

BOOM FESTIVAL – UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS HABITANTES LOCAIS

BOOM FESTIVAL - A STUDY OF THE PERCEPTION OF LOCAL
INHABITANTS

BOOM FESTIVAL – UNO ESTUDO SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LOS
HABITANTES LOCAIS

Ana Rita Garcia* (arita@esg.ipcb.pt)

Sara Morgado Nunes** (sara@esg.ipcb.pt)

RESUMO

O Turismo é um vasto leque de actividades com ele relacionadas, assumem-se cada vez mais como motor de desenvolvimento de muitas regiões do interior que vão diversificando a sua oferta. Muitas destas regiões reúnem condições excelentes para a realização de eventos culturais pelo clima, pela diversidade que oferecem e pela hospitalidade que as caracteriza. A atracção de eventos internacionais para Portugal tem aumentado nos últimos anos, assumindo os festivais uma importância crescente no Turismo e na Economia destas regiões. Nos últimos anos Idanha-a-Nova tem sido palco do *Boom Festival*. A chegada de milhares de jovens de todo o mundo com diferentes valores e estilos de vida a esta pacata vila do interior é muitas vezes geradora de choques culturais e ao mesmo tempo motor de desenvolvimento e impulso económico. Com o objectivo de avaliar a percepção que possuem os idanhenses acerca do *Boom Festival*, aplicou-se um inquérito, cuja análise revelou que, de um modo geral, este evento é percebido como positivo para a economia local na medida em que atrai muitos visitantes e divulga a região a nível internacional. Não obstante, são também referidos aspectos menos positivos como o consumo de drogas e de álcool, o acréscimo dos preços dos bens e serviços e o congestionamento do trânsito.

Palavras-Chave: Turismo; Festivais de Música; *Boom Festival*

ABSTRACT

Tourism and a wide range of related activities act increasingly as instruments of development in many regions of the interior that offer a

diverse range of possibilities. Many of these regions present excellent conditions for hosting cultural events, due to their characteristic climate, diversity and hospitality. The attraction of international events to Portugal has grown in recent years. Summer Festivals assume an increasing importance in the Tourism and Economy of these regions. In recent years Idanha-a-Nova has been the setting of the Boom Festival. The arrival of thousands of young people from around the world and with different values and lifestyles to this quiet village generates culture shock while assuming a great importance in local economic development. In order to evaluate the local inhabitants' perception of the Boom Festival, a survey was carried out, the results of which show that, in general, this event is perceived as positive for the local economy because it attracts many visitors and promotes the region internationally. However, they also point out some negative aspects, such as drugs and alcohol, higher prices for goods and services, and traffic.

Key-Words: Tourism; Music Festivals; Boom Festival.

RESUMEN

El Turismo y un amplio conjunto de actividades con él relacionadas, se asumen cada vez más importantes como motor de desarrollo de muchas regiones del interior que van diversificando su oferta. Muchas de estas regiones, reúnen condiciones excelentes para la realización de eventos culturales por su clima, por la diversidad que ofrecen y por la hospitalidad que las caracteriza. La atracción de eventos internacionales para Portugal, ha aumentado en los últimos años, asumiendo los festivales una importancia creciente en el Turismo e Economía de estas regiones. En los últimos años, Idanha-a-Nova ha sido el escenario del Boom Festival. La llegada de miles de jóvenes de todo el mundo, con diferentes valores e estilos de vida a este pacato pueblo del interior es muchas veces generadora de choques culturales e, a la vez, motor de desarrollo e impulso económico. Con el objetivo de evaluar la percepción que poseen los habitantes locales sobre el Boom Festival, se ha aplicado una encuesta, cuyo análisis ha revelado que, de una forma general, este evento es percibido como positivo para la economía local en la medida que atrae muchos visitantes e divulga la región al nivel internacional. No obstante, son también referidos aspectos menos positivos como el consumo de drogas y alcohol, el aumento de los precios de bienes y servicios y el congestionamiento del tránsito.

Palabras-Clave: Turismo; Festivales de Música; Boom Festival

* Professora Adjunta da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco. É licenciada em Sociologia pela FCSH da Universidade Nova de Lisboa e doutoranda em Sociologia e Comunicação na FCS da Universidade de Salamanca. Tem publicações em revistas nacionais e internacionais.

** Professora Adjunta da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco. É licenciada em Ensino da Matemática e Ciências da Natureza pela Escola Superior de Educação de Castelo Branco, possui o Mestrado em Matemática Aplicada pela Faculdade de Ciências da Universidade do Porto, é doutoranda em Estatística Aplicada Multivariante na Universidade de Salamanca. Tem publicações em revistas nacionais e internacionais.

1. INTRODUÇÃO

De dois em dois anos, Idanha-a-Nova vive um momento extraordinário. Na verdade, uma comunidade semi-rural, garante de tradições ancestrais, detentora de património rico, vê-se “invadida” por um grupo de visitantes que, por certo, não deixam indiferentes os habitantes da localidade. De todo o mundo chegam jovens (de idade e de espírito) que identificamos como heterodoxos face ao comum. É gente que aposta na diferença exterior e, pelo que se sabe, interior. Vestem-se de forma inédita, colorida, a aproximar-se das comunidades *Hippies* dos anos sessenta do século XX. A defesa do ambiente, uma vida próxima da Natureza, o menosprezo por regras, um anarquismo vivido em plenitude, da alimentação à relação entre as pessoas, surpreende; os comentários da população oscilam entre o riso, a rejeição e do aproveitamento económico que favorece o aparecimento, em Agosto, na primeira lua cheia, de gente que enriquece o mosaico cultural humano. São turistas e movimentam Idanha-a-Nova. Ora, sabemos que o turismo é motor de desenvolvimento dos territórios na medida em que ao aproveitar o potencial das regiões diversifica e configura novos produtos. A procura e a oferta de eventos culturais, nomeadamente, festivais, têm crescido por todo o país renovando e revitalizando lugares quer a nível económico, quer paisagístico, ao mesmo tempo que preservam o património cultural e histórico (Ribeiro, Vareiro, Fabeiro & de Blas, 2005).

Quisemos com esta investigação, conhecer a percepção dos residentes em Idanha-a-Nova relativamente ao *Boom Festival*. Idanha-a-Nova é um concelho periférico, situado no centro de Portugal; o evento traz participantes de várias nacionalidades; as práticas de libertação e de transgressão, em termos comportamentais colidem, como dissemos, com as vivências habituais dos idanhenses. Questionamos: Será que a população local se distancia emocionalmente do *Boom Festival*? Considerará o evento positivo em termos económicos e em termos de divulgação do local? Será que apontam efeitos negativos associados a este tipo de acontecimentos? Responder a estas questões é o nosso objectivo. Nesse sentido, iniciaremos a pesquisa com uma descrição do concelho de Idanha-a-Nova, a localidade que acolhe o evento. Exploramos, depois, o que podemos encontrar no *Boom Festival*. Por fim, apresentam-se os resultados de um inquérito

efectuado à população residente em Idanha-a-Nova, com o intuito de conhecer a percepção das pessoas no que respeita ao acolhimento do evento em terras raianas.

2. OS FESTIVAIS DE MÚSICA DE VERÃO

Os Festivais de Música de Verão são “períodos formais ou programas de actividades de fruição, de entretenimento, ou de eventos que têm um carácter festivo e que celebram publicamente algum conceito, acontecimento ou facto” (Janiskee, 1980: 97). A duração é curta, ocorrem num espaço geralmente delimitado; com objectivos bem definidos, apresentam, tendencialmente, uma extensa programação musical (Abreu, 2004). Rolfe afirma que “Alguns festivais concentram-se apenas numa forma de arte. Outros incluem actividades em muitas formas de arte. Para além de quase todos os géneros de música, existem festivais de dança, drama, cinema, literatura, poesia, etc e um sem número de combinações inovadoras de formas de arte” (cit in Gratton & Taylor, 1995: 226). O êxito destes eventos depende, em grande medida, do entusiasmo das comunidades locais e da capacidade dos organizadores, mais do que do património natural e construído do local (Getz, 1997). No entanto, ao passo que a produção, distribuição e consumo de certo tipo de culturas registadas ou gravadas se desmaterializam e desterritorializam (Sarmiento, 2007), a cultura performativa, depende largamente de espaços e lugares particulares (Breland, 1992).

