

COMUNICAÇÃO NO TURISMO CANNÁBICO: ANÁLISE DAS ORIENTAÇÕES FORNECIDAS AO VISITANTE-CONSUMIDOR

Tarso Felipe Rodrigues

Mirna de Lima Medeiros

RESUMO: A legalização da maconha vem sendo destaque em alguns países e estados. Com isso surgem oportunidades de negócios em vários setores, incluindo o Turismo. Contudo, há que se observar como a atividade é desenvolvida. Assim, este trabalho exploratório objetivou verificar as orientações fornecidas ao visitante-consumidor em destinos onde a maconha é legalizada. Para esse fim, primeiramente é realizada uma discussão teórica com relação a como o mundo vêm lidando com temática das drogas enfatizando questões sociais e mercadológicas com relação ao uso da flor de cannabis e destacando locais onde o turismo é associado a esse produto. Em seguida é realizada uma análise descritiva das informações disseminadas em *folders* que são destinados aos turistas em dois destinos (Amsterdã e Colorado) com relação ao consumo dessa substância. Os resultados apontam em ambos os casos orientações com relação a saúde, segurança e questões individuais que devem ser levadas em consideração pelo visitante-consumidor.

Palavras-chave: Turismo Cannábico; Maconha; Informação Turística.

ABSTRACT: The legalization of marijuana has been highlighted in some countries and states. With that, business opportunities arise in various sectors, including tourism. However, it should be noted how the activity is developed. Thus, this exploratory study aimed to verify the guidelines provided to the visitor – consumer in destinations where marijuana is legalized. To this end, firstly it a theoretical discussion regarding how the world have been dealing with the drugs theme is carried out emphasizing social and market issues regarding the use of cannabis flower and highlighting places where tourism is associated with this product. After this, a descriptive analysis of the information disseminated in folders addressed to tourists in two destinations (Amsterdam and Colorado) with respect to the consumption of this substance is performed. The results show in both cases guidelines with respect to health, safety and individual issues that should be taken into account by the visitor - consumer.

Keywords: Cannabic Tourism; Marijuana; Touristic Information.

INTRODUÇÃO

O uso de substâncias psicoativas não é algo iniciado recentemente. O ser humano, em diversas sociedades sempre as utilizou para múltiplos fins (religiosos, cerimoniais, recreativo, medicinal, entre outras possibilidades) (CARLINI, 2006; FRANÇA, 2015). Esse tipo de substância muda temporariamente as composições e, conseqüentemente, o funcionamento do cérebro. Siegel (1989) aponta que o

impulso temporário em alterar o cérebro está presente em grande parte dos indivíduos (crianças ou adultos) e até mesmo de animais.

Segundo a Organização das Nações Unidas a substância psicoativa mais utilizada no mundo é a maconha. Há cerca de 210 milhões de usuários de drogas, sendo que 165 milhões, 80% do total, consomem a flor de cannábis (UNODC, 2011). Sua legalização, seguida da regulamentação, vem sendo destaque em alguns países e estados norte-americanos. Na maioria desses casos contemporâneos, usuários conseguiram *a priori* de maneira judicial a possibilidade de tornarem-se consumidores (para uso medicinal, por exemplo), posteriormente houve a pressão pelo cultivo e, por fim, implementou-se uma proposta de Estado cujo modelo difere de local para local (DECORTE, 2015; PARDO, 2014). Assim, foram feitas diversas normativas governamentais, construíram-se locais para consumo específico, bem como surgiu a necessidade da criação de publicações (cartilhas, *folders*, *flyers*, etc.) com finalidade informativa, contemplando advertências, restrições e responsabilidades para diversos públicos. Alguns autores (RASCHKE; KALKE, 1999) propõem inclusive a separação desses públicos/mercados para a proposição de normativas.

Conforme destacam Grobe e Lüber (2011), um desses públicos pode ser o visitante ou turista, que consome essas substâncias em localidades diferentes do seu entorno habitual. Não existe, entretanto, um “turista de drogas” (*drugtourist*) típico. A atitude e experiências de consumo turístico relacionado às drogas variam de pessoa para pessoa. É certo, contudo, que a acessibilidade ou licitude das drogas pode ser a motivação principal para o deslocamento. Assim, mesmo que não seja muito popular, esse é um nicho de mercado a ser considerado no turismo que possui potencial e desafios tanto para o destino fornecedor quanto para a demanda. De forma pragmática, a maconha pode ser vista como um mercado bilionário (FRANÇA, 2015).

Ante o contexto apresentado, o presente artigo objetivou verificar as orientações fornecidas ao visitante-consumidor em destinos onde a maconha é legalizada. O trabalho não se propõe julgar o consumo como certo ou errado, mas sim admite-se que novas políticas públicas emergem e que há um potencial a ser pensado e planejado também no Turismo. Selecionou-se para análise materiais de

Amsterdã na Holanda, onde a maconha é legalizada desde a década de 70, e o estado de Colorado nos Estados Unidos, onde o seu uso recreativo já movimentou um mercado turístico cannábico “em franco desenvolvimento” (FRANÇA, 2015).

Ainda que o Brasil não seja um desses destinos, esse tipo de análise pode ser estratégica também para esse, principalmente, pois segundo alguns autores (BURGIERMAN, 2011; CARLINI, 2006), está cada vez mais claro que o sistema proibitivo brasileiro não funciona. Além disso, pode ser percebido que pressões para a legalização não é fato isolado de um ou outro local, tem se disseminado pelo mundo e chega bastante forte às Américas (PARDO, 2014).

