

TURISMO DE EXPERIÊNCIA E O NARCOTURISMO NO BRASIL: CASO DO RECANTO ROSA DOURADA E A EXPERIÊNCIA COM A AYAHUASCA

Resumo: A presente pesquisa tem por objetivo discutir o polêmico fenômeno caracterizado de “narcoturismo”, ou seja, turismo voltado para o consumo de substâncias psicoativas. Por meio de uma pesquisa de demanda, procurou se, expor a existência e frequência desta segmentação, a qual, até o momento, não teve seu reconhecimento. Sendo o narcoturismo nosso foco de pesquisa, através de uma pesquisa de demanda aplicada in loco, analisando a experiência com o uso da Ayahuasca no Brasil em específico na Aldeia da Rosa Dourada, localizada no município Araçariçuama/SP, tencionando o entender de como o mesmo funciona, isto, através da visão do turista, concretizando a existência de tal segmentação uma vez que o Turista/Visitante afirma sua motivação para o deslocamento em prol da experiência com a substância psicoativa. Ressaltado, por fim, a correlação desta nova segmentação considerada dentro do segmento turístico como turismo de experiência.

Palavras-chave: Turismo de experiência; Narcoturismo; Turismo de psicoativos; Turismo de Ayahuasca; Turismo de Drogas.

Abstract: The present research aims to discuss the controversial phenomenon characterized by "narcotourism", that is, tourism focused on the consumption of psychoactive substances. By means of a demand survey, he sought to expose the existence and frequency of this segmentation, which, so far, has not been recognized. Being the narcoturismo our focus of research, through an applied demand research in loco, analyzing the experience with the use of Ayahuasca in Brazil in specific in the Village of Rose Dourada, located in the city of Araçariçuama / SP, intending to understand how the same it works, through the vision of the tourist, materializing the existence of such segmentation once the Tourist / Visitor affirms its motivation for the displacement in favor of the experience with the psychoactive substance. Finally, the correlation of this new segmentation considered within the tourism segment as tourism experience is highlighted.

Key-Words: Tourism experience; Narcotourism; Psychoactive tourism; Tourism of Ayahuasca; Drug Tourism .

INTRODUÇÃO

No turismo existem inúmeros segmentos¹ de modo que indicar a existência de relações entre o Narcoturismo, a atividade turística em prol da motivação do turista no uso ou aquisição de determinadas substâncias psicoativas com o Turismo de Experiência, coloca-se como um desafio, uma vez que o Narcoturismo situa-se entre os mais polêmicos, seja pelas políticas proibicionistas quanto ao acesso e uso de algumas substâncias, assim como pelo debate social que permeia o tema.

Aprofundando mais sobre o Narcoturismo, é possível a caracterização desse segmento como Turismo de Experiência, uma vez que, o segmento de turismo de experiência assim como o Narcoturismo tem sua motivação na busca por novas experiências (NETTO; GAETA, 2010),

Sobre a experiência como motivação, existem poucos estudos abordados, porém, sua prática é utilizada há muito tempo. Fugindo dessa exorbitante massificação, muitos turistas procuram por serviços personalizados, possibilitando experiências memoráveis (NASCIMENTO; MAIA; DIAS, 2012).

Vemos o surgimento da economia da experiência criando critérios que definem seus valores, valores estes autênticos, sendo imateriais (SOARES, 2009 apud NASCIMENTO; MAIA; DIAS, 2012). Consequência esta, entendida por Beni (2004, p. 300) ser derivada de “o mercado turístico e seus diversos segmentos e nichos mostram cada vez mais uma intensa atividade e competitividade às quais nem todos podem se adaptar”.

Neste contexto, destacamos a atividade turística ocorrida na Aldeia Rosa Dourada, localizada em Araçariguama, à aproximadamente 54 Km de São Paulo capital, na qual o principal motivador da visitação é o Ritual Xamânico com uso de Ayahuasca.

Portanto, como objetivo geral, compreender a atividade turística ocorrida nesta localidade a partir da análise da experiência vivida pelos turistas.

Para que esse chegue ao alcance, os seguintes objetivos específicos foram propostos: Contextualizar o Turismo de Experiência o relacionando com o Narcoturismo; Levantar um perfil sócio econômico dos visitantes; Analisar o grau de

¹A partir da Segmentação Turística entendida por Netto; Gaeta (2010) como, “A segmentação é, em essência, a setorização da oferta para que ela possa alcançar seu público-alvo, de modo a atender aos desejos e/ou necessidades de seus grupos de consumidores com seu máximo de eficiência” (NETTO; GAETA, 2010, p. 121).

experiência do turista e visitante no contexto de sua experiência com a substância psicoativa a Ayahuasca na Aldeia Rosa Dourada.