Os festivais que se sediam em áreas rurais podem desempenhar um papel importante em termos económicos (Calado, 2007). Na verdade, o desenvolvimento e a organização de eventos estão normalmente associados ao turismo e às oportunidades económicas que podem gerar num local. O impacto económico resulta do consumo de produtos turísticos numa determinada área geográfica; as unidades de alojamento, as transportadoras, os restaurantes, o comércio são os principais beneficiários do evento. Ao atraírem um vasto número de visitantes, por um determinado período de tempo, os festivais favorecem o aumento da despesa média e podem gerar emprego, ainda que temporariamente. Em suma, os eventos são “construtores da imagem” do destino, ajudam à criação de um perfil, posicionam o destino no mercado e

fornecem-lhe uma vantagem competitiva em termos de marketing (Getz, 1997).

As comunidades receptoras têm um papel relevante no desenvolvimento e no seu bom resultado. É também verdade, que associados sobretudo a festivais a que aderem muitas pessoas, se geram efeitos menos positivos, que resultam do congestionamento de tráfego, do aumento dos preços dos bens e serviços, do problema de estacionamento, do vandalismo ou de factores que podem dificultar o relacionamento entre hóspedes e hospedeiros (Ferreira & Martins, 2007).

Não se pode esquecer também que o turismo pode ser uma indústria fortemente poluidora, depredadora do espaço, da cultura autóctone e, frequentemente, constitui um canal de comunicação com a especulação do solo e da paisagem.

Dias (2003) identifica oito categorias de impactos sociais resultantes do tipo de turismo que analisamos: a) ressentimento local resultante do choque de culturas; b) transformação da estrutura de trabalho; c) a saturação da infra-estrutura, que afecta instalações e equipamentos; d) transformação dos valores e condutas morais; e) modificação dos padrões de consumo; f) problemas de saúde; g) etnocentrismo; h) excesso de padronização.

Na verdade, os grandes festivais envolvem movimentos de pessoas de diferentes e distantes localidades, provocando o estabelecimento de relações sociais entre indivíduos que, de outro modo, não se encontrariam. Os choques culturais decorrentes da diferença radicam em valores, estilos de vida, crenças religiosas, línguas, níveis de prosperidade diferentes; tendem a aumentar em função do comportamento dos visitantes. Muitas vezes, por ignorância, por descuido, desrespeitam costumes e valores locais. Quando acontecem, podem desencadear reacções violentas; na verdade, as populações do local de destino tendem a desenvolver estereótipos das diferentes comunidades que os visitam, adoptando depois um comportamento padronizado no relacionamento com cada uma.

Acresce que, apesar do turismo oferecer oportunidades de trabalho, os postos são, de modo geral, sazonais, e os níveis salariais são baixos. De qualquer modo, a renovação das actividades artesanais tradicionais passa a exigir uma maior profissionalização para responder à procura na época alta. Em muitos casos, a profissionalização induz a industrialização de

produtos que, antes, eram elaborados artesanalmente; cria-se, assim, uma distorção relativamente à lembrança típica do local.

Pelo facto de ser comum a turistas e residentes o uso das instalações e recursos pode causar impactos sérios na vida diária, aumentando a rejeição e a irritabilidade da população local em relação aos visitantes. A saturação do destino ocorre, em geral, quando um ritmo rápido de desenvolvimento ou sazonalidade do mercado provoca a coexistência, num mesmo espaço, de um número superior de turistas comparado com a população local. Ao atingir o ponto de saturação, podem gerar-se problemas a nível do preço das habitações, emprego (sazonalidade), transporte (congestionamento do trânsito), população (densidade de turistas). Estes factores provocam, pois, conflitos no uso dos recursos locais, aumentam as críticas relativas à deterioração do património cultural, altera-se o uso tradicional do território.

A presença de turistas provoca mudanças nos valores sociais das comunidades receptoras, altera comportamentos. É muito comum atribuir-se ao turismo o desenvolvimento de comportamentos considerados negativos; a prostituição, o jogo, o crime, as drogas, o álcool resultariam da presença de certos visitantes. Todavia, estas opções individuais estão presentes em quase todas as sociedades, com ou sem turismo. É certo que o turismo pode criar condições necessárias – aumento do número de pessoas e de circulação de dinheiro – que propiciam o aumento de actividades consideradas negativas.

O contacto entre residentes e turistas pode originar a mudança nos padrões de consumo. A maioria das vezes, o visitante não é o que parece; em tempo de lazer adopta padrões de consumo e comportamentos que não pratica nos restantes dias do ano. Acusa-se, também, o turismo de estar na origem de problemas sanitários; a movimentação por diferentes lugares, ao redor do mundo, pode ocasionar o contágio de doenças (sida, a cólera e a malária). As faltas de água potável, a incapacidade de absorção dos dejectos pela rede de esgoto, a dificuldade na recolha do lixo são, também, realidades que se somam aos problemas focados.

A atitude etnocêntrica, quando se confrontam duas culturas diferentes, marca normalmente, presença. Na verdade, a comunidade local tende a julgar as culturas de outras comunidades a partir dos valores e critérios da sua cultura de pertença. Nessa avaliação entre “Nós” e “Eles” os últimos tendem a ser

desfavorecidos; o diferente é analisado a partir do referente, da cultura local.

O turismo gera, porém, vários benefícios a quem o pratica e para as comunidades que recebem. Entre os vários aspectos sociais e culturais positivos do turismo, destacamos: a) aumento da informação, da aceitação e da integração entre diferentes culturas promovido pelo contacto social entre visitantes e visitados; b) circulação de novas ideias e valores na comunidade receptora; c) a cultura local pode ser renovada pelo interesse despertado nos turistas; d) a presença dos visitantes leva à criação e desenvolvimento de muitos serviços úteis que facilitam a vida da população local; e) ocorre a valorização do património histórico; f) a troca intercultural entre diferentes povos, aumenta o diálogo, a tolerância e a compreensão (Dias, 2003).

3. BREVE CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO DE IDANHA-A-NOVA

O concelho de Idanha-a-Nova pertence ao distrito de Castelo Branco; apresenta uma área total de 1 412,7 km², confinando com Espanha a Sul e a Este, a Norte com o concelho de Penamacor, e a Oeste com o concelho de Castelo Branco. É um dos concelhos da Região com maior extensão territorial, possui património natural e paisagístico de interesse nacional. É membro do Geo-Park Naturtejo que integra a rede mundial de parques naturais da UNESCO. O património cultural e etnológico é de grande valor; as lendas e tradições surgem associadas a heróis, romarias e festividades locais. Na verdade, as romarias são o lugar privilegiado das manifestações de cultura popular, de religiosidade mágica e de fundo mítico, constituindo manifestações de uma grande importância social e efectivamente reveladora das estruturas colectivas (Mattoso, 1985). A Senhora do Almurtão, romaria de maior importância no concelho, realiza-se anualmente, quinze dias depois da Páscoa. Também, as celebrações da Semana Santa atraem muitos visitantes ao concelho. Todavia, em termos turísticos, a primeira procura relaciona-se com o turismo de natureza (Naturtejo e a componente cinegética), com o turismo cultural (Semana Santa, Romarias e Adufe), com a Feira Raiana, com o *Boom Festival*. Este

último, no ano de 2008, atraiu a Idanha-a-Nova cerca de 30 mil participantes.

Segundo o recenseamento de 2001, Idanha-a-Nova conta com 11 659 indivíduos, distribuídos por 17 freguesias; 22% da população do concelho reside em Idanha-a-Nova. Com uma dinâmica populacional extremamente recessiva, este espaço caracteriza-se pelo isolamento, pela ruralidade, pela baixa demografia. O fenómeno migratório que atingiu toda a Região nas últimas décadas, ao abranger sobretudo indivíduos na faixa etária dos 15-49 anos, resultou numa forte diminuição dos escalões etários da população em idade fértil e activa. Este facto acabou por determinar, nos últimos anos, uma evolução marcada por um duplo processo de envelhecimento demográfico: aumento da proporção da população idosa e a diminuição da proporção da população jovem. Os grupos etários com maior número de pessoas são: os indivíduos com idades compreendidas entre os 25 e os 64 anos (4766 pessoas) e os que têm mais de 65 anos de idade (4743 indivíduos), que representam, globalmente, cerca de 82% da população residente.