A continuidade da presente introdução primeiramente apresenta-se uma discussão teórica em que se discute o histórico mundial com relação às drogas no século XX, sua proibição, as tentativas de controle, e as alternativas que alguns locais têm tomado. Em seguida enfoca-se especificamente a maconha, pois normas particulares ao tipo de substância psicoativa são aplicáveis e, conforme neurocientistas brasileiros: “Não há outra planta medicinal ou droga recreativa que se compare à maconha, tanto em termos de seu alcance étnico-cultural quanto em termos de sua abrangência de sua ação biológica” (RIBEIRO; MALCHER-LOPES, 2007, p.39). Esse panorama foi delineado com base em documentos da Organização das Nações Unidas (ONU), especificamente da Comissão Global de Drogas, e em estudos como os de Peter Reuter, Burgierman e Escohotado.

Em seguida aponta-se estimativas com relação à movimentação do mercado da maconha com base em números noticiados por jornais e revistas econômicas especializadas, ressaltando a maconha como produto e subproduto mais vendido no ano 2015. Com projeções bilionárias de vendas para o ano corrente de 2016 que incluem a atividade turística relacionada à maconha. Por fim, após a exposição dos procedimentos metodológicos, dois exemplos onde a maconha é legalizada são brevemente descritos e o material entregue aos usuários-turistas é analisado. Em seguida, encerra-se o trabalho com as considerações finais e referências bibliográficas utilizadas.

AS DROGAS NO MUNDO: UM BREVE PANORAMA

A discussão sobre o que é considerada droga já ganha debate há algum tempo. E sua notada influência como artigo mercadológico também.

“[...] o principal ramo do comércio mundial é o das drogas, se incluirmos aí os [...] bilhões de dólares do tráfico ilícito, e acrescentarmos os capitais das drogas legais, como o álcool e o tabaco, mas também o café, o chá, [açúcar] etc., além das drogas da indústria farmacêutica” (CARNEIRO, 2002).

Para se entender como ocorreram os escoamentos, as proibições e as legalizações, propõem-se primeiramente um breve apanhado de algumas substâncias consideradas drogas e, em seguida, finaliza-se o debate dessa seção com a maconha, objeto central do estudo.

Os mecanismos de regulamentação social do consumo das drogas até o início do século XX não existiam. Não existia o proibicionismo legal e institucional internacional. As riquezas vegetais tiveram seu provimento principalmente pela América e Oriente, que assim se integraram através dos colonizadores que tentaram regulamentar o uso de diferentes plantas que constituem o universo das drogas do mundo moderno. O tabaco defendido por jesuítas e visto a olhares resistentes de orientais e protestantes, logo foi valorizado e aceito. Assim também, o chocolate, o álcool, o chá, o café, e o açúcar que tiveram seus diferentes escoamentos e distribuição. (CARNEIRO, 2002).

Nesse mesmo período colonial, cogumelos alucinógenos americanos já eram proibidos pela igreja, e após, no fim do séc. XIX, surge um movimento chamado “Temperança” (OPUS DEI, [s.d.])¹, influente em vários países (inclusive no Brasil), formado por senhoras da sociedade e sacerdotes, tendo como sua principal bandeira o combate ao uso do álcool. Esse movimento conseguiu atingir seu objetivo, uma vez que no começo do novo século, mais especificamente em 1920, o álcool foi proibido nos Estados Unidos, começando assim um período de políticas proibicionistas, e iniciando um problema sistêmico.

¹ A Temperança é uma das “quatro virtudes cardeais”, ao lado de justiça, sabedoria e coragem. É ela que, segundo a doutrina “modera a atração dos prazeres, assegura o domínio da vontade sobre os instintos e proporciona o equilíbrio no uso dos bens criados”.

Burgierman (2011) aborda esse acontecimento apontando que coibir certas substâncias poderia ser muito lucrativo para alguns. A partir da proibição do álcool nos Estados Unidos, começaram a surgir inúmeros bares clandestinos chamados *speake-asies* (que poderia ser traduzido como “fale baixo”). Nestes frequentados por desde juízes, professores, políticos, até operários da indústria, policiais e cidadãos, eram consumidas bebidas com alta graduação alcoólica, bebidas destiladas, em geral feitos sem cuidados os cuidados de quando há uma regulação. Assim, o registro de mortes por intoxicação alcoólica passa a ser um outro problema proveniente da proibição.

Escohotado (1998) menciona que a sociedade estava ressentida, havia muita dificuldade em se fazer valer a lei e os contrabandistas ostentavam riquezas². A repressão aumentou e assim selecionou o mercado do tráfico. Sem concorrência e cobrando preços altos, fazia-se muito dinheiro, o que permitia a prática do suborno para polícia, por exemplo. O corrompimento era a primeira tentativa, se falha, a outra seria selar a morte do incorruptivo. A sociedade mais irritada ainda cobrou uma postura mais autoritária, com penas mais duras.

Em 1929, as penas já eram dez vezes mais perigosas que em 1920. Quem vendesse um único drinque poderia pegar cinco anos de cadeia e uma multa de 10 mil dólares. Os custos da proibição que eram de 2,2 milhões de dólares em 1920, pularam para 12 milhões em 1929. A população das prisões americanas subiu de 3 mil para 12 mil entre 1920 e 1932 (BURGIERMAN, 2011, p. 31).