Diante disso, a pesquisa deu início com uma revisão bibliográfica sobre a história das substâncias psicoativas, observando sua influência em território nacional brasileiro, os aspectos sociais históricos e culturais ao desenvolvimento de criminalização dos psicoativos, decorrendo a uma revisão de pesquisas qualitativas já realizadas sobre substâncias psicoativas. Isto, após a um levantamento etimológico das palavras substâncias psicoativas, psicotrópicos, narcóticos, drogas e narcoturismo, estudo preliminar que serviu de auxílio teórico para a realização da presente pesquisa.

Relacionando com conceitos do Turismo, tentou-se entender essa polêmica segmentação, que por fim, após uma aplicação de um questionário em formato de pesquisa de demanda podemos concluir a existência desse segmento nomeado de Narcoturismo, uma vez que, se relacionando com o turismo de experiência a qual o deslocamento do turista/excursionista se dá para com a experiência de determinado psicoativo, a Ayahuasca como evidencia nesta pesquisa.

JUSTIFICATIVA

Observando, a compreensão que acerca o universo das drogas variou ao longo da história da humanidade, tendo como visão a cultura, suas práticas sociais são caracterizados por diversas utilizações de inúmeros psicoativos, em suas múltiplas culturas (SANTOS, M. F. S.; ACIOLI NETO, M. L.; SOUSA, Y. S. O, 2012).

Para adentrar no assunto, buscou-se a etimologia das palavras drogas, psicoativos e narcóticos. Entendido que, podemos os relacionar como sinônimos. Sendo assim, sabemos da existência do Narcoturismo, por efeito de existir uma gama de substâncias psicoativas e seus variados usos pela sociedade.

Ao retornar ao “Narcoturismo”, a atividade turística em prol da motivação do turista no uso ou aquisição de determinadas substâncias psicoativas, como Justificativa do Trabalho, podemos o relacionar com o Turismo de Experiência, uma vez que ambos têm suas diversas motivações possíveis e similares, desde a vontade de seguir os modismos da minoria até a busca por fortes emoções. Dito que, Soares (2009), levanta cinco características próprias do Turismo de Experiência, elas sendo;

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 (...). (SOARES, 2009, p. 40-41).

O turismo e o deslocamento voltado a fins da experiência com a substância psicoativa Ayahuasca pode ser observada partir de que em meados dos anos de 1990, a partir de novos grupos, influenciados pela cultura indígena e seu uso da Ayahuasca, iniciaram assim a sua expansão (LABATE, 2004).

Os trabalhos realizados em seitas, realizando rituais com o psicoativo, Ayahuasca, facilitando a oportunidade de surgimento de pacotes turísticos conhecidos por muitos como os “Drug Tourism”, tendo como motivação a experiência com psicoativo (PEREIRA; BRITO, 2002).

Exposto ainda por Pereira; Brito (2002) que:

Tais pacotes podem girar por volta de U\$1100 a 1300, o que não é tão caro se comparado a uma sessão de Ayahuasca que pode sair por U\$800 no “underground” norte americano, conforme aferidos na internet. Alguns destes sites dizem que o pacote não inclui o uso da bebida e que não se trata de “Ayahuasca tourism”, no entanto, recomendam, paradoxalmente, que as pessoas se abstenham de alimentos que possam levar a interações medicamentosas com os IMAO (PEREIRA; BRITO, 2002, p. 6).

METODOLOGIA

A pesquisa vigente num primeiro momento foi realizada a partir de pesquisa bibliográfica, no sentido de caracterizar a existência do fenômeno Narcoturismo, assim como Turismo de Experiência, bases teóricas fundamentais para a realização do estudo.

Na sequência foi realizado um primeiro campo, com o objetivo de reconhecimento prévio da área de estudo, a Aldeia da Rosa Dourada, para então numa segunda visita aplicar uma entrevista semiestruturada aos visitantes, através de questionários em formato de Pesquisa de Demanda assim como aplicação de uma tabela para extração das expectativas dos critérios do Turismo de Experiência.

Para a realização desta pesquisa foi necessário solicitar autorização dos coordenadores do ritual de experiência com a substância psicoativa, a Ayahuasca, para

aplicação do questionário dentro das dependências da Aldeia Rosa Dourada. Assim como foi solicitado aos entrevistados que assinassem um termo de consentimento livre e esclarecido.

A coleta de dados seguiu basicamente as seguintes etapas: adaptação da pesquisa de demanda a ser aplicada; aplicando o questionário in Loco na data de 29 de setembro de 2018, onde foram aplicados 11 questionários consequentemente a tabulação dos dados pela ferramenta *Excel*.

Depois de realizadas essas etapas, partimos para a análise dos dados. O roteiro de entrevistas será apresentado ao longo dos resultados e discussões.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No questionário, as perguntas abordadas foram divididas da seguinte maneira, no primeiro bloco de perguntas foi sobre os dados do entrevistado como: Idade, Gênero: Estado civil, Nível de escolaridade e Profissão.

