (c. 1890- 1932).** 2013. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

SABÓIA, G. **No Distrito Federal, grupo desafia a lei e faz plantio de maconha sem aval da justiça.** Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/especiais/maconha-alem-do-tabu>. Acesso em: 9 fev. 2019.

SAGAN, A. **Cannabis cuisine:** chefs preparing to add marijuana to meals. Disponível em:

<https://www.ctvnews.ca/lifestyle/cannabis-cuisine-chefs-preparing-to-add-marijuana-to-meals-1.4133451>. Acesso em: 15 out. 2018.

SCHWAB, K. **The Global Competitiveness Report 2017-2018**. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>. Acesso em: 9 fev. 2019.

SMALL, E. Evolution and classification of cannabis sativa (Marijuana, Hemp) in relation to human utilization. **The Botanical Review**, v. 81, n. 3, p. 189-294, 2015.

SOUZA, F. **Brasileiro vira 'chef da maconha' no Uruguai e faz até jantar para idosos**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42922825>. Acesso em: 15 out. 2018.

STATISTA. **Netherlands**: total number of coffee shops 2005-2017. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/631926/total-number-of-coffee-shops-in-the-netherlands/>. Acesso em: 02 fev. 2019.

STEWART, B. Inside Colorado's booming black market for marijuana. **CBC News**. Disponível em: <https://www.cbc.ca/news/world/colorado-marijuana-black-market-1.4647198>. Acesso em: 6 fev. 2019.

THE NETHERLANDS IS RICHER THAN THOUGHT. Thanks to the marijuana industry. **Dutch News.nl**. Disponível em: <https://www.dutchnews.nl/news/2018/05/the-netherlands-is-richer-than-thought-thanks-to-the-marijuana-industry/>. Acesso em: 8 jan. 2019.

TRAVEL NEVADA. **Cannabition**. Disponível em: <https://travelnevada.com/discover/41881/cannabition>. Acesso em: 7 fev. 2019.

SANTOS JÚNIOR, R. Toscano dos. Maconha na guerra às drogas: (in)constitucionalidade e (in)convencionalidade. **Revista Direito e Liberdade – RDL – ESMARN**, v. 19, n. 1, p. 227-261, 2017.

TENNENT, J. **I Went on a hash-making holiday in northern Morocco**. Disponível em: https://www.vice.com/en_us/article/7b79ey/i-went-on-a-hash-making-holiday-in-northern-morocco. Acesso em: 9 fev. 2019.

TOUW, M. The religious and medicinal uses of cannabis in China, India and Tibet. **Journal of Psychoactive Drugs**, v. 13, n. 1, p. 23-34, 1981.

TWEED VISITOR CENTRE. Disponível em: <https://www.canopygrowth.com/about/tweed-visitor-centre/>. Acesso em: 15 out. 2018.

UNITED STATES CENSUS BUREAU. **Quick facts**: Colorado. Disponível em: <https://www.census.gov/quickfacts/co>. Acesso em: 21 fev. 2019.

URIELY, N.; BELHASSEN, Y. Drugs and risk-taking in tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 339-359, 2006.

URIELY, N.; BELHASSEN, Y. Drugs and tourists' experiences. **Journal of Travel Research**, v. 43, n. 3, p. 238-246, 2005.

VALDEZ, A.; SIFANECK, S. Drug tourists and drug policy on the U.S.-Mexican Border: an ethnographic investigation of the acquisition of prescription drugs. **Journal of Drug Issues**, v. 27, n. 4, p. 879-898, 1997.

VAN LOON, R.; ROUWENDAL, J. Travel purpose and expenditure patterns in city

tourism: evidence from the Amsterdam metropolitan area. **Journal of Cultural Economics**, v. 41, n. 2, p. 109-127, 2017.

VERBRUGGEN, M.; SMEKENS, M. **The illegal economy in the Netherlands**. Disponível em: <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2004/39/the-illegal-economy-in-the-netherlands>. Acesso em: 8 jan. 2019.

VICE. **Baseado em fatos**: a legalização da cannabis no Brasil. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_4uE2KcPJ4g. Acesso em: 9 fev. 2019.

WARD, V.; MAIDMENT, J. **Dealers 'using social media sites to sell drugs to teenagers'**. Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/12/31/dealers-using-social-media-sites-sell-drugs-teenagers/>. Acesso em: 6 out. 2018.

WATERFIELD, B. **Dutch courts move to ban marijuana cafés**. Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/netherlands/9231609/Dutch-courts-move-to-ban-marijuana-cafes.html>. Acesso em: 8 jan. 2019.

WEN, Jun et al. Drug tourism motivation of chinese outbound tourists: scale development and validation. **Tourism Management**, Nova Zelândia, v. 64, p.233-44, 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/>. Acesso em: 27 ago. 2018.

ZHANG, M. **Legal marijuana is a boon to the economy, finds study**. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/monazhang/2018/03/13/>. Acesso em: 6 fev. 2019.

ZIMMER, L.; MORGAN, J. **Marijuana myths, marijuana facts**: a review of the scientific evidence. Tradução . [s.l.] Center, 1997.