

# O CARAVANISMO COMO PRÁTICA TURÍSTICA: MODOS DE FAZER TURISMO NA ESTRADA

Amanda Paola Alves Caldo<sup>1</sup>

Álvaro Banducci Júnior<sup>2</sup>

## Resumo

O caravanismo consiste em uma forma de viajar em veículos que combinam transporte e acomodação. Essa atividade destaca-se pela variedade de modalidades e estruturas utilizadas, podendo, no caso dos *motorhomes*, integrar o espaço de habitação à própria estrutura do veículo, ou vincular-se de forma independente, como ocorre com os *trailers* (Marques e Rodrigues, 2024). Enquanto prática turística, o caravanismo, em razão de sua natureza móvel, constitui-se numa atividade privilegiada, pois possibilita a combinação de diferentes formas de se fazer turismo. Essa condição revelou-se aos pesquisadores durante uma incursão etnográfica, realizada no 4º Encontro de Motorhomes e Campistas de Mato Grosso do Sul, no ano de 2025, quando, no diálogo com os praticantes, diversas experiências turísticas emergiram associadas ao caravanismo, apontando para a expressiva proximidade entre ambos. Diante disso, este estudo foi concebido com o objetivo de analisar, de forma exploratória, como o caravanismo articula distintas maneiras de se fazer turismo, identificando as principais modalidades evidenciadas nos relatos dos caravanistas sul-mato-grossenses a partir de suas práticas e experiências. As viagens dos grupos investigados, mostraram-se frequentemente concebidas com finalidade turística e associadas a esses destinos, revelando diferentes modalidades e formas de praticar turismo, com destaque para o turismo de lazer, o turismo cultural, de aventura, bem como práticas relacionadas ao *slow travel* e ao turismo de proximidade. Sendo uma modalidade de viagem que ganha cada vez mais adeptos no estado de MS e em todo o país, o estudo procura discutir a sua inclinação turística, o que implica na reflexão não apenas acerca de novas estruturas e serviços diferenciados, mas na própria condição de viagem, que pressupõe relações mais amplas com o coletivo, formas distintas de trocas e acolhimento, sensibilidades com a natureza, entre outras características que perfazem o modo de ser e o propósito dos deslocamentos dos caravanistas.

Palavras-chave: caravanismo; motorhome; turismo; modalidades de turismo, estilo de vida.

---

<sup>1</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

<sup>2</sup> Professor Titular da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e docente do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS), da Faculdade de Ciências Humanas (FACH/UFMS).

## Introdução

O caravanismo pode ser compreendido como uma prática derivada das atividades de campismo, cuja principal diferença consiste no uso de veículos automotores ou unidades móveis como forma de abrigo (Marques e Rodrigues, 2024). Nesse sentido, pode ser considerado uma evolução do campismo, sobretudo, em razão do maior nível de conforto proporcionado por esses equipamentos (Hardy e Gretzel, 2011). A prática do caravanismo caracteriza-se, sobretudo, pela combinação de transporte e alojamento, sendo suas categorias mais populares, os trailers e os *motorhomes* (Palhares, 2002; Santos e Almeida, 2017).

Os veículos utilizados na prática do caravanismo são os mais variados. Os *motorhomes* são, em sua maioria, veículos que possuem espaço de acomodação integrado à própria estrutura; já os trailers consistem em unidades de alojamento acopladas a um veículo por meio de reboque (Recreation Vehicle Industry Association, 2016). A prática do caravanismo também pode variar em relação à duração, abrangendo desde deslocamentos de curta permanência, como viagens de fim de semana, até experiências de deslocamento contínuo (Marques e Rodrigues, 2024). Esses veículos podem ser tanto fabricados especificamente para esse fim quanto construídos de forma artesanal, destacando-se ainda a crescente adaptação de veículos de passeio para essa prática.

Enquanto modalidade, o caravanismo apresenta variações conforme o tipo de atividade desenvolvida, possibilitando a integração de diversas experiências em uma mesma prática, muitas vezes sendo realizadas de forma simultânea. Dessa forma, trata-se de uma prática singular, com um potencial multifacetado, que abrange diferentes finalidades, sobretudo associadas às diversas formas de turismo, lazer e estilo de vida.

Essa realidade tornou-se evidente durante o trabalho de campo realizado no 4º Encontro de Motorhomeiros e Campistas do MS, um evento promovido pela Associação de Campistas e Motorhomeiros do Pantanal/MS (ACAMPA-MS), ocorrido entre os dias 02 e 04 de maio de 2025. Ao longo do evento, foram identificados, nos relatos dos participantes, diversas formas de se fazer turismo.

A etnografia foi utilizada como método para descrever parte do trabalho de campo realizado durante o evento, com o objetivo de explorar como as dinâmicas associadas ao turismo se manifestam no contexto do caravanismo. Como instrumentos de pesquisa,

utilizaram-se o caderno de campo, a observação direta e entrevistas abertas, buscando estabelecer uma aproximação mais natural com os interlocutores, especialmente considerando o curto período de duração do evento. Por fim, ressalta-se que, com o intuito de preservar a intimidade dos interlocutores, foram utilizados pseudônimos.

O presente artigo tem como objetivo analisar, de forma exploratória, como o caravanismo articula distintas maneiras de se fazer turismo, identificando as principais modalidades evidenciadas nos relatos de caravanistas sul-mato-grossenses. O estudo foi dividido em duas partes: a primeira situa o caravanismo enquanto prática turística, evidenciando sua relação com o turismo; a segunda aborda como as diferentes formas de se fazer turismo se entrelaçam na experiência dos interlocutores, mobilizando o conceito de segmentação do mercado turístico como ferramenta de análise.