Sendo que, os resultados da pesquisa mostraram que dentre o total de onze participantes entrevistados, seis eram do gênero masculino representando 55% do total, e cinco do gênero feminino as quais representavam 45% do total de entrevistados. Sendo que esses visitantes se encontraram entre 24 a 55 anos.

Tabela 1.1 – Idade e Gênero dos entrevistados

Entrevistado	Idade	Gênero
1	49	Masculino
2	42	Masculino
3	30	Feminino
4	34	Masculino
5	33	Feminino
6	33	Masculino
7	47	Feminino
8	24	Feminino
9	55	Masculino
10	47	Feminino
11	43	Masculino

A tabela 1.2 apresenta o estado civil dos entrevistados, destes, obteve certo equilíbrio com cinco dos onze entrevistados sendo composto por casados e seis são solteiros.

Tabela 1.2 – Estado civil dos entrevistados

Entrevistado	Estado Civil
1	Casado
2	Casado
3	Solteira
4	Solteiro
5	Solteira
6	Solteira
7	Casada
8	Solteira
9	Casado
10	Solteira
11	Casado

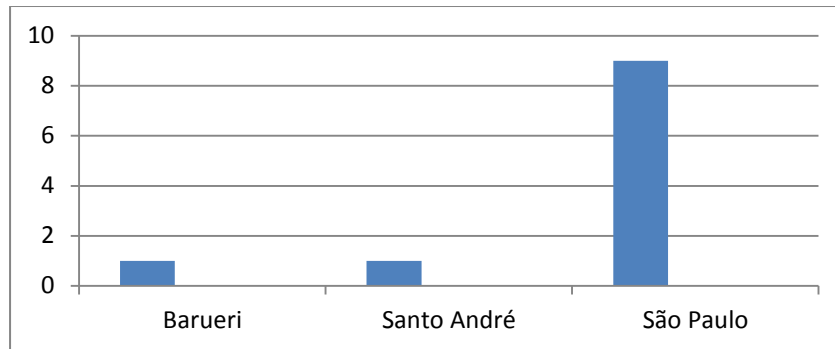
Na tabela 1.3, quando foi perguntado aos entrevistados sobre o grau de escolaridade três responderam ser Pós graduados, tendo os outros oito, o superior completo. Já na questão das profissões, três dos entrevistados responderam ser consultores, dois responderam serem analistas de sistemas conhecidos como T.I. Para os outros seis restantes, responderam serem, um Gerente Patrimonial, uma Funcionária pública, uma Publicitária, um Autônomo, uma Economista e uma Professora de inglês.

Tabela 1.3 – Grau de escolaridade e profissão

Entrevistado	Nível de escolaridade	Profissão
1	Pós graduado	Gerente Patrimonial
2	Pós graduado	Consultor
3	Superior Completo	Funcionária pública
4	Superior Completo	Analista de Sistemas T.I
5	Superior Completo	Publicitária
6	Superior Completo	Autônomo
7	Superior Completo	Economista
8	Superior Completo	Professora de inglês
9	Superior Completo	Analista de Sistemas T.I
10	Superior Completo	Consultora de marketing
11	Pós graduado	consultor de estratégia

A segunda questão, sendo a primeira pergunta aberta do roteiro de entrevista está ligada a localidade residencial do entrevistado, compreendendo o deslocamento do mesmo para a experiência com o psicoativo. Sendo que, no Gráfico 1.1, é representado, sobre o município residente, entendendo a proximidade da Aldeia Rosa Dourada com a capital paulista (aproximadamente 54 km de distância), foi respondido por nove dos entrevistados serem residentes de São Paulo, os outros dois, um é de Barueri e outro de Santo André, cidades próximas tanto da capital quanto da Aldeia Rosa Dourada.

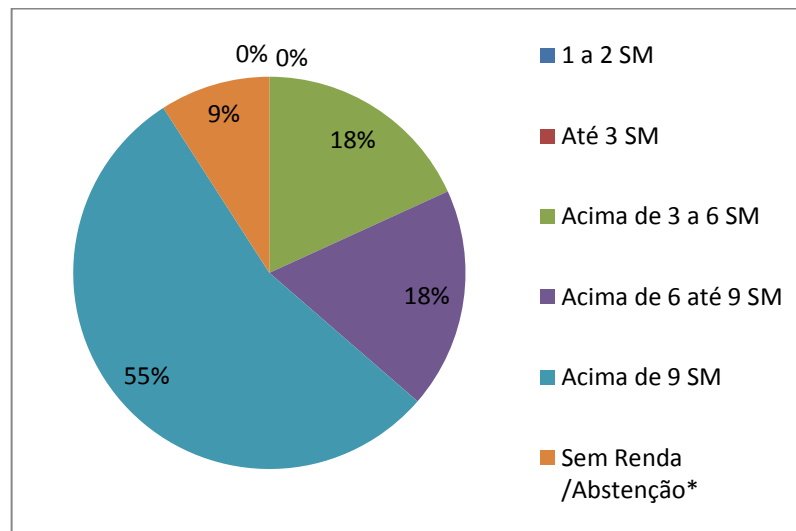
Gráfico 1.1 – Município residente



Seguindo a ordem, a terceira questão, uma pergunta fechada, está relacionada com o perfil socioeconômico do entrevistado, organizada em: () 1 a 2 SM () Até 3 SM. () Acima de 3 até 6 SM. () Acima de 6 até 9 SM. () Acima de 9 SM.