Mesmo com o fechamento de alguns bares clandestinos a prática não sucumbiu, a oferta não diminuiu e esse trabalho era desgastante para a polícia, pois prender um dono de bar não evitava que outro aparecesse para comercializar bebidas. Esse desgaste resultou também em um desrespeito às regras, condutas e artigos constitucionais, por parte dos policiais, que se tornaram mais violentos. A proibição do álcool ruiu em 1934 sem qualquer demonstração de redução de consumo (ESCOHOTADO, 1998, p. 487). Com o fim da proibição do álcool, além do

² O grande nome do tráfico alcoólico foi Al Capone, que andava em carro blindado, escoltado por outros. Cheios de capangas com metralhadoras para fora da janela sem nenhum pudor à sociedade. Aos 26 anos já era “inimigo número um” da América, no nível em que estava ele sequer precisava tocar no álcool que vendia. Dono de inúmeros negócios legítimos para lavar dinheiro, para todos os efeitos era um bem-sucedido empresário (BURGIERMAN, p. 32).

controle sob o que passava a ser fabricado e comercializado, há de se destacar também o índice de homicídios nos Estados Unidos, que caiu durante onze anos consecutivos (BURGIERMAN, 2011, p. 32). “O proibicionismo está aterrado numa cruzada moral, que logo se estenderia para outras drogas ao sabor das conveniências políticas” (RIBEIRO, 2014, p. 165).

Com a dissolução da proibição do álcool, alguns foram beneficiados, outros nem tanto. Uma figura pública que perdeu seu emprego e toda a captação de recursos governamentais foi Harry Anslinger, chefe do escritório encarregado da proibição das bebidas. Devido a esse fato se transferiu para a FBN (*Federal Bureau of Narcotics*) – Escritório Federal de Narcóticos. Batizado pela mídia como “Czar antidrogas dos Estados Unidos”. O Orçamento e o escritório eram menores, o álcool era um problema muito maior que narcóticos. Para justificar seus altos custos, a maconha foi demonizada publicamente na metade para o fim da década de 30. (ESCOHOTADO, 1998, p. 519).

Surgem discursos indicando que “[...] a sua ingestão era capaz de produzir monstros sociais tais como os latinos”. Além de números forjados de uma suposta alta letalidade decorrente de seu uso, apontando registros de pessoas que morriam “na primeira tragada”. Burgierman (2011, p.64-66) vai um pouco além e ressalta o trabalho em conjunto com jornais da época, noticiando fatos exageradamente mórbidos relacionados à maconha, como assassinatos, transformação de homens em monstros, e fazendo “meninas entregarem-se aos caprichos de homens de cor”, tudo isso com “uma simples tragada”. O assunto vendia. Os jornais achavam que era o certo a se fazer, para “manter as crianças longe desse monstro”. O orçamento para Anslinger aumentou e, em 1937, a maconha foi proibida nos Estados Unidos. O “Czar antidrogas” prosseguiu no poder por 32 anos, aproveitando-se da força norte americana após vitória sobre Hitler, conseguiu com que o mundo combatesse o tráfico com repressão, seus termos foram ouvidos em 1961, na Convenção Única Sobre Drogas Narcóticas.

Burgierman (2011, p. 21-24) ressalta ainda que a política de drogas nas últimas quatro décadas foi pautada em intervenções norte americana, na forma de ameaças de sanções econômicas. Na década de 1980 o governo de Ronald Regan intensifica a guerra contra as drogas, tornando-a mundial, afinal, não adiantava

intensificar a repressão ao consumo, e os altos gastos com uma batalha interna, sendo que tais substâncias vêm de países produtores e países atravessadores. A heroína vem principalmente da Ásia, a cocaína da América do Sul, com destaque na Colômbia e o cartel de Medellín³, e a maconha provinha do México. E no meio disso, o Brasil é ponte aérea para o tráfico internacional. Com o fortalecimento de fiscalização em fronteiras geográficas, a tendência é que boa parte dessas drogas também fiquem pelo caminho, aumentando a oferta e alterando assim o mercado. Iniciou-se uma guerra geral entre se combater o cartel e suas práticas, governos e suas práticas, e usuários e suas práticas.

No Rio de Janeiro, a definição já caiu para “guerra de baixa intensidade”, segundo o jornalista Jon Lee Anderson (2009), em um artigo intitulado “*Gangland*”. Nesse o autor faz uma análise sobre o confronto em favelas, a qual faz inúmeras vítimas civis. Ocorre dentro do Estado práticas que muito se parecem com as máfias mundiais. Esse movimento foi batizado como “Milícias”. Segundo relatório final da CPI das Milícias de 2008 do Estado do Rio de Janeiro (FREIXO, 2008, p. 258), “[...] representantes do Estado formal utilizando de maneira ilegal os instrumentos do próprio Estado para extorquir, intimidar e subjugar milhares de cidadãos de comunidades populares”.

Em 2011, um relatório da Comissão Global de Política de Drogas⁴, admitiu a derrota da ofensiva contra as drogas de maneira bem clara. Detectando-o como sistema complexo e analisando suas particularidades e seus números apontou que essas políticas públicas não cumpriram o proposto, pois percebeu-se gastos orçamentários crescentes ano após ano e por causar novos problemas. “A guerra global contra as drogas fracassou, com efeitos devastadores para indivíduos e sociedades no mundo todo” (COMISSÃO GLOBAL DE POLÍTICA SOBRE DROGAS, 2011).

³ Pablo Emilio Escobar Gaviria (1949 – 1993) conquistou fama mundial como o senhor da droga colombiano, chefe do Cartel de Medellín tornando-se um dos homens mais ricos do mundo graças ao tráfico de cocaína nos Estados Unidos e outros países. Membros dos governos norte-americano e colombiano, repórteres de jornais e o público em geral o consideram o mais brutal e poderoso traficante da história (BURGIERMAN, 2011, p. 34).

