



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO  
CURSO DE TURISMO

MARIA LUIZA VIEIRA DA SILVA

**CANNABIS COMO TENDÊNCIA DO MERCADO TURÍSTICO EM PAÍSES  
LEGALIZADOS**

NATAL/RN

2022

MARIA LUIZA VIEIRA DA SILVA

**CANNABIS COMO TENDÊNCIA DO MERCADO TURÍSTICO EM PAÍSES  
LEGALIZADOS**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico, apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

**Orientadora:** Lissa Valéria Fernandes Ferreira, Dra.

NATAL/RN

2022

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Silva, Maria Luiza Vieira da.

Cannabis como tendência do mercado turístico em países legalizados / Maria Luiza Vieira da Silva. - 2022.  
22f.: il.

Artigo (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Turismo. Natal, RN, 2022.

Orientador: Profa. Dra. Lissa Valéria Fernandes Ferreira.

1. Turismo canábico - Artigo. 2. Segmentação turística - Artigo. 3. Tendência de mercado - Artigo. I. Ferreira, Lissa Valéria Fernandes. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 338.48:615

Maria Luiza Vieira da Silva

**CANNABIS COMO TENDÊNCIA DO MERCADO TURÍSTICO EM PAÍSES  
LEGALIZADOS**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico, apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Natal, 13 de julho de 2022.

---

Prof.<sup>a</sup> Lissa Valéria Fernandes Ferreira, Dra. - UFRN  
Presidente da Banca Examinadora

---

Prof.<sup>o</sup> Mauro Lemuel Alexandre, Dr. - UFRN  
Membro da Banca Examinadora

---

Prof.<sup>a</sup> Islaine Cristiane O. G. da S. Cavalcante, M.Sc. - UFRN  
Membro da Banca Examinadora

# CANNABIS COMO TENDÊNCIA DO MERCADO TURÍSTICO EM PAÍSES LEGALIZADOS

## CANNABIS AS A TOURIST MARKET TREND IN LEGALIZED COUNTRIES

Maria Luiza Vieira da Silva  
Lissa Valéria Fernandes Ferreira

**Resumo:** O objetivo deste estudo consiste em demonstrar o potencial econômico da *Cannabis* no contexto do Turismo, como um novo segmento em ascensão em países legalizados e descriminalizados. Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo que utilizou o método explicativo-exploratório. No que diz respeito ao universo e campo de estudo optou-se em falar sobre os países onde a maconha é legalizada e descriminalizada para fins recreativos e medicinais e que possuem maior visibilidade turística neste segmento. As técnicas utilizadas para a coleta de dados se deram através de revisão bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas online. Para tratamento dos dados optou-se pela revisão da literatura. Observam-se impactos econômicos do turismo com maconha avaliados em três níveis: direto, indireto e induzido (KANG, O'LEARY & MILLER, 2016), sobretudo nos destinos em que existe o segmento de Turismo de Saúde para além do uso recreativo da *Cannabis*. Espera-se ampliar o corpo de conhecimento do Turismo Canábico, desmistificar a atividade e gerar uma reflexão no meio acadêmico para as atividades relacionadas a esta segmentação turística.

**Palavras-chave:** Turismo Canábico. Segmentação Turística. Tendência de Mercado. Turismo de Saúde. ExpoCannabis.

**Abstract:** This study aims to demonstrate the *Cannabis* economic potential in the Tourism context as a new growing segment in legalized and decriminalized countries. This is a qualitative research that uses an explanatory-exploratory method. About the study's universe and field, were selected countries where the marijuana is legalized and decriminalized for recreational and medical purposes and which also have higher tourist visibility in this segment. Literature review, document research and online interviews were the techniques used for data collection, and the literature was reviewed for data analysis. Economic impacts of marijuana tourism are evaluated in three levels: direct, indirect and induced (KANG, O'LEARY & MILLER, 2016), especially in destinations with the Medical Tourism segmentation in addition to the *Cannabis* recreational use. It is expected to expand the *Cannabis* Tourism knowledge, desmitify the activity and purpose a reflection in the academy about this tourism segmentation.

**Keywords:** *Cannabis* Tourism. Tourism Segmentation. Market Trend. Health Tourism. ExpoCannabis.

## 1 INTRODUÇÃO

Ser humano, aquele que percorre a história da humanidade e constrói suas narrativas por meio de suas inquietações e curiosidades. Assim, desbravar para reconhecer o que não é conhecido o fez percorrer todo o globo e mesmo antes de existir a palavra Turismo, esse indivíduo deslocava-se em busca de respostas.

Krippendorf (2003) afirma que a necessidade de mobilidade e a curiosidade do ser humano o torna turista, buscando em um primeiro momento explorar, descobrir e aprender, a fim de obter o lazer e a dispersão do massificante dia a dia.

Desse modo, percebe-se que desde a antiguidade o hábito de viajar já era uma prática vivenciada, todavia, apenas a partir da primeira metade do século XX, com a industrialização, e posterior regulamentação da jornada de trabalho, alinhado à modernização dos sistemas de transportes que ocorre a consolidação do Turismo (SILVA, 2004).

Panosso Netto (2010), aponta que o turismo é um fenômeno social que consiste em uma viagem de caráter pessoal, dando um intervalo em sua rotina momentaneamente, no qual o turista procura vivenciar experiências marcantes e sensações singulares, com a intenção de atingir as expectativas geradas antes da viagem.

Sob o viés da pessoalidade, emergem as distintas segmentações do Turismo com o intuito de apresentar o produto certo aos anseios e desejos particulares do turista. O que no passado era apenas uma associação ao ato de deslocamento, na contemporaneidade agrega-se ao ato de viajar a personalização por intermédio da vivência de experiências, tornando-se relevante a compreensão das motivações de viagem dos indivíduos.

Esses deslocamentos contínuos convertem o Turismo em uma das principais atividades econômicas mundiais, configurando-o como um setor que desenvolve riquezas e empregos, fomenta a cultura e colabora com a criação de novos negócios, assim aumentando a produção de bens e serviços em países desenvolvidos ou em desenvolvimento. Barbosa (2005, p.111) afirma que “o efeito multiplicador da atividade turística é uma consequência positiva para o desenvolvimento local e/ou regional, uma vez que não é apenas o núcleo receptor que se beneficia.”