Na análise desta questão, uma vez que o salário mínimo está no valor de R\$ 954,00 (2018) pode se constatar que a renda familiar ²da maioria dos visitantes entrevistados se encaixa na classe B, representado por 55% dos entrevistados, conforme o gráfico 1.2, passível de correlação com a alta escolaridade dos entrevistados. O Contraste se da por um dos entrevistados, a qual se declarou sem renda, representado por 9% no gráfico.

Gráfico 1.2 – Renda mensal por salários mínimos



²Sobre a renda familiar, nos baseamos na classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – (IBGE, 2009) que considera classe E com renda familiar de até R\$ 1.499,99; classe D com renda entre R\$ 1.450,00 a 2.899,99; classe C com renda entre R\$ 2.900,00 a 7.249,99; classe B com renda entre R\$ 7.250,00 a 14.499,99; e classe A com renda igual ou superior a R\$ 14.500,00.

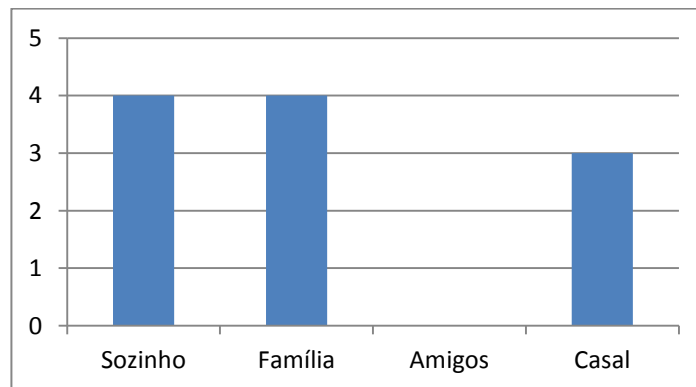
A quarta questão foi fechada, para saber qual transporte utilizado pelo visitante, organizada pelas alternativas: () ônibus fretado () ônibus de linha () carro () avião () moto () outro, qual. Sendo que, quando perguntado sobre o meio de transporte utilizado, todos os 11 entrevistados responderam ter utilizado o carro próprio como meio de locomoção, em concordância com a tabela 1.4.

Tabela 1.4 - Que tipo de transporte utilizou

Transporte	Qd.
Ônibus Fretado	00
Ônibus de linha	00
Carro	11
Avião	00
Moto	00

Na questão abordada sobre a companhia na viagem conforme apresentado no Gráfico 1.3, 4 (quatro) dos entrevistados responderam terem ido sozinhos para realizar a experiência com a Ayahuasca, outros quatro, responderam ir com suas famílias e três pessoas dos entrevistados, responderam ir com em casal para a efetuarem a experiência.

Gráfico 1.3 – Companhia na viagem



Para medir a motivação dos visitantes aplicamos a questão onde os entrevistados foram indagados sobre o principal motivo da viagem, questão a qual apresentamos uma pergunta semiaberta, compreendendo a real motivação do visitante, se de fato a experiência com o psicoativo foi o principal motivo da locomoção até o local, ou se não,

dando a possibilidade do entrevistado se expor. Tendo esta pergunta como expressiva para o trabalho, uma vez que é por ela que se pode confirmar a teoria da existência do fenômeno do Narcoturismo.