⁴ A Comissão Global de Políticas de Drogas é um grupo de líderes mundiais. Compostos por ex-presidentes de Colômbia, México e Brasil, além de Secretário de estado do governo Reagan, presidente do banco central americano no governo Reagan e ex-secretário geral da ONU (“Global Commission on Drugs”, [s.d.]).

Os números do tráfico são expressivos. O economista Peter Reuter (2010, p.115), especialista em políticas públicas de drogas no mundo, escreveu sobre o “efeito bexiga” explicando, como a alta demanda e a disponibilidade do produto fazem com que o consumo cresça⁵. Entre o produto inicial custando 50 centavos a folha de coca em um país produtor, um grama de cocaína é vendida por cem dólares nas ruas norte americanas. Essa margem dita o jogo e o poder do tráfico. O preço do produto final é tão alto, que viabiliza a troca de rotas e planos de comercialização, se necessário. Segundo os cálculos de Reuter, o quilo da heroína custa cerca de 11 mil dólares para ser escoado em uma rota, e em seu destino o mesmo quilo vale cerca de 500 mil dólares. O lucro é tamanho que em um transporte de 350 quilos, o tráfico pode pagar uma quantia de 200 mil dólares para um piloto em uma única viagem, isso custaria pouco mais de 5%. Poderia usar o avião uma única vez e isso custaria outros 2%. Pessoas são usadas e facilmente substituídas por outras, recrutadas, quando o tráfico as perde para as cadeias.

O volume financeiro referente ao tráfico ilegal é alto assim como o mercado legal já começa a se fazer expressivo. Na seção que segue alguns dados do mercado legal são abordados.

OS NÚMEROS DO MERCADO LEGAL

A revista americana Forbes, especializada em economia, publicou em 1º de fevereiro de 2016 no seu editorial quinzenal, uma reportagem intitulada “*U.S. Legal Adult-Use Marijuana Sales Grow 184% in One Year*” (2016) da jornalista Debra Borchardt. Nesse a autora apresentou um comparativo de um ano do valor da indústria cannábica legal. Aponta que em 2015 a indústria valia U\$4,6 bilhões em 2014 passou a valer U\$ 5,4 bilhões de dólares. A venda de maconha para uso recreativo saltou de U\$351 milhões em 2014 para U\$998 milhões um ano depois. Um aumento de 184% direto nas vendas. A reportagem ainda ressalta que outros

⁵ E realmente cresceu. Segundo dados da ONU, entre 1998 e 2008, durante uma ofensiva de extermínio das drogas do planeta liderado pelo que mais tarde se tornaria a Comissão Global de Política de Drogas. O consumo de maconha aumentou 8,5%, o de cocaína 25%, o de heroína e outros opiáceos 34,5%. Quanto mais perigosa a droga, maior foi o aumento. Além de que novas outras drogas sintéticas surgiram.

vinte e três estados norte-americanos que já legalizaram o uso medicinal, caminham para a regulamentação de mercado para o uso recreativo.

Outra reportagem da mesma revista, intitulada “*Legal U.S. Marijuana Market Will Grow To \$7.1 Billion In 2016: Report*” (2016) da jornalista Katie Sola destaca uma projeção de crescimento da indústria cannábica para U\$7,1 bilhões em 2016 para os quatro estados que têm venda regulada para recreação e não só para fins medicinais (Alaska, Colorado, Oregon e Washington). Sola aponta um estudo realizado em 2010 pelo professor Jeffrey Miron da Universidade de Harvard, onde o autor estima que o mercado cannábico geral norte americano, chegaria a U\$14 bilhões. Outro estudo de mercado realizado pela rede norte americana CNBC, em reportagem intitulada “How Big Is The Marijuana Market?” (2010), do jornalista Ariel Nelson, estimou que a indústria cannábica pudesse valer algo entre U\$35 e U\$45 bilhões, baseado em um estudo da “USDA” (*National Survey on Drug Use and Health*).

A legalização do consumo da maconha e a regulamentação da sua venda em alguns países e estados norte-americanos vem sendo implantada, e já mostra resultados significativos aliadas a uma prática de consumo consciente e até mesmo de alta arrecadação tributária, conforme matéria do jornal americano *The Economist* (“THE RIGHT WAY TO DO DRUGS”, 2016).

Ainda que seja algo recente, o mercado legal da maconha pode gerar divisas também por meio do Turismo. Essa atividade ainda é pouco estudada e no presente trabalho propõe-se uma análise da comunicação direcionada ao turista em destinos em que já ocorre o turismo cannábico. Quanto mais informações concretas contiverem os materiais informativos, menos tempo e dinheiro serão gastos (MIDDLETON, 2002, p. 298) e, conseqüentemente, pode haver maior lucro assim como satisfação do cliente. A seção que segue aponta as escolhas metodológicas que delinearão a pesquisa.

METODOLOGIA

Tendo em vista o objetivo a ser alcançado, a proposta de pesquisa pode ser caracterizada tanto como exploratória quanto como descritiva. Descritiva por fazer

uma descrição comparativa do material de comunicação direcionada aos visitantes de pelo menos dois destinos turísticos onde a maconha é legalizada (Amsterdã e Colorado⁶). Exploratória por analisar quais são as orientações (restrições e prescrições) fornecidas em contextos sociopolíticos novos e distintos do encontrado no âmbito brasileiro.