As tendências de envelhecimento do concelho têm vindo a acentuar-se, a um ritmo superior ao de Portugal e ao da própria Região onde está inserido. Os índices de envelhecimento situam-se nos 473,2% no concelho de Idanha-a-Nova; 234,1% na Beira Interior Sul e 102,3% em Portugal. Estes valores afectam como é evidente, a capacidade de rejuvenescimento; o concelho de Idanha-a-Nova tem uma taxa de natalidade (6,0%) inferior à da Região da Beira Interior Sul (7,7%) e à de Portugal (11,7%); a taxa de mortalidade é superior (22,8%) à da região (16,2%) e à do país (10,3%). Entre a população residente apenas 38,8% do total da população completou o 1º Ciclo do Ensino Básico; a taxa de analfabetismo situa-se nos 32,1% (2001); verifica-se uma diminuição em relação à década anterior, que registava um valor de 37,4% (1991). Do total de analfabetos, cerca de 30% têm 10 ou mais anos. Apenas 3,8% da população residente possui habilitações académicas superiores.

Sabe-se que os membros da comunidade local podem entender os eventos como importantes momentos, se gerados pela própria comunidade local; estes permitem a coesão social através do reforço de laços com a comunidade. As festas da Semana Santa, a Romaria da Senhora do Almurtão trazem à localidade todos

os anos, muitos visitantes. A celebração social em grupo pode constituir um momento de comemoração da própria comunidade contribuindo para a construção e reforço da identidade local (Turner, 1982).

Ora a construção de uma identidade cultural processa-se através da procura de uma afirmação de uma diferença e de uma semelhança. O turista aparece como o "diferente", em relação aos que são semelhantes entre si, aos que pertencem ao mesmo grupo social. Na presença dos turistas, com hábitos e costumes diferentes, os traços culturais que caracterizam a comunidade receptora ficam mais claros, estabelecendo-se uma linha nítida de quem somos "Nós" e quem são "Eles". Também, o turista compreenderá a relatividade da sua cultura perante as outras. A interacção folclore e turismo pode levar a uma revitalização das práticas tradicionais da comunidade, num processo de renascimento das actividades culturais vocacionadas para o turista, mantendo uma funcionalidade local fortemente associada à construção identitária (Dias, 2003). Como percebe, pois, a população de Idanha-a-Nova estes acontecimentos no que respeita à atracção de visitantes? Que pensa sobre a realização do *Boom Festival*?

Na verdade, com grande frequência os organizadores dos eventos apenas têm em consideração as implicações económicas e ignoram a percepção dos residentes, que vivenciam uma dimensão "não económica", fundamental para a comunidade receptora (Hall, 1992). A dimensão social destes acontecimentos é menos tangível e mensurável, revela maior dificuldade de avaliação e de recolha de dados objectivos. Todavia é essa a intenção: conhecer a percepção que os residentes em Idanha-a-Nova têm sobre a organização deste evento.

4. O *BOOM FESTIVAL*

Para conhecer o *Boom Festival* procedeu-se inicialmente à análise de press-release do *Boom Festival* de 2008, das notícias vindas a lume aquando da sua realização, e do *Boom Book*.

O *Boom Festival* é um festival de cultura visionária que ocorre a cada dois anos, durante a lua cheia de Agosto, na

Herdade do Torrão no concelho de Idanha-a-Nova. A primeira edição teve lugar no ano de 1997, na Herdade da Azambuja, no concelho de Setúbal; evoluiu, ao longo das suas edições, de um evento musical para uma celebração de cultura alternativa. O *Boom* foi, na sétima edição, um festival multidisciplinar, transgeracional e intercultural; cruzou diversas correntes artísticas, como pintura, escultura, *land art*, instalações interactivas, música, vídeo arte, galeria de artes plásticas ou *graffiti* (Boom Festival Team, 2008a).

A multidisciplinaridade do evento é sustentada pelo cartaz de conferências, de *workshops*, de tertúlias e de apresentações de temas. Constatam abordagens relativas a metodologias de ciência alternativa, exobiologia, cultura visionária, culturas ancestrais, espiritualidade, gnosticismo, antropologia, psicologia da consciência, paganismo ou inteligência emocional. É transgeracional porque acolhe um público diversificado em termos etários; além dos jovens, à faixa etária que mais participa neste tipo de eventos, crianças e adultos deslocam-se, também, ao festival, em grande número (Boom Festival Team, 2008b). Esta diversidade é conseguida, de acordo com os organizadores, pelas propostas artísticas e culturais vanguardistas pela inclusão do hedonismo e do conhecimento num mesmo evento (Boom Festival Team, 2008b). A interculturalidade do festival advém de uma vasta rede mundial de embaixadores que atrai público de todos os continentes. O contacto entre pessoas de diversas matrizes culturais está garantido; a interacção num contexto rodeado de artes e cultura diferentes, sustentam os organizadores, pode diminuir diferenças ou mesmo favorecer o derrube de estereótipos inter-étnicos (Boom Festival Team, 2008b).

O Boom é logofree, ou seja, é independente face ao sistema comercial. Com efeito, ao contrário do que acontece noutros festivais de Verão (*SuperBock SuperRock*, *TMN*, *Optimus*, *Rock in Rio* entre outros), o festival não aceita qualquer sponsoring; os organizadores pretendem manter o seu espaço livre de poluição visual advinda de logótipos; dizem que a ética do *Boom* assenta num clima de contacto com a natureza em que o público está defendido de qualquer estratégia de marketing (Boom Festival Team, 2008b). Mas à semelhança de outros festivais (*Øya*, na Noruega; *Roskilde*, na Dinamarca; *The Green Gathering*, em Inglaterra; *Burning Man*, nos Estados Unidos da América) tem preocupações ambientais. Em 2004, o Boom começou a

desenvolver projectos para se tornar auto-sustentável; pretendia a não contaminação da natureza e a educação para a consciência ecológica. A criação de casas de banho que não usam químicos, o tratamento das águas do festival, através de biotecnologias, a utilização de energias solar e eólica, a reciclagem, segundo os princípios da Permacultura, são práticas utilizadas no evento que garantem a sustentabilidade ambiental. Na sétima edição, em 2008, endereçou à comunidade, em parceria com a Câmara Municipal de Idanha-a-Nova, o desafio de recolher o óleo vegetal usado em domicílios e organismos públicos nas dezassete freguesias do concelho com o intuito de alimentarem os geradores do *Boom* com esta energia. O projecto denominou-se "O seu Óleo é música".

A preocupação ambiental do Boom Festival valeu-lhe o prémio internacional "The Greener Festival Award 2008". Trata-se do único prémio mundial que avalia o desempenho ambiental de festivais, premiando aqueles que são mais "amigos" do ambiente. O *Boom* foi o único, em toda a Península Ibérica Interior, a receber este galardão. Os critérios de avaliação que o júri internacional utilizou foram: a) os planos de viagem e transporte, b) as emissões de CO₂ e de outros gases com efeito de estufa, c) o comércio justo, d) as gestão de resíduos e de águas, e) a reciclagem e a compostagem a reutilização de materiais e energia limpa. Entre as práticas que levaram à distinção do *Boom* conta-se a distribuição gratuita de 20 mil cinzeiros de bolso à entrada; o uso de 45 mil litros de óleo vegetal usado – o que implica uma redução na emissão de CO₂ em 117 mil quilos; o tratamento de águas de chuveiro, que originou a evaporação (intencional) de 200 mil litros de água. Paralelamente, foram colectadas 42 toneladas de material orgânico dos restaurantes e a utilização de 106,5 metros cúbicos de excrementos, o que evitou o tratamento em ETAR com produtos químicos.

O *Boom Festival* integrou, em 2008, um conjunto variado de espaços. Enquanto evento de dança e música estavam definidas quatro áreas de música. Apesar do circuito do trance-psicadélico ter paragem obrigatória neste festival, não é o único estilo de música que se pôde ouvir. No *Groovy Beach*, um espaço à beira da água, pode assistir-se a *funk*, *reggae*, *dub*, *dubstep*, *breakbeat*, *house*, *techno* e *minimal*. No *Dance Floor*, o trance-psicadélico integrou actuações de *dj's* e *live acts*. O *Sacred Fire* possuía jardins que pretendiam ser espaços de sociabilidade e de contacto com a natureza; ali pode encontrar-se géneros musicais como a rumba,

afro-beat, funk, reggae e folk. O *Ambient Forest* tinha, no centro, uma zona de música para concertos e actuações de *dj's*; o espaço era ladeado por instalações, esculturas e *performers*.

