

# EXPERIMENTAR É PRECISO

*Esqueça os roteiros turísticos e embarque em um novo jeito de viajar: sem pressa, com conteúdo e aproveitando atividades autênticas de cada destino*

POR JULIA FURRER  
FOTOS VICTOR AFFARO

*Guilherme Padilha, dono da agência Auroraeco, com a fruta cupuaçu, típica da Amazônia. Ao fundo, foto do rio Negro*



## COMPORTAMENTO

já passava pela cabeça do paulistano Guilherme Padilha, 40, que recomendava a Chapada Diamantina (MG) para os amigos em 1999, quando o local era pouco explorado e ele era só um estudante de administração. “Querida que eles se encantassem pelo que havia me conquistado: a possibilidade de ficar na casa dos moradores e conhecer coisas que só seriam possíveis por meio deles”, conta. O faro para descobrir lugares fora do radar o levou a criar a Auroraeco, agência com foco no turismo de experiência. Hoje, a empresa leva quase 3 mil clientes para 1.200 viagens por ano. Uma das mais procuradas é um cruzeiro literário pelo rio Negro, na Amazônia, que promove o encontro entre os viajantes e escritores como Fernando Morais e Mario Prata. “A viagem mescla trilhas e mergulhos ao lado de botos-cor-de-rosa com debates e shows dentro da embarcação”, conta Padilha. Outra empreitada pela floresta é a

A bordo de um monomotor, prestes a pousar em uma pista de terra no Parque Indígena Xingu, em Goiás, a fotógrafa Daniela Tranchesí, 48 anos e 60 países visitados, recordou uma sensação já esquecida: a de voar pela primeira vez. O frio na barriga tinha razão de ser: passaria três dias sem sinal de celular, água quente, ou mesmo cama – a ideia era fazer uma imersão na rotina da aldeia Kamayura. Ela dormiu em rede dentro de uma oca, sentou-se em volta da fogueira para dividir um único peixe com toda a tribo e tentou esquecer a falta que um banheiro faz. “Fiquei sem tomar banho e passei um pouco de fome, mas nada que tirasse o bom humor”, lembra. O sacrifício escondia a recompensa: a chance de presenciar o Kwarup, celebração indígena em homenagem aos mortos que mistura dança, luta e rezas. “É uma festa muito aguardada. As tribos caminham horas até a aldeia que sedia o evento”, conta. Daniela também caminhou. E fez questão de participar dos rituais, assistir às lutas entre as tribos, dançar e pintar o corpo. “Voltei imunda e exausta, mas lembrarei desses dias para sempre”, diz.

### Contato imediato

Explorar cantos do Brasil e do mundo que fogem das rotas mais comuns de viagem se tornou um hábito para Daniela, que deixou de ver graça em visitar os mesmos lugares repetidas vezes. De uns anos para cá, trocou Nova York e Paris por um mergulho com tubarões-baleia em Galápagos e uma visita à tribo Masai Mara, na fronteira entre o Quênia e a Tanzânia, de onde trouxe os colares e as pulseiras que segura na foto da pág. 96. “Muitos amigos não entendem esses meus roteiros pouco convencionais, mas tenho visto cada vez mais pessoas interessadas”, afirma. A elas, ensina que, além do espírito aventureiro, vale ter o respaldo de uma agência de turismo especializada. “Esses profissionais me apresentam um mundo novo de possibilidades e organizam todos os detalhes.”

A ideia de o viajante ter uma experiência autêntica e de se inserir no destino como se fosse um local

Walter Figueiredo,  
economista.  
Ao fundo, estrada  
na Bavária, Alemanha,  
região que ele conheceu  
pedalando



Alexandra Corvo,  
sommelier.  
Atrás, vinícola  
na província de  
Tupungato, em  
Mendoza

nos últimos seis anos, de acordo com o Adventure Travel Trade Association. O cenário favorável ajuda a explicar o surgimento das agências pensadas para atender nichos específicos dentro do segmento de viagens de experiência.

No mercado desde 2008, a Gouté, da paulistana Daniela Hispagnol, oferece roteiros inspirados na gastronomia. “Há opções para quem gosta de comer bem e quer entender o destino por meio desse universo”, diz. Dá para conhecer, por exemplo, a produção de cacau no sul da Bahia guiada pela doceira Juliana Motter, proprietária da Maria Brigadeiro, e colher trufas ao lado do especialista Juscelino Pereira, em Piemonte, na Itália. “Tem muita gente interessada em consumir de um jeito menos formatado. Os restaurantes da moda vão sempre existir, mas aprender a fazer um prato mineiro em fogão a lenha, com uma cozinheira da região, passou a ter seu valor reconhecido”, explica.

### História para contar

Para acompanhar a tendência, a agência de Daniela fez uma parceria com a sommelier Alexandra Corvo, 40, dona da escola paulista Ciclo das Vinhas, que leva grupos para conhecer vinícolas nas regiões de Bordeaux, Borgogne e Champagne, na França, e em Mendoza, na Argentina. Alexandra conta que o perfil dos viajantes varia: “Vai de estudantes a pessoas que gostam da bebida, mas não têm familiaridade”. Para ela, o diferencial é poder adquirir conhecimento *in loco*, olhando as uvas na videira e entendendo cada parte do processo de produção. “É diferente de fazer uma visita guiada, quase sempre mecânica. Nós vamos além: paramos para olhar o solo, as plantas e depois relacionamos cada coisa que vimos durante a degustação.” Os clientes ainda participam de aulas de culinária e jantares harmonizados em endereços charmosos. “O mais legal dessas viagens são as histórias que ficam. Como voltar a tomar uma taça de vinho sem lembrar do senhor que você viu carregando um saco de uvas nas costas?”, questiona.