Em virtude disso, a indústria turística vem se aprimorando, principalmente por consequência da globalização, transformando-se numa ferramenta para alcançar novos graus de competitividade que ocasiona uma série de benefícios aos destinos. Deste modo, à medida que o turismo progride, os seus consumidores procuram por experiências mais diferenciadas. Este novo turista busca por serviços personalizados, respeita a cultura dos espaços e sabe bem o que deseja em sua viagem.

A isso juntam-se as novas tendências do Turismo que busca acompanhar as mudanças culturais e comportamentais vislumbradas na sociedade e resulta no surgimento de novas demandas e novos produtos, assim, esse processo evolutivo presume a necessidade de um olhar centrado no consumidor.

Diante do exposto, muitas são as possibilidades de motivações e naturezas das atividades exercidas pelos turistas, levando à existência de inúmeras tipologias de turismo, que, segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT (2009), podem ser divididos em grandes segmentos reconhecidos como o Turismo Sol e Praia, o Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Ecoturismo, Turismo Cultural, dentre tantas outras opções. Nesse universo, emergem tipologias menos disseminadas quando comparadas às supracitadas, Turismo Canábico representa uma dessas categorizações.

A partir do cenário atual onde a maconha medicinal e recreativa ganham cada vez mais espaço para discussões a respeito de suas benéficas econômicas e sociais, muitos países estão deixando de lado o preconceito a respeito do tema e passam a investir na *Cannabis* como meio de fomento turístico. Como por exemplo, o estado do Colorado nos Estados Unidos que em 2012 legalizou o plantio pessoal da *Cannabis* e desde 2014 passou a comercializar a maconha recreativa (PONTUAL, 2014).

É notória a ascensão da indústria canábica no mundo contemporâneo. O crescimento extraordinário dos negócios da *Cannabis* tem atraído empresas dos mais diversos setores para investir neste mercado. O turismo por sua vez também ganha cada vez mais destaque em países onde é legalizado o consumo recreativo da erva, pois passa a existir mais um fator de fomento turístico: a maconha. Atualmente, é permitido o uso medicinal da *Cannabis* em quarenta países e, cinco países permitem o uso recreativo. É previsto que aproximadamente em cinco anos, 60 países de alguma maneira autorize o uso de *Cannabis* sendo ela medicinal, recreativa ou na indústria (MENDES, 2019).

Ademais, no contexto atual de pandemia de Covid-19, o Uruguai apresentou um projeto de lei onde pretende permitir o uso da cannabis aos turistas, tendo em vista que seus visitantes buscam por novas estratégias para driblar a crise pós pandemia (SMOKE BUDDIES, 2022). O setor turístico movimenta cerca de U\$1,8 bilhão de receita anual para o país, e com esta medida, vários setores iriam se beneficiar. Semelhante a isto, a Tailândia pretende implementar o turismo canábico

em seu território com a finalidade de impulsionar o fluxo turístico e a economia pós-Covid (SMOKE BUDDIES, 2022).

Desta maneira, é válida a imersão acerca deste assunto, uma vez que na academia ainda é pouco retratada, assim, contendo pouco material produzido. É possível encontrar artigos que tratam e analisam países legalizados, mas apenas dois autores (MEDEIROS; BRAGA, 2017) desenvolveram um trabalho relacionando turismo e *Cannabis*, com o artigo publicado no Fórum Internacional de Turismo do Iguassu em 2017.

Com o desenvolvimento desta pesquisa, será possível contribuir para a disseminação da informação de tal maneira que possa corroborar com a descriminalização. O fato de consumir e vivenciar diariamente a desinformação da grande parte da sociedade foi o que motivou a construção e desenvolvimento deste artigo, pois abordar este assunto é necessário para compreender a relação do surgimento de uma nova demanda turística e também desmistificar a história por trás de todo preconceito que foi instaurado ao longo das últimas décadas.

A partir disso, a economia local passou a lucrar com os impostos e com a atratividade que a maconha legalizada representa para a conquista de novos turistas. Diante do exposto surge a seguinte questão: **De que maneira o Turismo Canábico se apresenta como tendência de mercado em países legalizados?**

Nesse sentido, a principal contribuição deste estudo é ampliar o corpo de conhecimento para o turismo canábico, desmistificar a atividade, além de gerar uma reflexão no meio acadêmico para as atividades relacionadas a esta segmentação turística.

O objetivo deste estudo consiste em demonstrar o potencial econômico da *Cannabis* no contexto do Turismo, como uma nova tendência de segmento em ascensão em países legalizados e descriminalizados. Como objetivos específicos optou-se por:

- a) Desenvolver uma contextualização acerca do histórico e legalização da *Cannabis* pelo mundo.
- b) Apresentar os impactos econômicos resultantes do mercado canábico no Turismo.
- c) Comparar a experiência da *Cannabis* praticada pelos viajantes em países legalizados com o contexto brasileiro.



Os capítulos seguintes deste estudo tratam do Referencial Teórico; Metodologia; Apresentação e Discussão dos Resultados; Considerações Finais e Referências utilizadas.

## **2. A EXPERIÊNCIA COMO PRODUTO TURÍSTICO**

### **2.1 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA**

O sentido de segmentar o mercado turístico tem como objetivo identificar os desejos semelhantes de um determinado grupo de pessoas que tenham interesse em consumir o mesmo produto turístico. Neste contexto pode-se entender a segmentação turística como um método utilizado para otimizar os modos de operação de um mercado.

Desta forma é possível atender vários nichos de mercado de maneira mais precisa, a fim de atingir um público em específico:

A segmentação é o processo de dividir mercados em grupos de consumidores potenciais, com necessidades e/ou características similares. O propósito da segmentação de mercados é encontrar nichos e oportunidades e capitalizar através de uma posição competitiva superior (WEINSTEIN 1995,p.18).

Análogo a isto, de acordo com Kotler (2000, *apud* PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2009) as principais bases de segmentação do mercado consumidor turístico são: geográfica, demográfica, psicográfica, comportamental e multiatributos (análise geodemográfica).