A *Liminal Village* foi o espaço de conferências, de *workshops*, de uma galeria de arte e de um jardim permacultural. A *Healing Área* reuniu especialistas em massagens, actividades holísticas, terapias de relaxamento; esta zona tinha uma estrutura de mandala, jardins e uma galeria de arte.

O *Baby Boom*, espaço dedicado a todas as crianças, foi um local de jogos, aventuras e actividades orientadas para a educação biológica, sob a supervisão de educadores de infância.

O *Boom Flea Area* foi outro espaço criado com o intuito de convidar e apoiar grupos de artesãos, possibilitando lançar novos talentos no mercado; o objectivo era gerar riqueza de intercâmbio cultural, de comércio justo e de capacidade artística.

Em 2008, contou, ainda, com performances itinerantes, instalações performativas e teatro.

Neste Festival, as infra-estruturas são, geralmente, pintadas por vários artistas convidados pelos organizadores com o intuito de "embelezar o espaço através das artes plásticas", sendo bastante utilizada a *land art* (Boom Festival Team, 2008a).

Em suma, o *Boom Festival* pretende garantir para além de momentos artísticos importantes, actividades de lazer, com o objectivo de atrair visitantes e turistas, projectando uma imagem de dinamismo a escalas regionais, nacionais e internacionais. Na verdade, o sucesso futuro destes eventos, atendendo ao cenário concorrencial existente, depende, em larga medida, do potencial inovador e da criatividade dos seus programas e organizações.

5. O *BOOM FESTIVAL* E OS COMPORTAMENTOS DESVIANTES

Na verdade, quem procura os Festivais de Verão, fá-lo pela cultura da música de dança que está, habitualmente associada a contextos recreativos, a estilos de vida colectivos e a formas de sociabilidade próprias (Hitzler, 2002). Victor Silva (2005), num estudo sobre a cultura de dança em Portugal, divide este movimento juvenil em três subculturas: a) os adeptos de *techno*, b)

os de *house*, c) os do *trance*. Embora partilhem o essencial, cada uma tem o seu próprio conjunto de práticas e normas. O movimento trancer assume um conjunto de valores e princípios ideológicos que, intencionalmente, se opõem ao modelo de sociedade actual; tem também a particularidade de realizar as suas festas nocturnas ao ar livre em zonas não urbanizadas, no campo, em florestas, em suma, em zonas afastadas dos locais habitados (Calado, 2007).

A festa *trance* pode ser vista como uma celebração colectiva de uma subcultura, que celebra um ritual com elementos místicos e em comunhão com a natureza, na forma de dança e "transe" lúdico. Para este sentimento colectivo contribui o facto dos participantes estarem entre pares, junto de outros indivíduos que partilham os mesmos valores, longe dos olhares públicos. A festa *trance* funciona como um "contraquotidiano", um evento delimitado no tempo e no espaço. A noção de "escape" ao dia a dia, ao mundo real, perpassa todo o discurso dos trancers e tem o seu culminar na festa nocturna. Este escape é, a todo o momento, instigado das mais variadas maneiras, sob forma de um hedonismo exacerbado (Calado, 2007).

Como têm realçado alguns autores (Horta, 1997; Carvalho, 2003), a subcultura *trance* assenta num repescar do psicadelismo de outras décadas, actualizando o ideário *Hippie* e outras utopias pacifistas. Ao mesmo tempo, funde elementos místicos, esotéricos, ambientalistas, *New Age* e outros. O resultado é uma subcultura que à semelhança de outras, procura ser um movimento de "contracultura". Da fusão de influências resultou uma sigla – *PLUR* (Peace, Love, Unity, Respect) – que pode ser entendido como princípio unificador e orientador dos seus membros. No entanto, ao contrário de outros movimentos, a subcultura *trance* não procura mudar o mundo; quer antes libertar-se de comportamentos isolando-se, nem que seja durante o tempo que dura a festa. Este isolamento, não obstante, é colectivo e feito sob forma de viagem sensorial e expansão dos sentidos. O hedonismo parece ser, nestes contextos, um fim em si mesmo, um valor absoluto que explica o consumo de substâncias que sustentam a dança uma noite inteira, que fazem desaparecer o medo e aumentam a sociabilidade. A valorização do psicadelismo explica o consumo de produtos que originam alucinações várias, deturpam os sentidos, encenam a libertação de serotonina ou dopamina. A fuga ao quotidiano, a procura de paraísos artificiais sensoriais e a alteração

intencional dos sentidos são, nestes casos, fins em si mesmo (Calado, 2007).

Como perceberam os residentes em Idanha-a-Nova, este choque entre estilos de vida? Uma comunidade rural confronta-se com um conjunto de visitantes que revela práticas irreverentes, heterodoxas, de transgressão e libertadoras. Qual é a reacção? Assim, analisámos os resultados de um inquérito sobre as percepções dos idanhenses relativamente ao *Boom Festival*.

6. MÉTODO, INSTRUMENTO E RESULTADOS OBTIDOS

6.1. Método e Instrumento

O estudo realizou-se a partir de uma amostra de 140 residentes na vila de Idanha-a-Nova. A população contava com 2519 residentes, em Dezembro de 2008. Os inquiridos responderam ao questionário sob a forma de entrevista, na rua, após terem sido informados sobre o objectivo do estudo, a liberdade de participação e ter sido garantida a confidencialidade da informação solicitada.

A amostra em estudo era constituída maioritariamente por mulheres (51,3%). A média das idades foi de 39,71 anos com desvio padrão de 20,32. Em particular, 7,3% dos inquiridos tinha menos de 18 anos; 27,3% entre 18 e 25 anos; 19,3% entre 26 e 35 anos; 15,3% entre 36 e 49 anos; os restantes situavam-se na faixa etária dos 50 anos ou mais. Além disso, 41,3% dos inquiridos conta no seu agregado familiar com pelo menos uma pessoa com idade compreendida entre os 14 e os 25 anos. A maioria dos inquiridos tem emprego (49,3%), 28% são estudantes, estando os restantes desempregados ou aposentados. A maioria dos inquiridos completou Ensino Secundário (28,2%) e 8,9% tem habilitação superior, 9,5% completou o 3º Ciclo do Ensino Básico, 8,1% completou o 2º Ciclo do Ensino Básico, 14,9% completou o 1º Ciclo do Ensino Básico e 16,2% não frequentou a escola ou possui o 1º Ciclo incompleto.

O instrumento de recolha de dados utilizado foi especialmente desenvolvido para o efeito, sendo constituído por 17 questões, além das questões de natureza sócio-demográfica (sexo, idade, composição do agregado familiar, actividade e habilitações

literárias dos respondentes). As questões estavam organizadas em dois grupos com os quais se pretendia conhecer a percepção dos inquiridos relativamente a dois aspectos distintos: 1) o turismo e eventos no concelho de Idanha-a-Nova; 2) o *Boom Festival*.

6.2. Resultados

A análise estatística dos dados obtidos realizou-se com a versão 15.0 do *software* SPSS.

Quando questionados sobre a actividade que traz mais visitantes ao concelho de Idanha-a-Nova, a maioria dos inquiridos menciona as Festas Religiosas (38,7%). A Caça e os Festivais de Música são actividades mencionadas por 27% e 18% dos respondentes, respectivamente. Relativamente ao mês que, normalmente, reúne maior número de visitantes no concelho, 66,7% dos inquiridos considera ser Agosto e 27,3% Abril. À questão "Quais as festas, festivais ou eventos que conhece no concelho de Idanha-a-Nova?", a maioria dos inquiridos foca em primeiro lugar a Romaria da Senhora do Almortão (40,7%); segue-se o *Boom Festival* (36%) e a Feira Raiana (13,3%). Como segunda opção, os eventos mais referidos são a Feira Raiana (38,7%), o *Boom Festival* (15,6%), a Romaria da Senhora do Almortão (11,3%) e os Santos Populares (9,3%). Dos eventos mencionados, a maior parte dos respondentes (56,7%) considera ser o *Boom Festival* aquele que traz mais visitantes ao concelho, seguido da Romaria da Senhora do Almortão (30%). Os dados obtidos sustentam a importância que o fenómeno emigratório assume no concelho de Idanha-a-Nova; os meses de Agosto e de Abril são tempo de encontro entre os que ficaram e os que partiram. Durante o primeiro, em pleno Verão, chegam os veraneantes; em Abril vêm os que procuram, na maior romaria do concelho, reforçar as raízes, estreitar os laços de coesão com a terra-mãe.