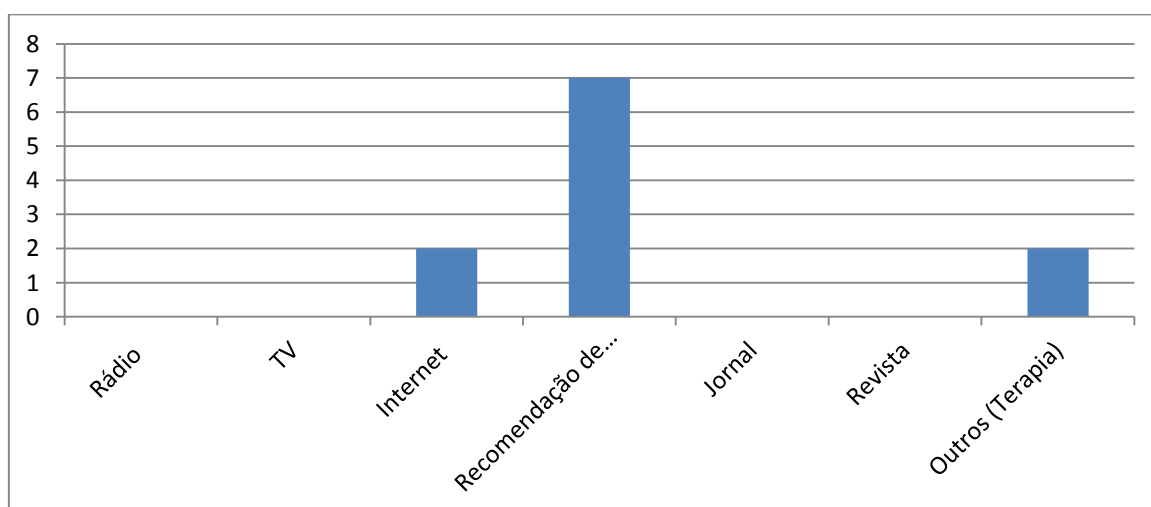
Conforme a tabela 2.1, sendo assim, os onze entrevistados responderam que tiveram como motivação principal a experiência com a substância psicoativa a Ayahuasca, porém, para a surpresa, e de certa forma causando uma dualidade nas respostas caracterizada pela observação assistemática, seis desses onze entrevistados, afirmaram ainda que, a motivação não se baseia apenas na experiência com o psicoativo em si, tendo também um forte fator espiritual, uma vez que a experiência com a Ayahuasca é associada a diversas religiões, sendo o xamanismo uma delas.

Tabela 2.1 - O principal motivo da viagem foi à experiência com o psicoativo

SIM	11
NÃO (Espiritualidade)	6 *

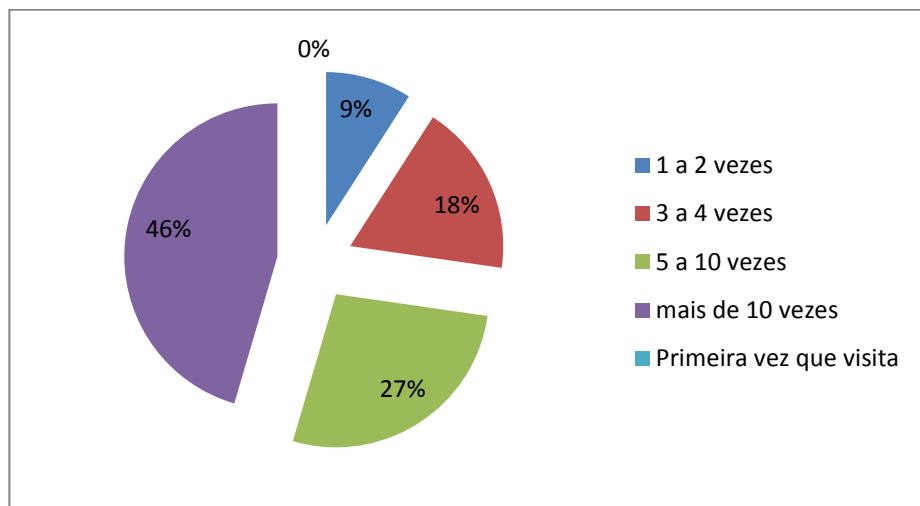
Através da questão de, como os entrevistados tomaram conhecimento da experiência com o psicoativo, conforme consta no Gráfico 2.1, sete dos entrevistados responderam que através da recomendação de amigos e parentes que tomaram conhecimento sobre a experiência com a substância psicoativa Ayahuasca. Ainda, dois dos entrevistados responderam que através da Internet que tomaram conhecimento sobre a experiência. Por fim, outros dois entrevistados, responderam que, foi por meio de terapias com psicólogos que tomaram conhecimento sobre a experiência.

Gráfico 2.1 - Como tomou conhecimento da experiência com o psicoativo



Para a tentativa de mensurar o interesse dos entrevistados, em específico na experiência na Aldeia da Rosa Dourada com a substância psicoativa Ayahuasca foi aplicada à questão de quantas vezes por ano costumam se visitar a localidade, para a experiência com o psicoativo. Conforme o Gráfico 2.2 nos apresenta, a maior parcela de 46% equivalente a cinco dos entrevistados, responderam que, frequentam a Aldeia Rosa Dourada em mais de dez vezes ao ano para usufruírem da experiência com o psicoativo. Tendo ainda 27% dos entrevistados as quais responderam que costumam frequentar entre 5 a 10 vezes por ano a Aldeia Rosa Dourada para a experiência. Outros 18% equivalendo a dois dos entrevistados, nos responderam que tem o costume de visitarem entre 3 a 4 vezes ao ano a localidade para participação da experiência com o psicoativo. Tendo ainda, 9% a qual se equivale a um dos entrevistados, que, nos respondeu ter como costume ir de 1 a 2 vezes ao ano para a Aldeia Rosa Dourada ter a experiência com a Ayahuasca. A de se apontar que, nem um dos entrevistados estava indo pela primeira vez ter a experiência.