Conforme Gil (2002) as pesquisas exploratórias colaboram para descrições precisas, aclaram e ajudam a modificar conceitos e ideias, facilitando verificação de relações entre os elementos estudados, por meio do estudo do material bibliográfico e documental a que o pesquisador tem acesso. Já as pesquisas descritivas buscam descrever uma realidade, especificando propriedades, características e traços importantes de uma questão estudada sem nela interferir (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

A proposta envolve uma discussão teórica pautada no referencial teórico pertinente, bem como análise documental. A pesquisa pauta-se em dados secundários (impressos e digitais) disponibilizados publicamente, em que pese busca analisar as orientações fornecidas pelo poder público ao consumidor-visitante. A seleção dos materiais para análise deu-se pelo critério de acesso, ainda que possa se destacar certo grau de consolidação das propostas.

A abordagem é predominantemente qualitativa. A análise dos dados deu-se por meio de análise de conteúdo, por se tratar de um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados (BARDIN, 1977).

ANÁLISE DOS DESTINOS TURÍSTICOS CANNÁBICOS

Foram escolhidos dois destinos singulares onde a venda da maconha é permitida, cada qual com suas regras de uso, porém ambas permissivas à demanda turística. São eles os casos da cidade de Amsterdã, na Holanda, e do estado do Colorado nos Estados Unidos. Para que a comunicação aos turistas seja

⁶ Trata-se de locais onde a maconha já está legalizada e regulamentada, tendo fluxo de turistas aumentado. Consequentemente informativos sobre segurança e responsabilidade fizeram-se necessários e são publicamente distribuídos.

contextualizada é relevante apresentar a situação de cada um desses destinos com relação a questão.

O primeiro caso é o de Amsterdã onde a maconha está inserida na qualidade de “*soft drugs*”(drogas leves) e desde a década de 1970 se proíbe e coíbe o uso de “*hard drugs*” (drogas pesadas, como LSD, cocaína, heroína, etc). A posse é restrita a 5 gramas por pessoa, e este deve obrigatoriamente ter mais de 18 anos. O consumo em vias públicas é proibido, sendo restritos a *coffeeshops*, em alguns *hostels* e em domicílios. Os “*Coffee Shops*” que comercializam maconha, seus derivados e acessórios, têm a peculiaridade de possuir um adesivo verde e branco em sua porta de entrada, designando ser um local de venda permitida.

Para frequentar um *coffeeshop* é necessária identificação documental para comprovação da maior idade. São mais de 200 estabelecimentos pela cidade, o que faz com que “haja sempre algum próximo de você” (“Amsterdam Coffee shops Guide”, [s.d.]). Para os donos de *coffeeshops*, é proibido comprar maconha, proibido plantar, proibido importar e proibido vender no atacado. Só é permitido vender para clientes dentro do estabelecimento. A comercialização pela “porta dos fundos” dos estabelecimentos, por onde chega a maconha (e possivelmente outras drogas), é ilegal.

Ainda que haja, segundo informação do site governamental de Amsterdã, uma política de tolerância com relação a algumas infrações relacionadas ao produto (especificamente com relação ao cultivo, que é proibido, destaca que caso o plantio seja inferior a cinco pés da planta não há risco judicial se o cultivador entregar as plantas para as autoridades, o mesmo ocorre quando a posse excede as 5 gramas) ela não se aplica a todas as questões. A questão da “porta dos fundos” é um desses casos por resultado de uma tentativa governamental de separar as drogas leves das pesadas.

Conforme Burgierman (2011), no começo da década de 70, a heroína chegava à Europa e para que não afetasse os jovens com o hábito de usufruir da maconha, seus governantes permitiram o seu uso em lugares controlados, vigiados pela polícia. Foi uma tentativa de desvinculação da maconha de traficantes, por entender que o contato com o traficante deixaria os jovens suscetíveis ao risco de acesso facilitado às drogas pesadas. A regulamentação de mercado não ocorreu

porque anos antes, em 1961, um diplomata holandês teria viajado para Nova York para participar da Convenção Única Sobre Drogas Narcóticas, da ONU. A conferência foi liderada por Harry Anslinger, que exigiu a colaboração mundial para erradicar as drogas. Assim, a Holanda não teria como regular o mercado sem quebrar o acordo e sofrer com sanções econômicas. Sendo assim, a tese de “resolver meio problema ser melhor que nenhum” foi ganhando força. Se não era possível lidar com o suprimento de maconha, ao menos dava para cuidar da saúde dos jovens, evitando o contato com as drogas pesadas. Julgar se fracasso ou sucesso proveio da atitude dessa política é complexo, mas fato é que três décadas após a permissividade controlada, a Holanda detém o menor número no índice de usuários de cocaína e heroína da Europa, quanto aos usuários de maconha, notou-se aumento na década de 80, porém em níveis similares aos países duramente proibicionistas. Evidenciando que a lei permissiva holandesa pouco influenciou na tomada de decisões das pessoas acerca de ingestão de substâncias.

Ao que se diz respeito especificamente ao turismo, algumas questões destacam-se. Amsterdã tornou-se um centro receptivo de turismo cannábico a partir da década de 80, pois a profissionalização dos *coffeeshops* fez com que eles se tornassem atrativos turísticos. Também é importante notar que alguns *coffeeshops* também se tornaram hotéis, permitindo aos turistas a comodidade do consumo da maconha em terraços. Assim, nesses espaços que combinavam a permissividade com meios de hospedagem, emergem folhetos recomendativos com o intuito claro de se reduzir os danos da utilização. Na figura 1 apresenta-se um desses exemplos.