Para explicar o contexto que norteia esta pesquisa, abordamos o conceito de nicho de mercado a fim de tratar de um público em específico que tem interesse em um produto em comum e desta maneira, exemplificar a existência de tal segmentação e sua relevância para o mercado turístico de maneira geral. “O termo nicho, numa ótica de marketing, refere-se a duas ideias-chave inter-relacionadas[sic]: que existe um lugar no mercado para o produto, e que existe um público para o mesmo produto” (SOUSA, 2019).

Assim como a dinâmica da sociedade vem passando pelo processo de modificação, através da globalização e com o avanço do poder de alcance e acesso a informações, os destinos turísticos em partes, atentam-se ao potencial de novos atores que surgem com a modernização da sociedade.

A idéia[sic.] de segmentar o mercado turístico, em qualquer destino, tem o mesmo significado semântico, qual seja: identificar pessoas com afinidades e desejos semelhantes que estejam dispostas a consumir um mesmo produto. As empresas turísticas fazem isso, pois podem desta forma conhecer melhor o seu consumidor e assim oferecer melhores produtos, cativando-os” (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2010 p.2).

A diversidade de destinos e a capacidade de atender os diferentes perfis dos turistas somados às melhorias de infraestrutura física e ao profissionalismo no turismo, ampliam a participação do segmento como gerador de riquezas e emprego. Outro fato importante que contribui a esse processo de segmentação é o aumento da participação da população com menor poder aquisitivo aos recursos turísticos (PAULAS *apud* NETTO; ANSARAH, 2009, p. 24)

Contudo, é preciso lembrar que homem é um ser multifacetado, não sendo passível de enquadramentos. Então, estas classificações são ferramentas epistemológicas com o intuito de facilitar os estudos dos pesquisadores (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2009).

Os países receptores vêm inovando e aperfeiçoando seus produtos, equipamentos e serviços turísticos, buscando despertar no turista o valor e experiências antes não perceptíveis, assim, aumentando a competitividade de seus produtos no mercado (BENI, 2011).

O turismo de experiência é um tipo de turismo que marca que tem como principal característica ser marcante para o viajante. Os sociólogos dessa área abordam a relação entre o turismo como forma de escape da rotina e a experiência da viagem como forma de ampliar a mente, o qual contribui para o enriquecimento próprio (NETTO, 2010). A experiência modifica positivamente o modo de pensar das pessoas, é um processo intelectual. As teorias e significados do turismo vêm sendo revisados devido aos novos paradigmas do fazer, envolver com a atividade turística.

## **2.2 EXPERIÊNCIA TURÍSTICA ATRAVÉS DA CANNABIS**

A segmentação turística é bastante diversificada, mas pode-se citar: turismo de aventura, enoturismo, cultural, sol e praia, ecoturismo, náutico e eventos etc. Sendo assim, Soares (2009) enumera cinco critérios para determinar o turismo de experiência, sendo eles;

- Emoções únicas – viver aquele momento único, que venha ser uma ocasião jamais vivenciada em sua rotina, caracterizando como experiências memoráveis.
- Exclusividade – com o aumento do número de turistas, tornando destinos massificados, surge à busca pela exclusividade, por aquele momento e

sensação única, direcionada para cada tipo de pessoa.

- Uso dos cinco sentidos – entra em questão o uso dos sentidos humanos, passando a utilizá-lo para melhor direcionar produtos e serviços, que venha proporcionar uma melhor satisfação.
- Interação – uma maior interação do indivíduo entre os serviços e produtos, vindo a proporcionar a abertura para diferentes tipos de emoções e sensações.
- Despertar de sonhos e sentimentos – suprir as necessidades dos indivíduos, para depois trabalhar os sonhos, utilizando em primeira instância valores mentais, emocionais e imateriais.

O turismo de experiência é um tipo de turismo que marca que tem como principal característica ser marcante para o viajante. Os sociólogos dessa área abordam a relação entre o turismo como forma de escape da rotina e a experiência da viagem como forma de ampliar a mente, o qual contribui para o enriquecimento próprio (PANOSSO NETTO, 2010). A experiência modifica positivamente o modo de pensar das pessoas, é um processo intelectual. As teorias e significados do turismo vêm sendo revisados devido aos novos paradigmas do fazer, envolver com a atividade turística.

Segundo Swarbrook e Horner (2002), existem várias motivações de viagens para os turistas, como por exemplo, pessoas que viajam na intenção de descansar, de fazer novos amigos, ir a festas, que são distintas também de acordo com diversas variáveis, como idade, renda familiar, nível de escolaridade e etc. Mas um diferencial diante dessas motivações é a busca pela experiência, as destinações procuram encantar o turista que em contrapartida viaja com o objetivo de ter uma experiência e uma sensação única.

Além da classificação dos segmentos turísticos feita pelo Ministério do Turismo, muitos outros tipos e subtipos de turismo foram surgindo, estes por iniciativa de mercado ou por iniciativa dos turistas que buscam novas vivências. Contudo, é preciso lembrar que homem é um ser multifacetado, não sendo passível de enquadramentos (NETTO; ANSARAH, 2009).

O processo de segmentação da demanda turística é contínuo, contribuindo para a aparição de nichos de usuários turísticos reunidos de acordo com suas características e experiências ao viajar – adquirindo uma cultura de viagem. A partir dessa demanda diferenciada, é inevitável uma adaptação da oferta, onde os empresários buscam captar diferentes segmentos (NETTO; ANSARAH, 2009).

O turismo canábico se concebe porque as pessoas querem experienciar um momento único em lugar em que a maconha é legalizada, deste modo, observa-se

um fator motivacional emocional no qual o indivíduo percebe a viagem como uma oportunidade de viver a experiência de estar em um local em que ele possa realizar atividades canábicas (sejam elas recreativas ou medicinais) de forma segura.

O entendimento mais rico dos turistas de maconha como um segmento de mercado, ajuda a delinear uma definição de turismo de maconha. Cartier (2017) define o turismo canábico como o ato de viajar ou tirar férias para um lugar devido à capacidade de usar maconha legalmente.

Desta maneira, as definições da indústria refletem tal definição como viagens recreativas realizadas exclusivamente ou principalmente para permitir o uso de maconha em jurisdições onde ela é legal (*TRAVEL INDUSTRY DICTIONARY*, 2017). Essas definições afirmam que a capacidade de comprar maconha legal é o objetivo principal da viagem, mas os resultados deste estudo sugerem que os turistas que usam maconha, escolhem o destino com base em sua capacidade de comprar e consumir maconha. A *Cannabis* tem sido considerada o ponto chave no contexto do turismo no Colorado, nos Estados Unidos da América, onde existem muitos outros fatores que podem atrair um turista para o destino (TAYLOR, 2016).