Constatou-se que 78,1% dos inquiridos já ouviu falar no *Boom Festival* e 36% já assistiu a este evento. Dos que participaram no *Boom Festival*, a maioria fê-lo na qualidade de visitante (77,8%); 18,5% participaram por motivos profissionais; 3,7% era detentor de uma tenda no espaço. Da análise subsequente foram excluídos os inquiridos que afirmaram nunca ter ouvido falar do evento (e que perfaziam um total de 21 indivíduos).

Ao serem questionados acerca da forma como tiveram conhecimento do *Boom Festival*, 45,8% menciona como veículo de informação a família ou amigos; 20,3% teve conhecimento através

de um cartaz/outdoor; 10,2% através da Internet; 5,1% por observação do movimento na vila. A esmagadora maioria dos inquiridos (95,8%) revela possuir conhecimento de que o *Boom Festival* é um evento de carácter internacional. Quando questionados sobre o pensam poder encontrar-se no *Boom Festival*, a totalidade destes respondentes refere a Música; mencionam também a Dança (42,7%); *Workshops* (29,3%); Restauração (28%); Artes Plásticas (22,7%); Venda de Produtos (22,7%); Exposições (21,3%); Artes Performativas/Teatro (17,3%); Medicinas Alternativas (12%); Vídeo/Cinema (10,7%); apenas 4% não sabem ou não respondem.

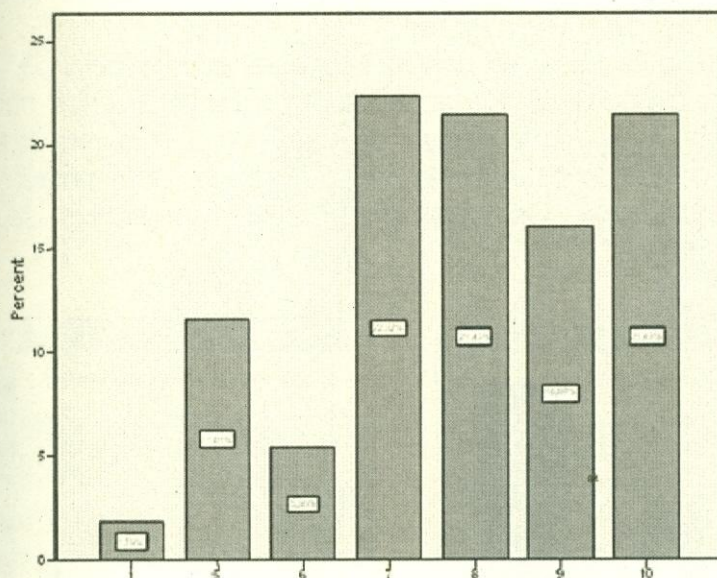


Figura 1. Pontuação global atribuída ao *Boom Festival*

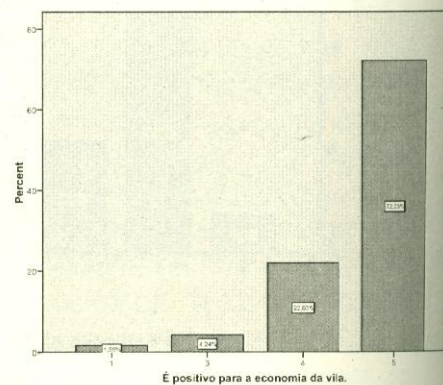
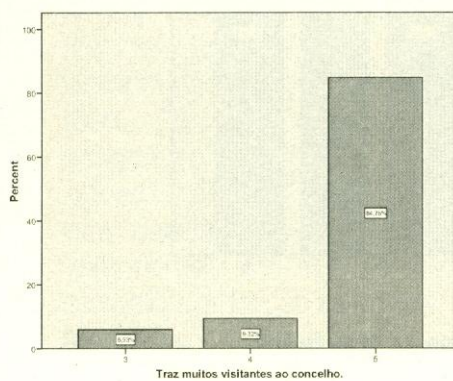
Pediu-se aos inquiridos que atribuissem uma pontuação global ao *Boom Festival* numa escala de 1 a 10, sendo 1 a pontuação mínima e 10 a pontuação máxima. Obteve-se uma pontuação média de 7,79 com um desvio padrão de 1,83. Curiosamente, verificou-se que apenas dois inquiridos atribuem pontuações inferiores a 5. O diagrama de barras relativo às pontuações obtidas encontra-se na Fig.1. Foram encontradas diferenças estatisticamente significativas ($p=0,002$) entre as

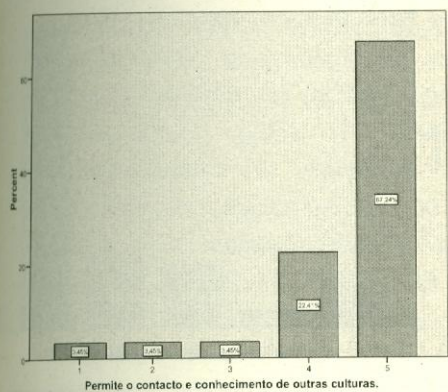
pontuações médias atribuídas pelos respondentes que já visitaram o *Boom Festival* (valor médio=8,22 e desvio padrão=1,79) e os que o não visitaram (valor médio=7,33 e desvio padrão=1,77).

Ao solicitar-se-lhes que referissem duas palavras que sintetizassem a imagem transmitida pelo *Boom Festival*, 22,3% dos inquiridos menciona “música”; 11,6% “divertido”; 10,7% “cultura”. São referidas ainda ideias como “diferente” ou “alternativo” (8,9%); “positivo” (8%); “droga” (8%); “natureza” (7,1%); “convívio” (7,1%); “arte” (7,1%).

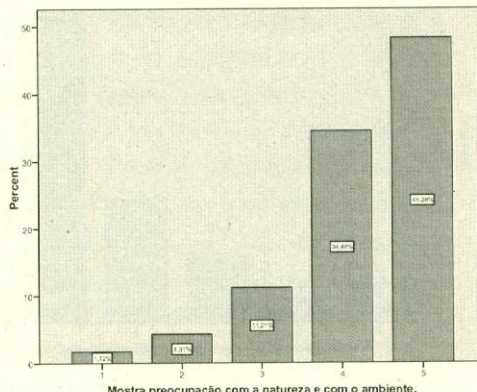
Observou-se, ainda, que as palavras mais referidas por quem já visitou o *Boom Festival* foram “música” (22,2%); “conhecimento” (14,8%); “diferente” (14,8%); “positivo” (11,1%). Os não visitantes privilegiaram a “música” (23,2%); “droga” (12,5%); “divertido” (12,5%); “arte” (10,7%).

Pediou-se aos respondentes que exprimissem a sua concordância com 13 afirmações sobre o *Boom Festival*, sendo a resposta dada numa escala de Likert de 1 a 5, em que 5 exprimia concordância máxima com a afirmação apresentada e 1 discordância total. Os resultados obtidos apresentam-se na Fig.2.

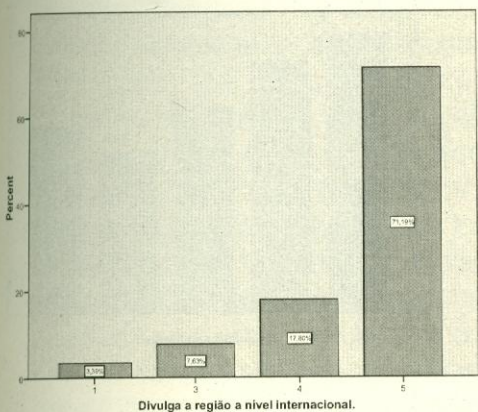




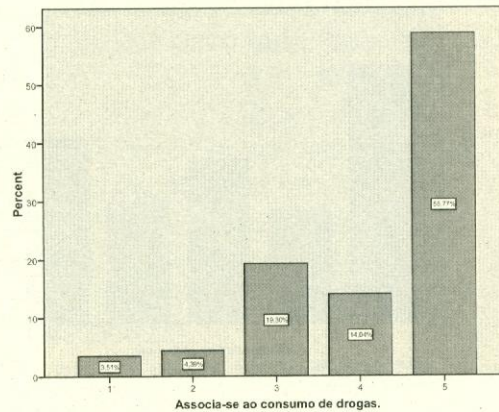
Permite o contacto e conhecimento de outras culturas.