O outro caso sobre o qual optou-se por tratar no presente trabalho é o do estado norte americano do Colorado. Nesse destino a restrição a maioria para o consumo também existe, mas no país essa se refere a idade igual ou superior a 21 anos. O porte para uso recreativo permitido é superior ao caso anteriormente mencionado e se restringe a até uma onça de maconha, o que em gramas seria cerca de 28g. Seu uso também é restrito a alguns locais com permissão, como alguns dispensários e restaurantes, ou em domicílio. Além de o consumo ser proibido publicamente ressalta-se que isso ocorre principalmente perto de algumas áreas como hospitais, escolas, praças, em veículos automotores e em áreas comerciais por decisão de empresários. Com relação ao cultivo permite-se o plantio

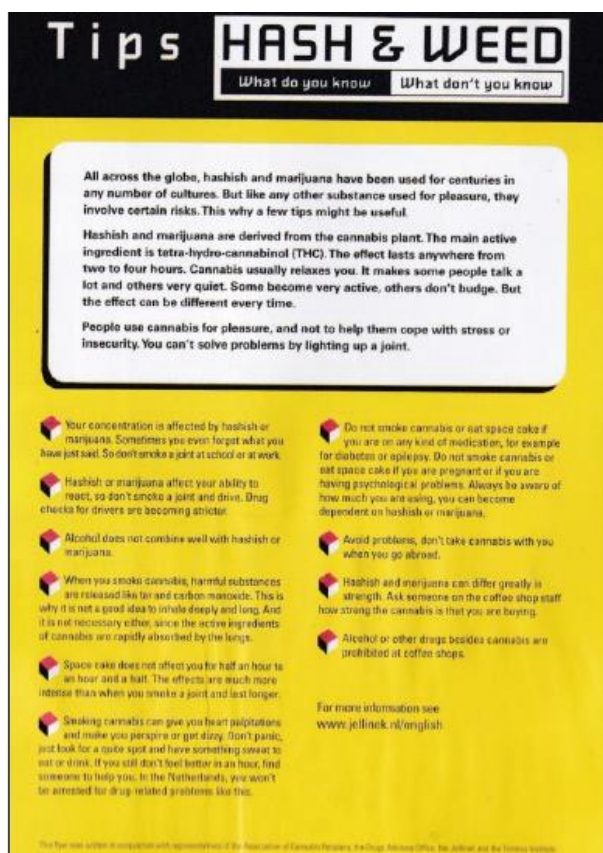
de até seis pés por habitante adulto, sendo que no ciclo de colheita o máximo permitido é de três pés. O limite máximo de pés de planta em uma residência é de doze unidades. (“Retail Marijuana use Within the city of Denver”, [s.d.])

Para os turistas, conforme o mesmo site governamental do estado do Colorado, as regras quanto ao porte e consumo são as mesmas, porém a quantidade permitida é menor. O máximo que um turista pode portar nas ruas de Denver, capital do Colorado, por exemplo, é um quarto de onça, em torno de 7 gramas. É frisada a proibição com relação a cruzar as fronteiras com o porte de maconha.

Ainda com relação ao turismo, atribui-se ao Colorado o surgimento da primeira agência receptiva de Turismo Cannábico, a “my420tours”(“*Plan Your Cannabis Experience*”, [s.d.]). Com sede em Denver, capital do estado, a agência é especializada em pacotes com atrativos voltados a experiência sensorial cannábica. As ofertas vão de visitas a dispensários onde se é cultivada e curada a flor de cannábis, restaurantes com gastronomia cannábica, bares onde se pratica a harmonização de cervejas artesanais e inúmeras espécies de maconha, aulas de gastronomia cannábica, spas, hotéis e resorts especializados em receber os turistas que se deslocam para dentre outras, esta finalidade.

A seguir apresentam-se duas ilustrações que se referem a material informativo dos destinos supramencionados e adiante são discutidos os seus conteúdos. A figura 1 contempla a informação turística relacionada a maconha da cidade de Amsterdam (Holanda), já a figura 2 apresenta a parte interna de folder do estado do Colorado (Estados Unidos).

FIGURA 1: Folder distribuído aos turistas em Amsterdã



Fonte: Burgierman (2011, p. 272).

FIGURA 2: Seção interna de folheto do estado Norte Americano do Colorado



Fonte: "The Responsible Consumer's Guide to Marijuana in Colorado", [s.d.].

As principais recomendações do folheto de Amsterdã (figura 1), certamente são relacionados a saúde, pois há informação sobre o produto em si, o seu principal componente ativo (TSH) e seus efeitos; aponta-se possíveis efeitos colaterais (habilidade de reação, palpitação e tontura) e a possibilidade de dependência; e há aconselhamento a não misturar maconha com álcool ou remédios. Decorrente dos efeitos também se aconselha a não consumir maconha e dirigir e não fumar antes do trabalho ou escola. Informa-se também que o tempo para a reação e a intensidade varia de acordo com cada subproduto (os efeitos de ingestão de maconha pelas vias gástricas demoram mais a ocorrer, mas são mais intensos e com efeito prolongado à inalação por vias respiratórias). E indica-se a quem o consumidor-turista pode recorrer para solucionar dúvidas ou problemas: aos balconistas dos *coffeeshops* caso haja dúvidas sobre os efeitos e caso algo sair errado na experiência do usuário, a polícia ou ir a algum hospital. Reforça-se a possibilidade de recorrer ao auxílio com a menção de que “na Holanda você não será preso por pedir ajuda”. Ademais, a sugestão de que as pessoas “não tentem resolver seus problemas acendendo um baseado” também é informação interessante nesse meio.