## “SAIO DA ZONA DE CONFORTO E VIVENCIO OUTROS SABORES, CHEIROS, FORMAS DE PENSAR”

WALTER FIGUEIREDO, ECONOMISTA

viagem Detox & Yoga, que leva duas chefs de *raw food* (comida crua) e professores de ioga para um mergulho no universo dos superalimentos da região, como cupuaçu e camu-camu. “É uma vivência única visitar comunidades ribeirinhas, coletar os alimentos e voltar ao barco para prepará-los”, completa.

Se propor a uma completa imersão em uma cultura desconhecida, se jogar em uma região inóspita do planeta ou aprender um ofício ao lado de um especialista; não existe uma única definição para o turismo de experiência. Mas é fato que nessa nova modalidade o viajante não é um mero espectador. Ele interage com o meio e experimenta a sensação de pertencimento. Segundo a World Trade Organization, a procura pelas imersões em saúde e bem-estar, por exemplo, cresceu 18% em 2015. Já as viagens com foco na prática de esportes de aventura subiram 65%



## AGÊNCIAS E REDES HOTELEIRAS DE LUXO SE ADAPTAM PARA AGRADAR OS CLIENTES COM EXPERIÊNCIAS ÚNICAS

A possibilidade de viajar com um especialista ou embarcar em roteiros temáticos ganhou força porque as próprias agências viram a necessidade de agregar valor ao serviço que ofereciam. Hoje, com sites de busca que encontram o melhor preço de hotéis e inúmeras opções de programas, ninguém mais precisaria de um profissional para planejar as férias. “Em compensação, um produto diferente não pode ser copiado ou feito de forma independente com facilidade”, pondera Padilha. A executiva Tina Lyra, dona da TL Portfolio, que presta consultoria de vendas e marketing para mais de 20 hotéis e operadoras de luxo do mundo, diz que o segredo está em entregar acesso e curadoria. Para ela, viajantes mais sofisticados esperam ser surpreendidos com experiências exclusivas. “Visitar uma galeria aberta só para você e ser guiado por um artista só é possível com a ajuda de alguém influente. E o agente de viagens, nesse caso, precisa ser essa pessoa.”

De tão forte, a tendência tem mexido com o ramo da hotelaria. Se antes o viajante esperava ter vivências semelhantes em hotéis da mesma rede, fosse em Bangcoc ou Paris, agora prefere fugir dessas padronizações. Com cem unidades

Para embarcar na tendência é preciso, na maioria das vezes, investir um dinheiro a mais. “Costumam ser viagens caras, pois envolvem o acompanhamento de especialistas e porque as próprias experiências têm um custo”, explica Alexandre Cymbalista, sócio da agência Latitudes, que registrou crescimento de 20% nos últimos cinco anos. As viagens que organiza para explorar os museus de Nova York com um professor de história da arte brasileiro ou estudar a pré-história no interior da França, junto do filósofo-pop Luiz Felipe Pondé, por exemplo, variam de US\$ 3 mil a US\$ 10 mil dólares, sem as passagens.

### Voo solo?

Mas há alternativas. O economista Walter Figueiredo, 31, dispensou a ajuda de agências e não chegou a desembolsar uma fortuna para conhecer de bicicleta a região da Bavária, na Alemanha, acompanhado da mulher. “Foi inclusive mais barata que outras viagens”, conta. Usou a internet para encontrar o que queria e se hospedou em casas de locais por meio do Airbnb, o que, de quebra, ajudou a economizar. “Gosto de sentir o dia a dia de quem vive ali, e isso não dá para perceber ficando em um hotel”, diz. Ao todo, foram seis dias e 350 quilômetros contemplando paisagens incríveis, visitando cervejarias e parando para almoçar em cidadezinhas, sem pressa nem planejamento. “A bicicleta te coloca em contato com o lugar de um jeito mais profundo. Você conhece muita gente no caminho e descobre lugares que dificilmente visitaria se estivesse de carro ou de trem.”

Para Walter, não há graça em viajar sem fazer essa imersão na cultura do local. “Volto sempre transformado, porque saio da zona de conforto e vivencio um modo de vida diferente do meu. São outros sabores, outros cheiros, outras formas de pensar e é aí que está a beleza de ir para longe. Se for para tomar aquele café que existe em toda metrópole do mundo, comer em restaurantes de cozinha internacional e ter uma experiência pas-teurizada, eu prefiro nem sair de casa.”

pelo mundo, a cadeia Four Seasons percebeu logo a mudança de comportamento. “Nossos hóspedes querem fazer uma imersão nos destinos para onde viajam”, afirma o presidente de operações para as Américas, Christian Clerc. Para atender a essa demanda, mudanças foram feitas. “Investimos em marcas locais nos *amenities*, incorporamos elementos regionais à decoração e criamos um menu de experiências”, enumera Daniela Pescio, responsável pelas vendas no Brasil. As opções seguem à risca a fórmula de sucesso que manda oferecer atividades genuinamente locais: é possível desenvolver a própria fragrância ao lado de um dos maiores perfumistas de Paris, ter aula de vôlei de praia com um campeão olímpico na Califórnia e observar o céu da Costa Rica ao lado de um especialista em astronomia.

*Daniela Tranchesi, fotógrafa, com artesanato da tribo Masai Mara. Atrás, mulher da etnia africana, no Quênia*

FOTO CHRIS MINIHANE/GETTY IMAGES