Esta definição não exige que a maconha seja o motivo principal para viagens nem exige que a venda de maconha seja legal, estendendo assim a definição para destinos que podem ter áreas cinzentas em termos de legalização ou descriminalização.

Também por essa definição, o turismo de maconha não abrangeria a compra com a intenção de distribuir maconha ou a realocação permanente para a área (MAA; FIGI, 2014). A aplicação prática desses resultados é para que os destinos turísticos legalizados, entendam melhor por que os turistas estão comprando e consumindo maconha quando viajam para promover as ofertas novas ofertas ou para desenvolver novos produtos e serviços para melhor atender às suas necessidades.

O segmento de mercado não é homogêneo e os profissionais com maior potencial de sucesso mostraram apreço por essa diversidade e não estereotipam os turistas da maconha. Essas descobertas através de pesquisas confirmam a proposição de que os turistas de maconha são um grupo muito diversificado e o mercado é muito mais amplo do que se possa imaginar (KEUL; EISENHAUER, 2018).

Embora alguns visitantes possam estar focados no produto, outros visitantes são focados na experiência e o comércio relacionado a *Cannabis*, têm a oportunidade de enfatizar a satisfação, socialização e aprendizagem da experiência que contribui para sua satisfação geral com o destino (KRAFTCHICK; CANZIANI;

GLADWELL, 2014). Pesquisas futuras também devem considerar as mudanças no comportamento do consumidor nesse segmento de mercado.

### 3 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo-exploratório de abordagem qualitativa com utilização do pluralismo metodológico através da observação participativa com entrevista com profissionais do turismo canábico. A pesquisa exploratória tem como objetivo possibilitar um maior entendimento com o problema em questão, uma vez que existe pouco material de pesquisa disponível a respeito do assunto abordado (GIL, 2008). Para a análise dos dados utilizou-se o embasamento na pesquisa bibliográfica online, tendo em vista que o momento atual de pandemia dificultou significativamente a realização de coleta de dados.

“A revisão da literatura é a parte fundamental do processo de pesquisa, pois é nesta etapa que é possível “localizar, analisar, sintetizar e interpretar a investigação prévia (revistas científicas, livros, atas de congressos, resumos, etc.) relacionada com a sua área de estudo; é, então, uma análise bibliográfica pormenorizada, referente aos trabalhos já publicados sobre o tema” (BENTO, 2012, p.1).

No que diz respeito ao universo e campo de estudo optou-se em falar sobre os países onde a maconha é legalizada e descriminalizada para fins recreativos e medicinais e que possuem maior visibilidade turística neste segmento. Desta maneira, tanto o recorte espacial, quanto o recorte histórico-temporal deste estudo são bastante amplos, visto que foi necessário realizar um levantamento a respeito da história da *Cannabis* pelo mundo para que se fosse possível desenvolver na discussão dos resultados a contextualização acerca da descriminalização e legalização da maconha.

As técnicas utilizadas para a coleta de dados se deram através de revisão bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas online. Tendo em vista o atual momento de pandemia, durante a fase de execução do trabalho realizaram-se entrevistas *online* com um autor internacional que estuda sobre este assunto e, através dele, foram disponibilizados alguns artigos que possibilitaram o desenvolvimento do referencial teórico.

Igualmente, pôde-se entrevistar a proprietária de uma agência no Brasil que realiza passeios anuais para a maior feira relacionada à maconha no mundo, a ExpoCannabis, bem como também entrevistou-se um proprietário brasileiro que atua com turismo canábico e possui uma no Uruguai. Tais entrevistas não possuíram um roteiro a ser seguido, também não houve formulação de questionário prévio, para critérios de confiabilidade as respostas serão divulgadas como Participante A para a gestora da agência de viagens do Brasil e Participante B para o

gesto da agência de viagens canábicas no Uruguai. As entrevistas aconteceram nos anos de 2020 e 2021 através da plataforma *online* Google Meet. A partir do contato que foi obtido oriundas das entrevistas, apresentou-se o convite para participar do evento na edição de 2021, ocorrida no Uruguai, onde foi possibilitou a observação como participante *in loco*.

Bento (2012) ainda afirma que para realizar este método se faz necessário identificar palavras-chave ou descritores, rever fontes secundárias, recolher fontes primárias, ler criticamente e resumir a literatura. Sendo assim, por se tratar de uma pesquisa documental, estas foram as etapas utilizadas durante a análise dos dados coletados.

Quanto às considerações éticas desta pesquisa, certifica-se o cumprimento das normativas da Resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) e da Comissão de Ética da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (CEP-UFRN), sobre a aplicação de pesquisa em Ciências Sociais, a fim de garantir a confidencialidade dos participantes entrevistados e a referenciação dos dados coletados e autores consultados.

## **4 RESULTADOS**

### **4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO ACERCA DO HISTÓRICO E LEGALIZAÇÃO DA CANNABIS PELO MUNDO**

Segundo Robinson (1999), o diplomata americano Bayard Taylor foi um dos primeiros autores a tratar publicamente por meio de revistas da época sobre suas experiências com o consumo de haxixe. Mais tarde, em 1854 o autor Fitz Hugh Ludlow escreveu uma obra chamada 'O comedor de Haxixe', atraindo a atenção de várias pessoas que tinham interesse por este assunto.

A princípio, neste período não existia uma má conotação a respeito da *Cannabis* e seus derivados, pelo contrário, a exemplo disso, eram comercializadas balinhas de haxixe na década de 1860, onde a campanha comercial deste produto promovia seus efeitos terapêuticos que combatiam o nervosismo, a fraqueza e a melancolia.

Haja vista, a primeira Lei federal a tratar diretamente sobre a maconha foi a Lei sobre as Drogas e Alimentação de 1906. Tal lei exigia que fosse declarada qualquer quantidade de substâncias canábicas, bem como de outras substâncias adicionadas aos alimentos ou medicações vendidos para a população (ROBINSON, 1999).