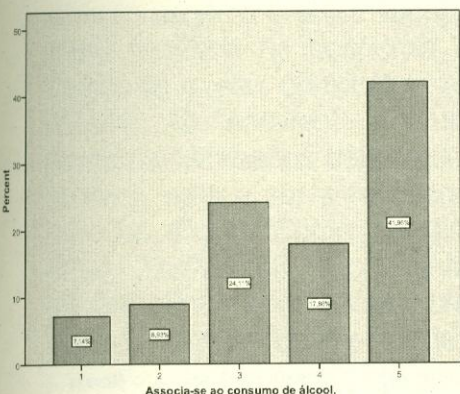
Mostra preocupação com a natureza e com o ambiente.



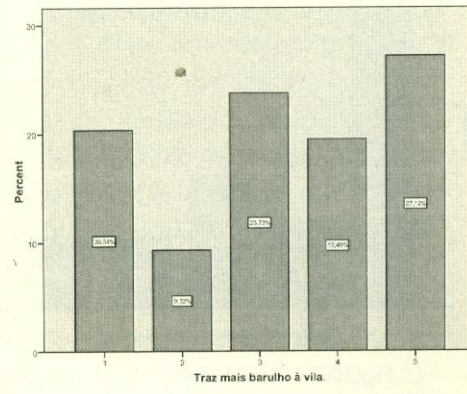
Divulga a região a nível internacional.



Associa-se ao consumo de drogas.



Associa-se ao consumo de álcool.



Traz mais barulho à vila.

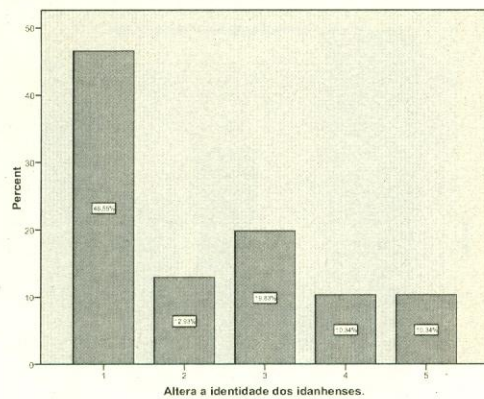
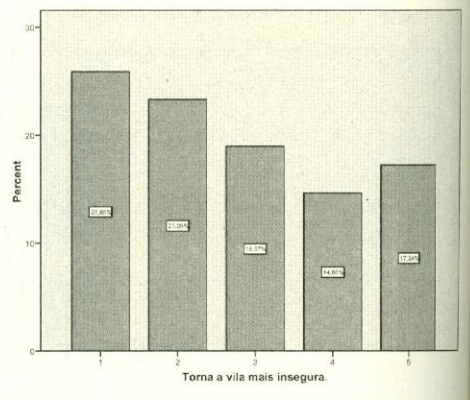
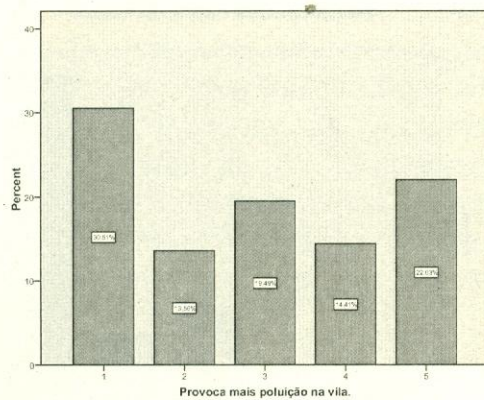
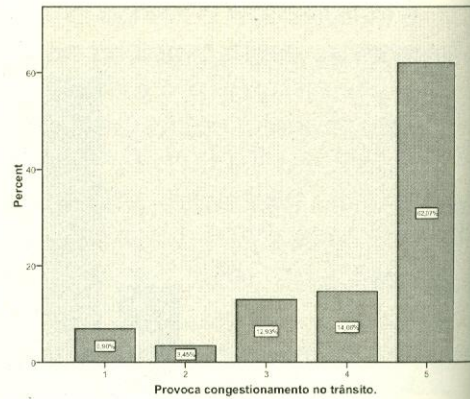
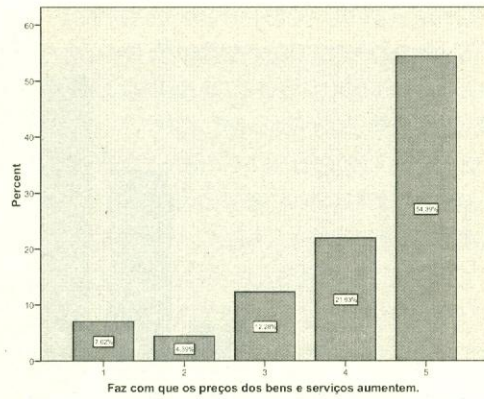


Figura 2. Distribuição da pontuação atribuída a 13 afirmações sobre o Boom Festival, onde 5 exprime concordância máxima e 1 discordância total.

Foram detectadas diferenças estatisticamente significativas entre as pontuações atribuídas por quem já tinha assistido ao Boom Festival para os itens "O Boom Festival traz muitos visitantes ao concelho" ($p=0.04$), "O Boom Festival mostra preocupação com a

natureza é com o ambiente" ($p=0.005$) e "Divulga a região a nível internacional" ($p=0.042$); os indivíduos que já visitaram o *Boom Festival* tendem a atribuir pontuações mais elevadas e mais homogêneas entre si. Apesar das diferenças encontradas, relativamente aos restantes itens não serem estatisticamente significativas, verifica-se que os visitantes do *Boom Festival* atribuem pontuações médias mais elevadas aos itens "O *Boom Festival* é positivo para a economia da vila", "O *Boom Festival* permite o contacto com outras culturas", "O *Boom Festival* divulga a região a nível internacional", "O *Boom Festival* faz com que os preços dos bens e serviços aumentem" e "O *Boom Festival* provoca congestionamento no trânsito"; evidenciam, ao mesmo tempo, menor variabilidade das respostas (Fig.3). Por outro lado, são os residentes que nunca visitaram o *Boom Festival* que atribuem pontuações médias mais elevadas aos itens "O *Boom Festival* associa-se ao consumo de álcool", "O *Boom Festival* traz mais barulho à vila", "O *Boom Festival* provoca mais poluição na vila", "O *Boom Festival* torna a vila mais insegura", "O *Boom Festival* altera a identidade dos idanhenses". Curiosamente, relativamente ao item "O *Boom Festival* associa-se ao consumo de drogas", são os visitantes que atribuem uma pontuação média mais elevada.

Solicitou-se aos inquiridos que explicitassem dois aspectos positivos e dois aspectos negativos do *Boom Festival*. Como primeiro aspecto positivo subjacente a este evento é referido o seu efeito benéfico na economia da vila (34%); em segundo lugar regista-se o seu contributo para a divulgação de Idanha-a-Nova (24,5%). O "convívio", a "cultura" e o "turismo" também são aspectos valorizados pelos respondentes. Como segundo aspecto positivo, volta a ser a "economia" que recolhe a maior parte das opiniões (Fig.4). Como primeiro aspecto negativo associado ao *Boom Festival*, os respondentes referem a circulação de droga (47,9%). Em menor escala, são também mencionados aspectos como o congestionamento de trânsito, a subida dos preços, a poluição, a ocorrência de distúrbios e o barulho. O segundo aspecto negativo é o álcool; recolhe a maioria das opiniões (27,3%); segue-se o trânsito (25,8%) e distúrbios (13,6%), como se pode observar na Fig.5. Ainda assim, a esmagadora maioria dos indivíduos (96,5%) considera que o *Boom Festival* é bem-vindo à vila de Idanha-a-Nova. Por outro lado, ao serem questionados sobre se gostariam que o *Boom Festival* se mantivesse na localidade,

89,6% dos inquiridos responde afirmativamente, enquanto 5,2% não sabe ou não responde.