Gráfico 2.2 - Quantas vezes por ano costuma visitar a Aldeia Rosa Dourada, para a experiência com a substância psicoativa a Ayahuasca.



Ainda observando o interesse dos entrevistados, foi questionado aos mesmos, de há quanto tempo fazem o deslocamento para a experiência com o psicoativo. Por ser uma pergunta em aberto, os entrevistados tinham total liberdade para dizer o há quanto tempo se deslocavam. Sete dos onze entrevistados apontaram se deslocarem para essa

experiência a 4 anos ou mais. Tendo apenas um, entre os entrevistados, a dizer que realiza o deslocamento por menos de 1 ano. Para ser mais específico, dividimos por resposta dos entrevistados conforme a Tabela 2.2. Dando também como referência, os dois extremos, o Primeiro entrevistado, a qual nos respondeu realizar a experiência com a Ayahuasca a mais de 10 anos, e o nono entrevistado que respondeu a pergunta dizendo que se desloca para a experiência a exatamente há cinco meses, mostrando que a localidade tem tanto dos novos adeptos a experiência quanto aos que praticam a experiência a um longo tempo.

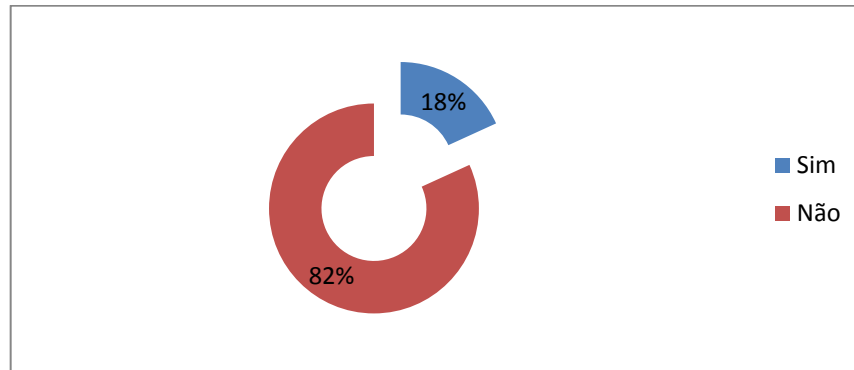
Tabela 2.2 - Há quanto tempo faz o deslocamento para a experiência com o psicoativo

Entrevistados	Anos
1	Mais de 10 anos
2	8 anos
3	1 ano
4	4 anos
5	5 anos (Só na Aldeia Rosa Dourada. Já se deslocou anteriormente em outras localidades)
6	4 anos e 9 meses
7	2 anos
8	2 anos
9	5 meses
10	8 anos
11	4 anos

No gráfico 2.3, é indicada a resposta dos entrevistados que nos expuseram se tem ou não costume de frequentarem outras localidades para além da Aldeia da Rosa Dourada tendo como finalidade a experiência com a substância psicoativa a Ayahuasca. Para tal, 82% dos entrevistados, equivalentes a 9 dos 11, responderam que não frequentam outras localidades, se não a Aldeia da Rosa Dourada para a experiência, porém, 2 entrevistados, a qual equivalem a 18% responderam que sim, sendo eles, um respondeu que tem o costume de fazer o ritual em uma residência privada, já o outro,

diz não se lembrar ao certo a outra localidade, possível de não querer expor a mesma por privacidade.

Gráfico 2.3 - Costume de frequentar outras localidades para experiência com o psicoativo



Para saber a expectativa dos entrevistados, foi inquirida a expectativa de antes da viagem para a experiência com o psicoativo (Tabela 2.3), e o após por uma análise da experiência (Tabela 2.4), isso em graus de: Muito bom; Bom; Razoável; Ruim; Muito Ruim. Para o antes (Tabela 2.3), três dos entrevistados, responderam que não tiveram expectativa para antes da experiência, sendo assim, acrescentados na tabela. 5 dos entrevistados responderam que antes da viagem para a experiência, a expectativa era Muito boa, outros 2 responderam que era boa, e um respondeu que era razoável. A de se revelar que nem um se posicionou como Ruim ou muito ruim a expectativa anterior ao deslocamento para a experiência.

Tabela 2.3 - Qual era a expectativa da experiência com o psicoativo antes da viagem

Muito bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim	Sem expectativa*
5	2	1	0	0	3

*Acrescentado pelos entrevistados

Agora, o após (Tabela 2.4), a resposta dos entrevistados quanto o questionamento de como os mesmos consideram o destino após a experiência com o psicoativo, tendo unanimidade ao responderem, qualificando o destino como Muito bom.