Por conseguinte, o processo de criminalização da *Cannabis* se deu pelo resultado de um misto de racismo, moralismo conservador e interesses tanto

políticos quanto comerciais. Ao longo deste capítulo será tratado de forma resumida o processo histórico de proibição do consumo e distribuição da *Cannabis* pelo mundo.

Além disso, em 1914 surgiram as primeiras proibições quanto ao uso da erva nos Estados Unidos (EUA). A princípio tal fato se deu por razões xenofóbicas, uma vez que existia muito preconceito aos imigrantes mexicanos da época, os americanos estranharam os costumes latinos, principalmente o hábito de fumar maconha. Havia rumores de que a *Cannabis* dava aos mexicanos uma força extrema, transformando-os em assassinos violentos. Robinson (1999) afirma que a cidade de El Paso, no Texas, instaurou primeira lei a proibir a posse de maconha nos EUA.

Jornais e revistas da época eram os principais responsáveis por influenciar a opinião da sociedade americana, eram publicados artigos sensacionalistas, assim contribuindo para a propagação da imagem negativa a respeito da *Cannabis*. Compreender sobre o processo de criminalização que levaram os EUA a proibir a *Cannabis* é imprescindível, visto que o veredito americano motivaria outros países a tomarem a mesma decisão.

Antes de mais nada, para compreender o ponto inicial da criminalização da *Cannabis* nos EUA e no mundo, é importante saber distinguir entre a maconha e o cânhamo. Embora as duas plantas sejam conhecidas como *Cannabis*, existem diferenças entre elas. A maconha detém alta concentração de THC, a substância psicoativa. Já o cânhamo possui baixa concentração de THC e é matéria prima para a indústria na confecção de tecidos, combustível entre outros (BANZ, 2020).

De fato, o potencial comercial do cânhamo deixou muitos empresários apavorados – principalmente da indústria farmacêutica e petroquímica – pois sabiam que tinham muito a perder com a vigência da exploração integral do cânhamo naquele período:

Na década de 1920, a companhia Du Pont desenvolveu e patenteou aditivos para combustíveis como o chumbo tetraetil, bem como os processos de manufatura de polpa de celulose baseados no sulfato e no sulfito, e vários produtos sintéticos como o náilon, o celofane e outros plásticos. Ao mesmo tempo, outras companhias estavam desenvolvendo produtos sintéticos a partir de recursos renováveis de biomassa – especialmente o cânhamo (ROBINSON, 1999, p.92).

No Brasil, a prática do uso da maconha era principalmente associada aos negros, tal fator teria sido crucial para a proibição da *Cannabis* no país, além de outras práticas da cultura africana como maneira de incriminar os negros que acabavam de sair da condição de escravo (MORAES, 2015). Essa visão racista que era relacionada ao uso da erva também era concebida nos EUA. Por um longo

período a maconha permaneceu criminalizada, até que em 1996 a Califórnia, nos EUA, libera o uso da *Cannabis* para fins medicinais. Logo em seguida, dezoito estados americanos adotaram a mesma decisão.

Atualmente, o debate sobre a *Cannabis* vem sendo cada vez mais discutido, isto se dá pelo avanço da medicina canábica e dos resultados positivos sobre o uso da *Cannabis* sativa que são amplamente divulgados pela mídia e também no âmbito acadêmico, destacando a utilidade dos dois principais canabinóides, ou seja, as duas principais composições das substâncias da planta, tais como o tetrahydrocannabinol (THC) e o canabidiol (CDB) (JESUS *et al*, 2017).

#### 4.2 APRESENTAÇÃO DOS IMPACTOS ECONÔMICOS RESULTANTES DO MERCADO CANÁBICO NO TURISMO

Em 2020 foi realizada uma pesquisa pela Travel Intelligence and Enlighntn Strategies com cerca de 1.500 onde estas pessoas teriam interesse em viagens canábicas, constatou-se interesses variados nas atividades canábicas variavam desde realizar visitas a dispensários canábicos (lojas que vendem a maconha) até consumir produtos oriundos da cannabis, tal pesquisa concluiu que os interessados em viagens com atividades canábicas representavam 29% dos turistas de lazer (SMOKE BUDDIES, 2020)

Pode-se exemplificar o potencial de crescimento do turismo canábico através da afirmação de analistas segundo o portal online Folha de São Paulo (2017) que o setor turístico canábico nos EUA pode passar de US\$ 6 bilhões (R\$ 19,5 bilhões) para US\$ 50 bilhões em uma década, impulsionado sobretudo pela Califórnia, maior PIB dos EUA e o sexto do mundo, à frente de Brasil e França.

No estado do Colorado-EUA, durante o primeiro ano de legalização em 2014, Denver acomodou 15,4 milhões de visitantes noturnos, que gastaram um recorde de US \$4,6 bilhões: US \$1,3 bilhão em hospedagem, US \$913 milhões em restaurantes e US \$579 milhões no varejo. Os ganhos do período anterior foram o dobro ou o triplo em comparação com a média nacional (PROJECT, 2015).

Conforme revela um estudo da Penn State University realizado com base em dados de hotéis da STR, publicado no Journal of Real Estate Literature, constatou-se que houve um aumento de 9% no número de quartos ocupados em relação ao números de 2014, isso logo após a legalização da Cannabis, tendo um impacto econômico positivo para os hotéis em Denver, tendo um aumento de US\$130 milhões em receita (BRENFAUT, 2020).

Uma conclusão recorrente é que o setor deve crescer ainda mais à medida que mais estados estão considerando a legalização. O mercado de Cannabis legal



creceu 25% em 2016 e atingiu US \$6,7 bilhões em vendas totais nos EUA, e que o total poderia se aproximar de US \$22 bilhões em vendas até 2020 (HUDDLESTON JUNIOR, 2016).

Através das entrevistas realizadas com os Participantes A e B foram de suma importância para a construção do entendimento de que o turismo canábico é um seguimento crescente e que tende a crescer ainda mais pós pandemia, pois será uma alternativa como atração turística e que cada vez mais o cenário para discussão do progresso das pesquisas sobre a cannabis e suas diretrizes avançam é notório o interesse em se conhecer mais a fundo sobre tal assunto. Existe demanda e a oferta por serviços canábicos crescem na mesma proporção.