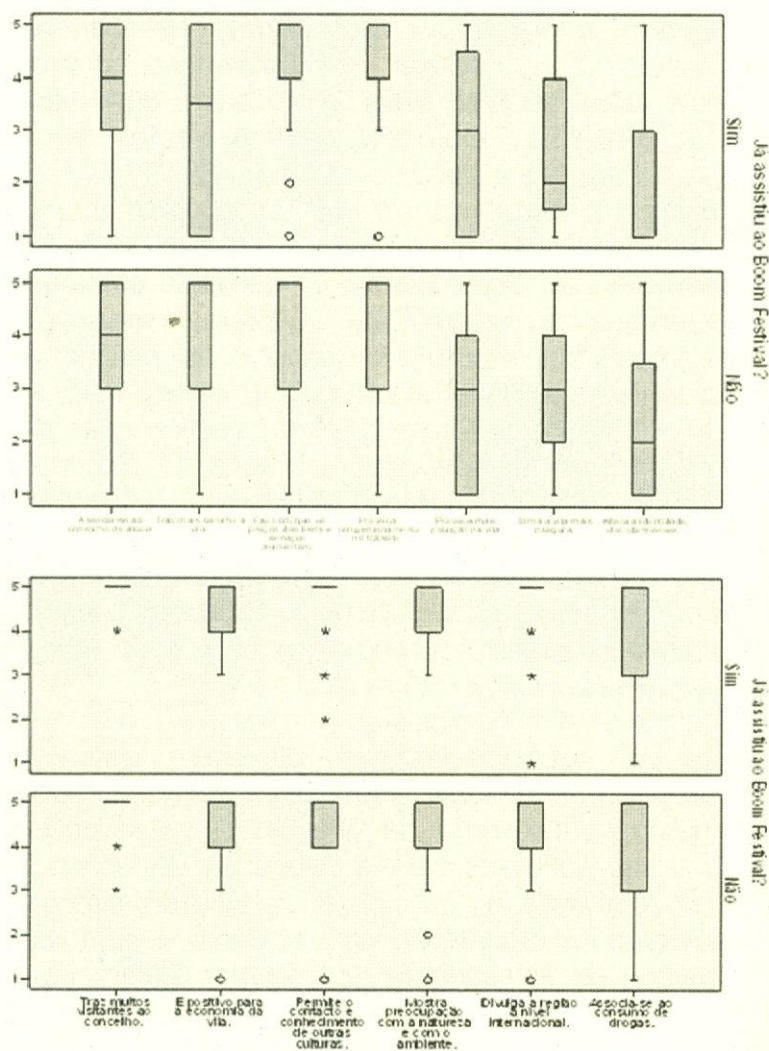


Figura 3. Box-plots relativos às pontuações atribuídas a 13 afirmações sobre o Boom Festival, onde 5 exprime concordância máxima e 1 discordância total

A “economia” é o factor mais frequentemente referido como positivo pelos visitantes do *Boom Festival* (37%); segue-se “cultura” (25,9%). Os não visitantes apontam como factor mais positivo a “divulgação da Idanha” (32%) seguindo-se a “economia” (23,3%). Relativamente aos aspectos negativos associados a este evento, as opiniões dividem-se entre o “trânsito” (33,3%) e os distúrbios

(22,2%) para os visitantes, e o consumo de álcool (46,7%) e os congestionamentos de trânsito (16,7%) para os não visitantes.

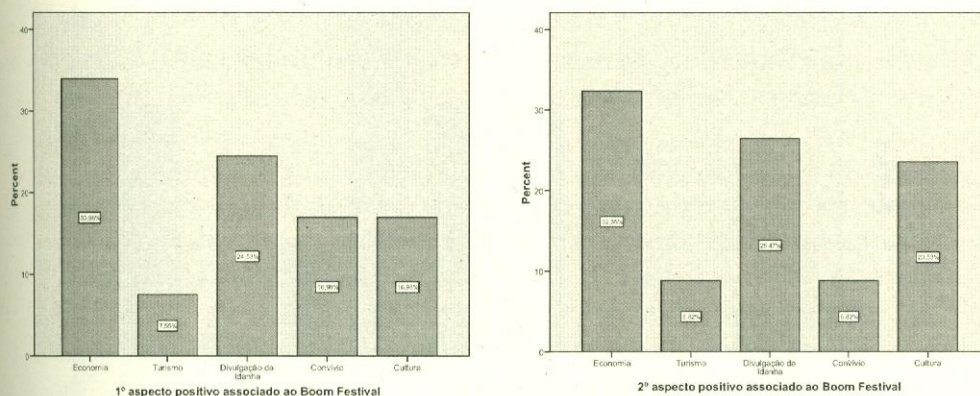


Figura 4. Aspectos positivos associados ao Boom Festival

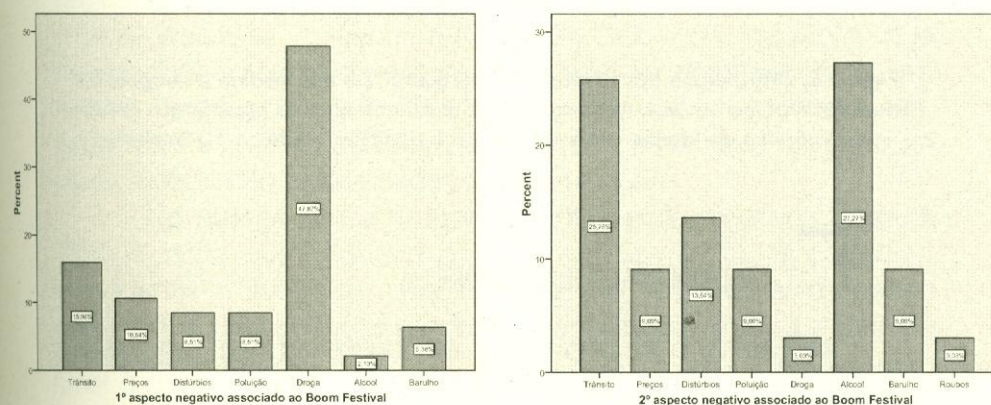


Figura 5. Aspectos negativos associados ao Boom Festival

Finalmente, pediu-se aos respondentes que se pronunciassem sobre a imagem do *Boom Festival*, e em que medida tem vindo a melhorar de ano para ano. A resposta era dada numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "nada" e 10 "muito". Obteve-se uma pontuação média de 6,56 com um desvio padrão de 2,48. O diagrama de barras relativo às pontuações obtidas encontra-se na Fig.6.

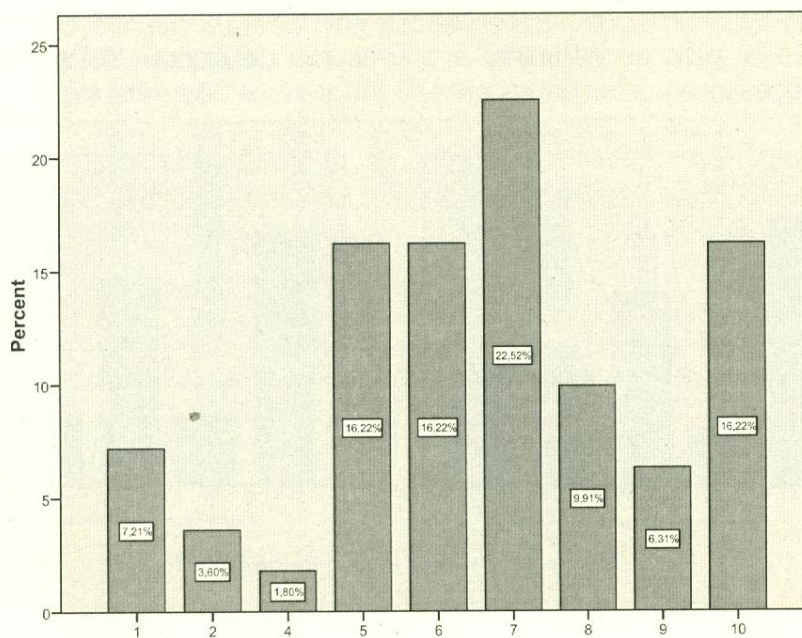


Figura 6. Distribuição das respostas à pergunta “Em que medida a imagem do Boom Festival tem vindo a melhorar de ano para ano para as pessoas que residem no concelho de Idanha-a-Nova?”, onde 1 significa “nada” e 10 “muito”.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, o *Boom Festival*, em Idanha-a-Nova, promoveu o encontro entre vários indivíduos com culturas diversas, sob o lema “*We are one*”. O principal motivo desta reunião é a cultura da música e da dança na percepção dos idanhenses.