Já na figura 2, de uma das seções de folder americano, maior ênfase é dada nos subprodutos existentes e locais de consumo. Ao que se referem aos locais onde consumir, o informativo é claro, nas vias públicas é expressamente proibido o uso. Existem dispensários, lojas de consumo, hotéis e resorts com onde é permitida a utilização. Além disso, no Colorado os turistas que procuram o ski necessitam de um passaporte para acesso às montanhas, o que pode ser revogado caso o turista desobedeça às normas restritivas com relação ao consumo da maconha. O informativo adverte também para a evolução de ferramentas para a utilização de maconha e derivados, como no caso dos vaporizadores, que facilitam a absorção dos concentrados, e assim requerem cuidados ainda maiores em seu manuseio.

Com relação às advertências relacionadas à saúde, assim como no caso de Amsterdam, também se menciona alguns efeitos do consumo e a existência de diferentes tempos de reação e intensidade. Entretanto não são destacados efeitos colaterais ou possibilidade de dependência ainda que se alerte de forma enfática (destacando a proibição e a existência de testes para detecção do TSH na corrente

sanguínea) de dirigir sob o efeito da maconha. Informa-se que o usuário encontrará subprodutos com concentração diferentes dos princípios ativos da planta e que as reações variam conforme o biótipo e outros fatores pessoais o que requer cautela sobre a utilização destes. Para a direção a recomendação, mais geral, é que o usuário espere cerca de duas a três horas, mas no caso de ingestão em vias gástricas, a recomendação é que não se dirija mais durante todo o dia. Por fim e não menos importante, há o aviso de que a maconha “não é para todos”, o que requer um autoconhecimento e reflexão depois da utilização, pois os efeitos diferem de pessoa para pessoa. Indica-se que se os efeitos estiverem interferindo de forma negativa gerando impactos na saúde e vida do usuário ou ainda das pessoas que convivem com o mesmo, é recomendado procurar auxílio médico.

Em que pese nota-se um paradoxo com relação ao destaque de sensações positivas decorrentes do consumo e as consequências negativas. Ademais destaca-se a necessidade de cuidados para com o consumidor e com o próximo, com o intuito de redução de danos decorrentes do mau uso a maconha. Em ambos os casos há aconselhamentos que podem ser considerados “mais pessoais”. Sendo assim, os folhetos informativos atendem ao anseio de preocupação empática e comercial.

Ambos os folhetos se enquadram como materiais informativos, ou seja, que visam criar a conscientização entre a demanda existente e a potencial, estimular o interesse sob a cautela pelo produto específico e seus subprodutos, e/ou facilitar a compreensão para a compra, o uso e o aproveitamento de uma melhor experiência (MIDDLETON, 2002). Além disso possuem um caráter da redução de danos (a saúde do consumidor e ao local da atividade) presente. As novas tecnologias da comunicação permitem que informações sobre os destinos estejam disponíveis de forma cada vez mais facilitada. Folhetos informativos, como o disposto na figura 2, já podem ser encontrados online, sendo que apresentam a mesma função do material impresso. Porém, os folhetos impressos não deixaram de ser um dos veículos de comunicação e promoção mais utilizados pelo turismo (ANDERECK, 2005; MOLINA; ESTEBAN, 2006).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho objetivou verificar as orientações fornecidas ao visitante-consumidor em destinos onde a maconha é legalizada. Para tanto selecionou-se dois casos para análise: de Amsterdã na Holanda, e do estado de Colorado nos Estados Unidos. Para consecução do objetivo primeiramente foi apresentada uma discussão teórica com relação ao histórico e panorama mundial do mercado das drogas e especificamente da maconha. Em seguida descreveram-se as normas e aponta-se a existência de um mercado turístico cannábico nos destinos em questão para, por fim, efetivar a verificação do conteúdo dos materiais de informação turística.

A maconha que auxilia a “[...] reduzir tensões sociais nos mais variados contextos” e pode “[...]reger o reequilíbrio mental e fisiológico do organismo após eventos estressantes. Em animais sociais, podemos incluir também o reequilíbrio social.”, segundo os neurocientistas Sidarta Ribeiro e Renato Malcher-Lopes (2007, p. 142-143.). Por outro lado, sua utilização crônica por indivíduos imaturos ou sem um certo grau de autoconsciência pode ser danoso conforme apontado nos materiais informativos analisados. Os dados apontados no referencial teórico destacam a importância econômica desse produto e ainda a existência de pressões para legalização e regulamentação da venda e consumo em diversos países, entres os quais inclui-se o Brasil. Dessa forma análises como a apresentada no presente trabalho podem ser relevantes para que o cuidado com as pessoas com a educação e informação necessária seja exemplificada e possa servir de base para outras ações semelhantes ou futura de confecção de materiais.

O presente trabalho possui como limitação a análise de dois materiais escolhidos com base no critério acesso. Outros materiais certamente são disponibilizados nos destinos e seriam interessante insumo para análise futura. Além disso, outra possibilidade de pesquisa que se apresenta diante da presente discussão é a verificação da oferta turística cannábica (quais são as atividades ofertadas e as demandas dos turistas) e ainda a verificação das visões do visitante-consumidor, do morador-consumidor, dos empreendedores, poder público e populações locais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amsterdam Coffee Shops Guide. Disponível em: <<http://www.amsterdam.info/coffeeshops/>>.

ANDERECK, K. Evaluation of a Tourist Brochure. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 2, p. 1-13, 2005.

ANDERSON, J. L. Gangland. **The New Yorker**, 5 out. 2009.