De acordo com Kang, O’Leary & Miller (2016), os impactos econômicos do turismo com maconha podem ser avaliados em três níveis: direto, indireto e induzido, explicados no quadro abaixo:

Quadro 1 - Impactos econômicos do Turismo de Maconha

IMPACTOS ECONÔMICOS DO TURISMO DE MACONHA		
DIRETO	INDIRETO	INDUZIDO
<p>“Efeitos diretos são definidos como gastos incorridos por produtos turísticos no estado: maconha e <b>vendas relacionadas à maconha</b> (por exemplo, <b>comestíveis</b>) neste caso. Esses efeitos são diretos e relativamente fáceis de calcular” (KANG, O’LEARY &amp; MILLER, 2016, p.5).</p>	<p>“Os efeitos indiretos referem-se ao consumo intermediário para a produção de bens e serviços que as empresas de turismo compram de seus fornecedores, formando a cadeia produtiva do turismo. [...] Todos os gastos com <b>infraestrutura de apoio para turistas de maconha</b> podem ser o exemplo, incluindo <b>hotéis, restaurantes, transporte, varejo, locais de convenções/eventos e entretenimento</b>” (KANG, O’LEARY &amp; MILLER, 2016, p.5-6).</p>	<p>“Os efeitos induzidos respondem pelos <b>gastos dos empregados com os salários pagos pelas empresas em contato direto com os turistas</b>. [...] Também incluem o <b>consumo de empresas que se beneficiaram direta ou indiretamente de gastos iniciais no setor de turismo</b>” (KANG, O’LEARY &amp; MILLER, 2016, p.6).</p>

Adaptado de Kang, O’Leary; Miller (2016, p.5-6).

Tais impactos refletem na promoção e efetivação da atividade do turismo canábico, como podemos ver estas exemplificações abaixo que são referentes a alguns países que já fomentam este segmento.

#### 4.3 COMPARAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DA CANNABIS PRATICADA PELOS VIAJANTES EM PAÍSES LEGALIZADOS COM O CONTEXTO BRASILEIRO

No Uruguai, após a legalização em 10 de dezembro de 2013, foram promovidas diretrizes que permitem o cultivo, o consumo e a venda no país (OVIEDO, 2015). Isso fez com que chamasse atenção do país por ser o pioneiro no mundo em relação a legalização e descriminalização da *Cannabis*.

No Uruguai, a maconha não é legalizada para o turista, porém, não é difícil ter acesso a mesma, pois no período onde ocorre a *Expocannabis*, onde os cultivadores das flores de *Cannabis* têm mais espaço para poder oferecer experiências canábicas, sejam elas com a degustação das mais variadas flores, onde estas possuem uma vasta gama de cheiros e sabores, bem como suas extrações. É possível fumar no próprio evento, na área externa onde acontecem os shows, as pessoas fumam e interagem uma com as outras de maneira segura e animada. Para quem vem de um país onde este ato é altamente proibido e criminalizado, é satisfatória a sensação de poder fumar sem maiores preocupações legais.

Quem viaja para Montevideu pode conhecer o Museo del *Cannabis*, fazer o *Cannabis* Bus Tour, comer em restaurantes que utilizam o canabidiol como ingrediente ou fazer um tour em um dos clubes. Além dessas atividades, anualmente acontece a *Expocannabis Uruguay*, a maior feira canábica do mundo, que desde 2014 vem crescendo ano após ano (EXPOCANNABIS URUGUAY, 2020). Esta feira é um dos principais atrativos para o turista que busca uma maior imersão na cultura canábica do país.

Como participante observou-se que a *ExpoCannabis Uruguay* é o evento mais importante do setor na América do Sul, onde reverberada a informação pertinentes à *Cannabis* e ao cânhamo. Este evento fomenta a indústria da canábica e fornece um espaço dinâmico para fazer negócios e network. Com isso, passa a atrair estrategicamente a atenção muito além das fronteiras uruguaias e surpreende com a variedade de segmentos que estão presentes na feira com a exposição de estandes, conferências, fóruns e workshops, consultórios médicos de orientação medicinal, praça de alimentação e um amplo espaço para chill-out ao ar livre com shows culturais ao vivo. O espaço onde encontramos os stands é completamente

climatizado e disponibiliza Wi-Fi gratuito para todos os seus participantes.

Na Jamaica a maconha foi legalizada parcialmente em 2015, somente para uso medicinal e religioso, seu uso era permitido em rituais da cultura Rastafari que reverencia a utilização da maconha de maneira sagrada. A lei autoriza que os jamaicanos portem até 56 gramas de maconha e também o plantio de até cinco pés por pessoa adulta. Turistas com prescrição e carteirinha médica podem comprar flores, óleos e produtos comestíveis oriundos da maconha nas lojas especializadas em produtos canábicos (ESTRELLA, 2019). Antes mesmo da legalização, cidades como Negril já ofertavam aos turistas roteiros em fazendas de *Cannabis*, dando oportunidade aos visitantes de conhecerem melhor as diversificações da maconha e conhecerem um pouco mais sobre sua história (CHIARELI, 2018).

No Canadá, a partir de 2018 a lei que permite o uso recreativo da maconha foi sancionada e a partir disso, agências começaram a se especializadas passaram a oferecer passeios onde umas das opções ofertadas aos turistas é de ter oportunidade de fumar baseados enquanto contemplam regiões ricas no que diz respeito às artes urbanas. Este roteiro é conhecido como “Graffiti Alley” e expõe grafites de artistas mundialmente conhecidos (VICENTI, 2019).

Algumas empresas também oferecem passeios mais elitizados buscando atingir viajantes que buscam por experiências mais elitizadas juntamente com a experiência canábica ofertada. Empresas de turismo de luxo como por exemplo a *Butiq Escapes*, organizam campings bem glamourosos e confortáveis em áreas montanhosas do interior canadense para que o turista possa fumar à vontade e ao final ainda promovem um jantar bem diferenciado aos seus clientes (VICENTI, 2019).

Já na Holanda, muitas pessoas visitam Amsterdam por sua fama de ser um local altamente liberal em comparação a outros países da Europa. Na Holanda a maconha não é legalizada, mas sim tolerada, pois faz parte do grupo de drogas consideradas leves pelo governo, bem como o haxixe - extração concentrada de maconha (COSTA, 2019).