Trata-se de um evento com preocupações ecológicas, 82,74% dos inquiridos referem-no. Sublinhamos, porém, a importância dos meios de comunicação social na construção da representação sobre o *Boom*; o número de notícias veiculadas sobre a campanha “O seu óleo é música” (slogan identificativo da preocupação do *Boom Festival* 2008), foi notório.

Tendencialmente, os residentes na localidade encaram o acontecimento como positivo para a economia da vila na medida em que atrai muitos visitantes e divulga a região a nível internacional. Focam como aspectos menos positivos: o consumo de drogas

(72,82%) e de álcool (59,84%); o acréscimo de preços dos bens e serviços (76,32%); o congestionamento do trânsito (76,73%).

Entre os inquiridos, 59,48% considera que o Festival não altera a identidade dos idanhenses; aliás, são os indivíduos que nunca participaram no *Boom* os que mais percebem esta alteração. Porém, 89,6% quer que o evento se mantenha em Idanha-a-Nova.

Creemos ser relevante, na análise que efectuámos, o facto de se perceber uma alteração nas respostas, durante o inquérito. Assim, quando interrogados sobre as actividades que trazem maior número de visitantes ao concelho, a resposta situa-se nos momentos de festas tradicionais. As Senhora do Almutão, as Festas da Semana Santa são mencionadas; pensamos que a valorização da cultura local transparece neste resultado. As raízes de pertença, o reforço dos lugares com coração e alma, entre os que vivenciam os espaços míticos, revela encantos e afectos dos habitantes. Porém, quando perguntámos sobre se o *Boom* traz muitos visitantes a Idanha-a-Nova, 94,07% dos inquiridos que tinham conhecimento do evento, responderam afirmativamente. Um evento "produzido" pelo Outro tem, em termos de memória, expressão menor. O certo é que a presença de trinta mil pessoas na localidade não pode apagar-se para ninguém.

No que se refere a aspectos totalmente negativos, apenas 36,44% acha que cresce a poluição no local e 39,1% considera que Idanha-a-Nova fica mais insegura. Na verdade, estes dados são pouco relevantes e procedem, sobretudo, dos que menos conhecem o *Boom*.

BIBLIOGRAFIA

Abreu, P. (2004); "Músicas em movimento. Dos contextos, tempos e geografias da performance musical em Portugal", *Revista Crítica de Ciências Sociais*; Vol. 70; Dezembro; 159-181.

Boom Festival Team (2008a). *Boom Festival08 - Press Release*, retirado de http://www.boomfestival.org/boom2008/press/PressRelease_print.pdf a 10 de Fevereiro de 2009.

Boom Festival Team (2008b); *Boom Book*; Good Mood.

Breland, J. (1992); "Angels Dancing: cultural technologies and the production of space" in L. Grossberg, C. Nelson & P. A. Treicher (Eds.) *Cultural Studies*. London, Routledge.

- Calado, V. G. (2007); "Trance Psicadélico, Drogas Sintéticas e Paraísos Artificiais. Representações. Uma Análise a partir do Ciberespaço"; *Toxicodependências*, 13 (1); 21-28.
- Carvalho, M. C. "Expressões Psicadélicas Juvenis" in G. I. Cordeiro, L. V. Baptista & A. Firmino da Costa (Coord.), *Etnografias Urbanas*. Oeiras: Celta, 2003.
- Dias, R. *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Editora Atlas, 2003.
- Ferreira, A. M. & Martins, A.I. *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*. Faro: Universidade do Algarve, 2007.
- Getz, D. *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation, 1997.
- Gratton, C. & Taylor, P. D. "Impacts of festival events: a case study of Edinburgh" in G. Asworth & A. Dietvorst (Ed.), *Tourism and special transformations for policy and planning*. London: CAB International, 1995.
- Hall, C. (1992); *Hallmark Tourist Events; Impacts, Management & Planning*. London: Belhaven.
- Hitzler, R. (2002); "Pill Kick: The Pursuit of "Ecstasy" at Techno-Events". *Journal of Drug Issues*, 32(2), 459-465.
- Horta, H. (1997); "As Dinâmicas Sócio-Culturais das Re-Uniões Associadas à Música Trance". Tese de Licenciatura, Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa.
- INE (2001); *Censos da População*. Lisboa: INE.
- Janiskee, R. "South Carolina's harvest festivals: rural delights for day tripping urbanities", *Journal of Cultural Geography*, Vol 1 (Fall/Winter), 1980, 96 – 104.
- Ribeiro, J. C., Vareiro, C.P. & de Blas, X. P. Importância da celebração de Eventos Culturais para o Turismo do Minho-Lima: um estudo de caso retirado de http://www3.eeg.uminho.pt/economia/nipe/docs/Publicacoes_Outras_Revistas/Com%20Arbitragem/2006/Ribeiro_Vareiro_Fabeiro_Blas_2006_RPER.pdf a 10 de Fevereiro de 2008.
- Mattoso, J. *O essencial sobre a formação da nacionalidade*. Lisboa: INCM, 1985.
- Sarmiento, J. "Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território". *Geo-Working Pappers*. Núcleo de Investigação em Geografia e Planeamento da Universidade do Minho retirado de <http://jsar.geo.googlepages.com/Gwp-Investig-n13.pdf> a 7 de Fevereiro de 2008.
- Silva, V. "Techno, House e Trance. Uma Incursão pelas Culturas da "Dance Music". *Toxicodependências*, 11 (2), 2005, 11-19.
- Tosun, C. "Host perceptions of impacts: A comparative tourism study", *Annals of Tourism Research*, Vol 29 (1), 2002, 231–245.
- Turner V. "Introduction" in V. Turner (Ed.) *Celebration: Studies in festivity and ritual*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1982.

ⁱ A **Arte Visionária** é o resultado de experiências de expansão de consciência retratadas plasticamente. Existe desde o tempo das cavernas, passou por artistas como **Paolo Ucello**, **Arcimboldo** ou **Bosch** no Renascimento, na arte de **William Blake**, esteve presente no Simbolismo, Surrealismo, Realismo Fantástico, Psicadelismo. Actualmente os artistas dedicam-se a retratar visões e experiências em **Estados Não Ordinários de Consciência (ENOC)**. Os ENOC podem ser conseguidos de diversas formas. Segundo Miksoz, os ENOC podem ser observados em algumas situações e práticas: a) nas pessoas que possuem estados particulares mentais adquiridos ou herdados como psicoses e esquizofrenias; b) em certas práticas místico-religiosas com longas meditações, ioga, jejuns, nas técnicas respiratórias, no entoar mantras, ouvir músicas específicas, batidas rítmicas de tambores, danças e movimentos corporais específicos; c) em experiências emocionais extremas como acidentes, sustos, proximidade com a morte, situações de emergência em geral, ou mesmo situações positivas de intensa alegria, amor, recompensa e reconhecimento, actos de abnegação e heroísmo; d) experiências de privação dos sentidos como ficar num quarto escuro e isolado acusticamente, provocando em questão de horas algumas alucinações; e) em algumas doenças, como febre alta; e) autoflagelo, como as técnicas dos faquires; f) estados de excitação sexual, onde odores, sensibilidade à dor, temperatura e outras sensações associadas à consciência ficam temporariamente alteradas; g) em pessoas sob efeito de psicoactivos. A Arte Visionária conduz a uma existência marginal. A busca espiritual da maioria dos artistas impossibilita-os de um interesse maior pelo valor material de seu trabalho. Os artistas ocupam-se sobretudo com a exploração do mundo interior. In Miksoz, J. E.. Estados Não Ordinários de Consciência e a Arte retirado de <http://www.scribd.com/doc/3540583/ESTADOS-NAO-ORDINARIOS-DE-CONSCIENCIA-E-A-ARTE>, a 10 de Fevereiro de 2008.