Tabela 2.4 - Após a experiência com o psicoativo como consideram o destino

Muito bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim
11	0	0	0	0

Para fazer uma análise da experiência dos entrevistados, o primeiro questionamento aplicado (Tabela 3.1) foi saber quanto cada um gastou para finalidade da experiência com a substância psicoativa Ayahuasca na Aldeia Rosa Dourada. Sendo assim, é visível uma variação de valores, uma vez que, por ser um questionamento em aberto, cada entrevistado optou por acrescentar ou não o valor do combustível gasto para o deslocamento até a localidade. Portanto, como visualizado na Tabela 3.1, desconsiderando um dos entrevistados a qual era membro da organização do “ritual” e parente próximo do Presidente Honorário que nos respondeu não ter gastos para a experiência, todos os outros 10 entrevistados responderam terem gastos entre R\$ 140,00 que é o valor do “ritual” (experiência com o psicoativo, incluso a estadia e alimentação) na Aldeia Rosa Dourada a R\$ 250,00 acrescentando o valor do combustível à localidade.

Tabela 3.1 – quanto cada entrevistado gastou ou pretendia gastar para a experiência com psicoativo (Ayahuasca)

Entrevistados	R\$
1	R\$ 140,00
2	R\$ 140,00
3	R\$ 200,00
4	R\$ 200,00
5	R\$ 160,00
6	R\$ 170,00
7	R\$ 140,00
8	R\$ 00,00
9	R\$ 140,00
10	R\$ 250,00
11	R\$ 250,00

Com finalidade de relacionar o turismo de experiência com o narcoturismo, criamos para essa pesquisa uma tabela de respostas para os entrevistados classificarem em graus de: Muito bom; Bom; Ruim; Muito Ruim ou Não se aplica a experiência com

o psicoativo, correlacionada de acordo com os critérios de Turismo de Experiência estabelecidos por Soares (2009). Feito, obtivemos para a análise a Tabela 3.2, a qual, os 11 entrevistados expuseram que para os critérios Emoções Únicas; Exclusividade; Interação; Despertar de sonhos e sentimentos a classificação sendo como Muito bom. O único critério com desvio é visto em o Uso dos cinco sentidos, tendo 10 dos entrevistados classificando o critério como Muito bom, e apenas um considerando como puramente Bom, que para o mesmo, por ser uma experiência interpessoal consideraria como tal.

Tabela 3.2 - Tabela das expectativas da experiência dos entrevistados a partir dos critérios do Turismo de Experiência de Soares (2009)

	Muito bom	Bom	Ruim	Muito ruim	Não aplica
Emoções Únicas – Emoções únicas vivenciadas.	11	-	-	-	-
Exclusividade – Inversão do Turismo de massa.	11	-	-	-	-
Uso dos cinco sentidos – Melhor satisfação a partir da utilização dos 5 sentidos.	10	1	-	-	-
Interação – Melhor interação do indivíduo e o serviço.	11	-	-	-	-
Despertar de sonhos e sentimentos – Suprir as necessidades dos turistas e visitantes a partir dos valores mentais.	11	-	-	-	-

Como meio de análise para entender a experiência, foi indagado aos entrevistados que descrevesse em poucas palavras as próprias experiências vivenciadas com a Ayahuasca. Sendo assim, o primeiro entrevistado descreveu suas experiências como: “Conexão com o divino; Esclarecimento e gratidão vivendo a experiência”. Já o segundo entrevistado, descreve como uma “Possibilidade de ressignificar padrões

comportamentais. Compreensão e transparência às atitudes e similaridade. Gratidão à conexão ao divino e a mãe Ayahuasca”.

Descrevendo suas experiências vivenciadas com a Ayahuasca, o terceiro entrevistado expõe que “Trata-se de uma experiência única rumo ao autoconhecimento, com emoções intensas e um aprendizado que levo para vida”. O quarto entrevistado descreve da forma que “A experiência é motivadora”. O quinto entrevistado descreve como: “Misturas de sons e imagens, as quais tem um conhecimento muito grande com os aspectos pessoais da própria realidade”. O sexto entrevistado diz que: “A única fala que faz jus a essa experiência é: É um encontro com Deus”. Já o sétimo entrevistado, descreve a experiência como: “Cura emocional, cura espiritual, desenvolvimento emocional e psicológico para lidar com o dia a dia”.

Ainda analisando a experiências vivenciadas com a Ayahuasca pelos entrevistados, o oitavo entrevistado descreve a experiência como: “Transformadora, expansão de conhecimento e expansão do ser, tornado mais feliz”. O nono entrevistado diz sobre a experiência ser um: “Resgate muito grande da vida, como entendimento de como nós somos hoje”. O decimo diz que: “Já vivenciei diversas vezes, a maior experiência que a Ayahuasca passa, é a capacidade de transformar em um ser humano mais amoroso e mais consciente das emoções e histórias”. Por fim, o decimo primeiro entrevistado, a qual, diz que: “Desde que comecei pelo caminho vermelho, entrei em contato comigo mesmo, e comecei a entender de fato quem sou. Complementando, a Ayahuasca não é marcante com o uso de um psicoativo, e sim uso espiritual”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa foi extremamente importante primeiramente pela questão de discutir um polêmico assunto, iniciando a discussão sobre o Narcoturismo, um tema que não possui autores que o abordem, dito que, debater o assunto, é alavancar questões multidisciplinares sobre o turismo e a sua relação com as substâncias psicoativas.