ANVISA. **Anvisa permite prescrição e importação de produtos com Canabidiol e THC.** Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/anvisa+portal/anvisa/sala+de+imprensa/menu+-+noticias+anos/201616/em+cumprimento+a+acao+judicial+anvisa+permite+prescricao+e+importacao+de+produtos+com+canabidiol+e+thc>>.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

BORCHARDT, D. U.S. Legal Adult-Use Marijuana Sales Grow 184% in One Year. **Forbes**, 1 fev. 2016.

BURGIERMAN, D. R. **O Fim da Guerra: A Maconha e a Criação de um Novo Sistema para Lidar com as Drogas.** São Paulo: Leya, 2011.

CAMARGO, L. O. DE L. **Hospitalidade.** 220.ed. São Paulo: Aleph, 22004, 2004.

CARLINI, E. A. **A História da Maconha no Brasil.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/jbpsiq/v55n4/a08v55n4.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

CARNEIRO, H. As Necessidades Humanas e o Proibicionismo das Drogas no Século. **Outubro**, v. 6, p. 115-128, 2002.

COMISSÃO GLOBAL DE POLÍTICA SOBRE DROGAS. **War on Drugs.** [s.l.: s.n.]. Disponível em: <http://www.globalcommissionondrugs.org/wp-content/themes/gcdp_v1/pdf/Global_Commission_Report_Portuguese.pdf>.

DECORTE, T. Cannabis Social Clubs in Belgium: Organizational Strengths and Weaknesses, and Threats to the Model. **International Journal of Drug Policy**, v. 26, p. 122-130, 2015.

DÓRIA, J. R. DA C. **Os Fumadores de Maconha: Efeitos e Males do Vício.** [s.l.: s.n.].

ESCOHOTADO, A. **Historia General de las Drogas.** 1.ed. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

FARIAS, R. C. DE; ROCHA, I. **Maconha: Coletânea de Trabalhos Brasileiros.** Ministério ed. Brasil: Serviço Nacional de Educação Sanitária, 1958.

FRANÇA, J. M. C. **A História da Maconha no Brasil**. São Paulo: Três Estrelas, 2015.

FREIXO, M. Relatório Final da Comissão Parlamentar de Inquérito Destinada a Investigar a Ação de Milícias no Âmbito do Estado do Rio de Janeiro. . 2008, p. 282.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

Global Commission on Drugs. Disponível em: <<http://www.globalcommissionondrugs.org/>>. Acesso em: 11 fev. 2015.

JUNIOR, E. **PL 7187**. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=606843>>.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a Dádiva. Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas**. Cosac Naif ed. São Paulo: [s.n.].

MENDES, G. **506 - Tipicidade do Porte de Droga para Consumo Pessoal**. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/jurisprudenciarepercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=4034145&numeroProcesso=635659&classeProcesso=RE&numeroTema=506>>.

MIDDLETON, V. **Marketing de Turismo: Teoria e Prática, com Jackie Clarke**. Elsevier ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

MITIDIERI, F. **PL 399**. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=947642>>

MOLINA, A.; ESTEBAN, Á. Tourism Brochures - Usefulness and Image. **Annals of Tourism Research**, v. 33, p. 1036-1056, 2006.

NACIONAL, A. et al. Resolução nº 66. p. 28-32, 2016.

NELSON, A. **How Big Is The Marijuana Market?** 20 abr. 2010.

OPUS DEI. **A Graça e as Virtudes**. Disponível em: <<http://opusdei.org.br/pt-br/article/tema-28-a-graca-e-as-virtudes>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

PARDO, B. Cannabis Policy Reforms in the Americas: A Comparative Analysis of Colorado, Washington, and Uruguay. **International Journal of Drug Policy**, v. 25, p. 727-735, 2014.

Plan Your Cannabis Experience. Disponível em: <<https://my420tours.com/>>.

RAMOS, A. **O Negro Brasileiro**. Companhia ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1940.

RASCHKE, P.; KALKE, J. Cannabis in Pharmacies: A Proposal from Germany on how to Separate the Drug Markets. **International Journal of Drug Policy**, v. 10, p. 309-311, 1999.

Retail Marijuana use Within the city of Denver. Disponível em: <<https://www.colorado.gov/pacific/marijuanainfodenver>>.

REUTER, P. Can Production and Trafficking of Illicit Drugs Be Reduced or Only Shifted? In: **Innocent Bystanders: Developing Countries and the War on Drugs.** [s.l.: s.n.]. p. 361.

RIBEIRO, S.; MALCHER-LOPES, R. **Maconha, Cérebro e Saúde.** Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2007.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. DEL P. B. **Metodologia de Pesquisa.** [s.l.] Penso, 2013.

SIEGEL, R. K. **Intoxication: Life in Pursuit of Artificial Paradise.** Nova York: Dutton, 1989.

SOLA, K. Legal U.S. Marijuana Market Will Grow To \$7.1 Billion In 2016: Report. **Forbes**, 19 abr. 2016.

TERRA, O. **PLC 37.** Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/113035>>.

The Responsible Consumer's Guide to Marijuana in Colorado. Disponível em: <<http://www.coloradonorml.org/recreational-marijuana/the-responsible-consumers-guide-to-marijuana-in-colorado>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

The right way to do drugs. **The Economist**, 13 fev. 2016.

TRANSPARÊNCIA, S. DE. **Legalização da Maconha.** p. 38, 2014.

UNODC. **World Drug Report.** Disponível em: <<http://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/WDR-2011.html>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

WYLLYS, J. **PL7270.** Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=608833>>