A maconha é vendida apenas em *Coffeeshops*, lojas que são regulamentadas para esta finalidade, desta maneira, os consumidores podem fumar livremente nestes espaços, assim como outros locais particulares, como em quarto de hotéis (dependendo das regras internas do hotel), mas em espaços públicos o uso não é permitido. Visitas aos *Coffeeshops* não necessariamente são com a

intenção de comprar e fumar maconha, alguns turistas visitam estes espaços apenas para conhecer estes locais (COSTA, 2019).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir dos dados analisados, percebeu-se o forte crescimento da *Cannabis* como tendência de mercado turístico em países legalizados e descriminalizados, sobretudo nos destinos em que existe o segmento de Turismo de Saúde para além do uso recreativo da planta.

No Brasil, a maconha ainda é considerada ilegal, sendo crime o consumo da *Cannabis*, de acordo com a Lei nº 11.343/2006, chamada Lei de Drogas. A punição para quem é pego usando a maconha ou até mesmo for pego com a planta é a prestação de serviços comunitários ou medidas socioeducativas (CAMPOS, 2020). A venda da maconha é legitimada como tráfico, sendo prevista por lei a prisão do indivíduo de 5 a 15 anos e pagamento de multa de 500 a 1500 reais.

Apesar da realidade da *Cannabis* no Brasil, o tráfico exerce um alto poder de alcance, tendo em vista que no país a maconha é a droga ilícita mais consumida, segundo informações da pesquisa realizada pela FIOCRUZ em 2015 (KRAPP, 2019). Dentro deste contexto, podemos perceber que a "guerra contra as drogas" não atinge seus objetivos, mas sim anda na contramão do entendimento de um combate eficaz no que diz respeito ao uso de drogas mais pesadas e que seriam questões de saúde pública. Nunca houve até o presente momento a redução do tráfico, o aumento da população carcerária só vem aumentando nos últimos anos e sendo ainda agravada no momento de pandemia.

Diante ao que foi exposto anteriormente, os países que legalizaram a maconha, a enxergam como uma oportunidade de controle da distribuição da droga, sendo ela menos nociva a saúde e tendo lucros com a arrecadação de impostos, bem como a criação de regras para o consumo recreativo e medicinal, trazendo mais diretrizes de segurança para a população.

A proibição impulsiona vários turistas brasileiros a saírem do país e buscarem destinos onde a maconha é legalizada, movimentando assim a economia destes destinos. A proibição não traz nenhum progresso, apenas instiga a violência e o tráfico, pondo em risco a sociedade e não possibilita um debate amplo e direto acerca deste assunto.

A pandemia dificultou bastante realizar este estudo de uma maneira mais efetiva e por se tratar de um assunto ainda pouco abordado, estas limitações refletiram na restrição de informações que seriam utilizadas na construção desta

pesquisa.

Desta forma, espera-se que em estudos futuros sejam realizadas análises mais aprofundadas acerca deste assunto a partir de abordagens e métodos quantitativos ou mistos.

## REFERÊNCIAS

BACA, R. **Colorado marijuana sales skyrocketed to more than \$996 million in 2015**. 2016. The Cannabist. Disponível em: <<https://www.thecannabist.co/2016/02/09/colorado-marijuana-sales-2015-reac-h-996-million/47886/>>. Acesso em: out. 2020.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 3. Ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2011. – (Série turismo).

BENTO, A. Como fazer uma revisão da literatura: Considerações teóricas e práticas. **Revista JA** (Associação Acadêmica da Universidade da Madeira), nº 65, ano VII, p. 42-44, 2012. ISSN: 1647-8975

BLAKE, D.; FINLAW, J. Marijuana Legalization In Colorado: Learned Lessons. **Harvard Law & Policy Review**, v. 8, p. 359–380, 2014.

BRENFAUT, T. G. (ed.). **Study: Legalization Caused \$130M Revenue Boost at Denver Hotels**. Ganjapreneur. 2020. Disponível em: <<https://www.ganjapreneur.com/study-legalization-caused-130m-revenue-boost-at-denver-hotels/>>. Acesso em: set. 2020.

BREEJEN, L. DEN. The experiences of long distance walking : A case study of the West Highland Way in Scotland. **Tourism Management**, v. 28, n. 6, p. 1417–1427, 2007.

CALEY, N. **Marijuana Tourism Attracts Millions of Visitors and Dollars**. 2019. Disponível em <<https://www.cobizmag.com/marijuana-tourism-attracts-millions-of-visitors-and-dollars/>> . Acesso em: out. 2020.

CAMPOS, E. **A história da Cannabis e sua situação legal no Brasil**. Conjur. Consultor Jurídico. 2020. Disponível: <<https://www.conjur.com.br/2020-mai-22/emilia-campos-cannabis-situacao-legal-brasil>>. Acesso: set. 2021.

CARTIER, E. **Marijuana Tourism/Turismo de maconha**. 2017. In: Lowry, L. (Ed.), Enciclopédia Internacional de viagens e turismo. Thousand Oaks, CA : Sage.

CHIARELI, J. **Turismo da maconha: 10 cidades legais**. Bula de Viagem. 2018. Disponível: <<https://www.buladeviagem.com/536-turismo-da-maconha-10-cidades-legais/>>. Acesso em: set. 2021.

COSTA, B. **Sobre a maconha em Amsterdam**. Deixa de Frescura Blog de Viagem. 2019. Disponível em: <<https://deixadefrescura.com/sobre-a-maconha-em-amsterdam/>>. Acesso em: set. 2021.

EZABELA, Fernanda. **Com legalização em 8 Estados, turismo de maconha ganha fôlego nos EUA**. 2017. Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/mundo/2017/05/1885778-com-legalizacao-em-8-estados>>

turismo-de-maconha-ganha-folego-nos-eua.shtml. Acesso em: maio 2021.

ESTRELLA, J. G. **Como é o turismo canábico na Jamaica**. DeMaconha. 2019. Disponível em: <<https://www.demaconha.net/como-e-o-turismo-canabico-na-jamaica/>>. Acesso em: set. 2021.