A maior dificuldade da pesquisa foi planejar a forma mais eficiente de aplicar o questionário, uma vez que, por se tratar de uma discussão nova abordada ao campo do turismo, não tem uma formula concretizada de passos a seguir, tendo que relacionar o turismo de experiência ao narcoturismo, tudo por meio de uma aplicação de uma pesquisa de demanda turística.

O principal objetivo foi alcançado, isto, por meio do roteiro de entrevista, pode fazer a relação do narcoturismo com o turismo de experiência, traçando um perfil desse turista que tem como motivação o uso do psicoativo, no caso a ayahuasca, comprovando de uma forma concreta a existência desta segmentação, antes não discutida pela academia.

Nesta pesquisa, por exemplo, é trabalhada a demanda turística sob a perspectiva do comportamento do consumidor, sendo que esta abordagem examina a interação entre a personalidade, o ambiente e a demanda turística, buscando identificar o perfil do visitante, analisando assim a segmentação proposta na pesquisa.

Os entrevistados na Aldeia Rosa Dourada obtém como motivação o ritual com a substância psicoativa Ayahuasca, tendo forte relação com a espiritualidade. Visivelmente demonstrado o interesse, uma vez que, os entrevistados não estavam na localidade em suas primeiras experiências, muitos declarando fazer o deslocamento e o uso do psicoativos a anos. Possuindo perfis semelhantes, em equilíbrio entre os gêneros masculino e feminino ainda dentro a questão do estado civil.

É visível que, ainda no perfil, a renda mensal pode estar relacionada ao grau de escolaridade dos entrevistados posto que, todos possuem ensino superior completo, muitos ainda com pós-graduação.

A expectativa foi o que mais intrigou nos perfis dos entrevistados, muitos demonstrando que antes da experiência não possuíam uma expectativa para com a experiência, só após o uso do psicoativo, tendo como mensura podendo classificar a satisfação da experiência.

Para a efetivação da correlação do narcoturismo com o turismo de experiência, se fez necessário, a criação de uma tabela com as 5 (cinco) características do turismo de experiência, a qual os entrevistados concretizaram a forte relação, uma vez que, em notas de muito bom a muito ruim, caracterizaram a experiência como muito boa em sua maioria em todas as características estabelecidas.

Tendo como ilustração da experiência, as citações por parte dos entrevistados, compreendendo assim o fator reflexivo a qual o psicoativo Ayahuasca pode possibilitar aos que o procuram.

Concretizando a existência desta segmentação nomeada de Narcoturismo, em medida que é comprovada através dos resultados, expondo que a motivação dos

entrevistados é o uso do psicoativo discriminado, os relacionando com o turismo de experiência, segmentação concretizada no mercado turístico. Portanto, esta pesquisa é de grande relevância para que futuramente outras pesquisas possam ser desenvolvidas nessa área, e principalmente a discussão referente à legislação dos psicoativos, e como o turismo pode abordar tal temática.

REFERÊNCIAS

BENI, M. C. **Turismo: da economia de serviços à economia da experiência.** Turismo - Visão e Ação - vol. 6 - n.3 - set./dez. 2004.

IBGE. **Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009.**

Disponível em:

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Economia_Turismo/2003_2009/EcoTurismo2003_2009.pdf>

Acesso em: 03 de Outubro de 2018.

LEBATE, B. C. **A reinvenção do uso da Ayahuasca nos centros urbanos.** Campinas: Mercados das Letras. 2004.

NASCIMENTO, I; MAIA, A. F; DIAS, P. O. O. **A experiência como produto turístico: A emoção e a sensação do novo e diferente.** Turismo: Estudos e Práticas - UERN, Mossoró/RN, vol. 1, n. 2, jul./dez. 2012.

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

PEREIRA, O. C. C.; BRITO, G. S. **Considerações a respeito do Parecer Ayahuasca, da Associação Brasileira de Psiquiatria / Associação Brasileira de Estudos em Álcool e Drogas (ABP/ABEAD).** 2002

SANTOS, M. F. S.; ACIOLI NETO, M. L.; SOUSA, Y. S. O.. **Representações sociais do crack na imprensa pernambucana.** *Estudos de Psicologia*, 2012.

SOARES, T. C. **Características do Turismo de Experiência: Estudos de caso em Belo Horizonte e Sabará sobre inovação e diversidade na valorização dos clientes.** 2009. Monografia apresentada ao Departamento de Geografia do IGC – UFMG para obtenção do título de bacharel em Turismo.