\_\_\_\_\_. Expocannabis Uruguay. **About Us**. 2020. Disponível em: <<http://www.expocannabis.uy/about-us/>>. Acesso em: set. 2021.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HUDAK, J. **Colorado's Rollout of Legal Marijuana Is Succeeding: A Report on the State's Implementation of Legalization**. 2014. Disponível em: <<https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/CEPMMJCOv2.pdf>>. Acesso em: out. 2020.

HUDDLESTON JUNIOR, T. **Legal Marijuana Sales Could Hit \$6.7 Billion In 2016**. 2016. Fortune. Disponível em: <<https://fortune.com/2016/02/01/marijuana-sales-legal/>>. Acesso em: out.2020.

KANG, S. K.; O'LEARY, J.; MILLER, J. From forbidden fruit to the goose that lays golden eggs: marijuana tourism in Colorado. **SAGE Journals**. October-December 2016: 1–12. DOI: 10.1177/2158244016679213

KRAFTCHICK,, J. F.; BYRD, E. T.; CANZIANI, B.; GLADWELL, N. J. Compreendendo a motivação do turista de cerveja. **Tourism Management Perspectives**, 12, p.41-47, 2014.

KRAPP, J. Pesquisa revela dados sobre o consumo de drogas no Brasil. FIOCRUZ. **Fundação Oswaldo Cruz**. 2019. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-o-consumo-de-drogas-no-brasil>>. Acesso em: set. 2021.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

MARIJUANA POLICY PROJECT. **The Economy After Legalization and Regulation**. 2015. Disponível em: <<https://www.mpp.org/issues/legalization/colorado-the-economy-after-legalization-and-regulation/>>. Acesso em: out. 2020.

MELO, J. O. de. **Só três estados dos EUA proibem uso medicinal ou recreacional da maconha**. 2019. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2019-jul-06/tres-estados-eua-proibem-algum-uso-maconha>>. Acesso em: set. 2020.

MENDES, J. da C.; GUERREIRO, M. M. Segmentação de destinos turísticos: dos processos às estruturas. **Revista Iberoamericana de Turismo (Ritur)**, [S.L.], n. 5, p. 85-98, 2015. Universitat de Girona-Universidade de Alagoas. <http://dx.doi.org/10.2436/20.8070.01.6>.

MENDES, J. **Indústria da maconha vai movimentar US\$ 194 bilhões até 2026**. Estado de Minas. Economia. 2019. <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/05/17/internas\\_economia.105447/1/industria-da-maconha-vai-movimentar-us-194-bilhoes.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/05/17/internas_economia.105447/1/industria-da-maconha-vai-movimentar-us-194-bilhoes.shtml)>. Acesso em: ago. 2021.

MORAES, P. R. de. **A proibição da maconha no Brasil e suas implicações econômicas: uma análise dos custos incorridos e evitados**. 2015. 74 f. TCC

(Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

OMT - Organização Mundial de Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Ed. Roca, 2009.

OVIEDO, G. K. **Legalização da maconha: o caso do Uruguai e seus impactos socioeconômicos no país**. 2015. 39 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

PEZZI, E.; VIANNA, S. L. G. A Experiência Turística e o Turismo de Experiência : um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. **Turismo em Análise**, v. 26, n. 1, p. 165–187, 2015.

PANOSSO NETTO; ANSARAH, M. G. dos R. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009.

PANOSSO NETTO; ANSARAH, M. G. dos R. **A Segmentação dos Mercados como Objeto de Estudo do Turismo**. VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 20 e 21 de setembro de 2010 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

PANOSSO NETTO; GAETA, C. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

PONTES, M. (ed.). **Como o mercado de Cannabis contribui com a economia?** Boletim Econômico. 2020. Disponível em: <<https://www.boletimeconomico.com.br/o-mercado-de-cannabis-e-a-economia/>>. Acesso em: 07 set. 2020.

**Resolução CNS n.510 de 07 de abril de 2016**. Disponível em: <<http://www.cep.propesq.ufrn.br/documentos/orientacoes-e-resolucoes/204358973>>. Acesso em: set. 2021.

ROBINSON, R. **O Grande Livro da Cannabis**. Vermont, Eua: Jorge Zahar, 1999. 135 p. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges.

SOUSA, B. **O marketing territorial como contributo para a segmentação turística: modelo conceptual no turismo de shopping**. 2019. International Journal of Marketing. Disponível em: <<http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcm/article/view/376/202>>. Acesso em: out. 2020.

SMOKE BUDDIES. **Califórnia quebra recorde e fecha ano fiscal com US\$ 817 mi em receita de impostos sobre maconha**. Smoke Buddies. Notícias. 2021. Disponível em: <<https://www.smokebuddies.com.br/california-arrecada-817-milhoes-em-receita-de-impostos-sobre-a-maconha/>>. Acesso em: set. 2021.

SMOKE BUDDIES. **Maconha é “arma secreta” da Tailândia para atrair turistas após Covid, diz autoridade de saúde**. Smoke Buddies. Notícias. 2022. Disponível em: <<https://www.smokebuddies.com.br/maconha-e-arma-secreta-da-tailandia-par-a-atrair-turistas/>>. Acesso em: jul. 2022.

SMOKE BUDDIES. **Uruguai apresenta projeto de lei que permite venda de maconha a turistas**. Smoke Buddies. Notícias. 2022. Disponível em: <<https://www.smokebuddies.com.br/uruguai-deputado-apresenta-projeto-que-permite-maconha-a-turistas/>>. Acesso em: jul. 2022.

PONTUAL, J. **Colorado é o primeiro estado dos EUA a vender maconha para recreação**. Jornal da Globo. 2014. <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2014/01/colorado-e-primeiro-esta-do-dos-eua-vender-maconha-para-recreacao.html>>. Acesso em: jan. 2021.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S.; [tradução de Saulo Krieger]. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. – (Turismo).

TAYLOR, L. L. Gerenciando maconha recreativa no sudoeste do Colorado. **Turismo International Review**, 20, p.211-217, 2016.

VINCENTI, M. **Erva legalizada: turismo da maconha nos EUA e Canadá está bombando**. Nossa Viagem. Nossa UOL. 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/viagem/noticias/2019/04/23/turismo-da-erva-eua-e-canada.htm>>. Acesso em: set. 2021.

WEINSTEIN, A. **Segmentação de Mercado**. São Paulo: Ed Atlas, 1995.