Como resultados, observa-se que o conceito de segmentação do mercado turístico apresenta limitações para explicar a prática do caravanismo, uma vez que sua característica móvel permite articular diferentes formas de turismo ao longo de uma mesma experiência. Dessa forma, torna-se difícil enquadrar os praticantes em categorias preestabelecidas e fixas. A natureza múltipla da atividade é evidenciada, ao integrar deslocamento, hospedagem e vivência em uma única estrutura.

## **1. O Caravanismo com prática turística**

Os meios de transporte possuem uma posição de destaque no desenvolvimento do turismo contemporâneo. Conforme argumenta Palhares (2002, p.21), “o turismo não existe sem o transporte”, uma vez que o deslocamento até o destino turístico depende, em grande medida, da utilização de alguma forma de locomoção.

Dentre as diferentes modalidades de transporte, o automóvel, especialmente o carro particular, destaca-se por sua contribuição significativa para a expansão e popularização do turismo de massa. Esse meio possibilitou o crescimento de diversos destinos turísticos ao permitir que os indivíduos realizassem viagens de forma independente, com acesso direto entre a origem e o destino final (Palhares, 2002). Além disso, o elevado grau de mobilidade que oferece, em comparação a outros meios de transporte, confere maior autonomia e flexibilidade aos viajantes, constituindo-se como um dos principais fatores que explicam sua ampla adesão e popularidade (Hardy e Gretzel, 2011).

Nesse contexto, compreende-se que a prática do turismo está intrinsecamente associada ao deslocamento para além do local de residência habitual (Santos e Almeida, 2017), o que reposiciona o transporte em um papel central na viagem. Em determinadas modalidades, como cruzeiros marítimos, trens panorâmicos e veículos de recreação, essa centralidade torna-se ainda mais evidente (Palhares, 2002). Desse modo, para aqueles que optam por esses meios, o deslocamento assume relevância, de modo que o trajeto pode se tornar tão importante quanto o próprio destino final da viagem (Santos e Almeida, 2017).

Ao deslocar o foco do destino para o percurso, evidencia-se uma nova perspectiva de compreensão do fenômeno turístico, tradicionalmente pautado em abordagens estáticas. Nesse sentido, “o tempo gasto em viagens não é morto” (Sheller e Urry, 2006, p.213), na medida que múltiplas experiências, práticas e significados emergem durante o movimento. Tal abordagem permite conceber o transporte não apenas como um elemento instrumental, mas também como parte da própria experiência turística, a qual não se restringe ao período de permanência no destino, estendendo-se ao longo de todo o trajeto.

É nesse quadro que o caravanismo se destaca como uma prática turística singular, na medida em que potencializa a integração entre deslocamento e experiência, configurando-se como uma modalidade diretamente associada ao turismo. Não por acaso, a literatura destaca definições dessa prática como “uma forma de viajar e fazer turismo”

(Rodrigues e Marques, 2025, p. 2), “uma modalidade de turismo itinerante” (Nunes et al, 2021, p.1), e até mesmo como “moradias temporárias” (Palhares, 2002, p.202).

Enquanto prática turística, o caravanismo é realizado, em sua maioria, para viagens de lazer e recreação, sendo especialmente expressivo em deslocamentos de longa duração (Palhares, 2002). Destaca-se ainda, a sua ampla adesão entre as pessoas idosas, o que pode ser relacionado tanto à maior disponibilidade de tempo e recursos financeiros quanto ao nível de conforto proporcionados por esses equipamentos (Hardy e Gretzel, 2011).

Devido à sua característica multifacetada, o caravanismo revela que um conjunto complexo de fatores influenciam sua escolha, destacando-se, entre eles, aspectos relacionados ao tipo de acomodação e transporte. A independência proporcionada pelo veículo em relação à infraestrutura turística, permite aos praticantes construir um ambiente familiar, mesmo em contextos desconhecidos. Ademais, a comodidade de ter seus pertences por perto, dormir na própria cama e contar com a companhia de pessoas com as quais se tem afinidade, bem como de seus animais de estimação, são elementos centrais identificados nos relatos dos praticantes, impactando a redução da dependência de reservas e de outros serviços turísticos (Hardy e Gretzel, 2011; Marques e Rodrigues, 2024).

A flexibilidade constitui outro elemento central dessa prática, permitindo aos caravanistas viajar de forma independente, ajustar itinerários e tempos de permanência, escolhendo livremente seus destinos de acordo com suas preferências individuais (Hardy e Gretzel, 2011). A heterogeneidade dos praticantes implica variações significativas quanto à duração média das viagens, que podem se estender de uma semana a vários meses ao longo do ano (Santos e Almeida, 2017).

Além disso, o convívio social e a interação com a natureza são considerados aspectos fundamentais que diferenciam essa prática de outros tipos de hospedagem. O contato mais próximo com a natureza e com outras pessoas impacta diretamente a experiência da viagem, tornando-se parte integrante dela. Diversos caravanistas relatam que, ao conhecer novas pessoas e lugares, vivenciam experiências distintas a cada dia, desenvolvendo vínculos e um sentimento de comunidade com indivíduos que compartilham os mesmos interesses (Hardy e Gretzel, 2011; Santos e Almeida, 2017).

Diante disso, reduzir o caravanismo apenas a uma forma de alojamento, assim como frequentemente ocorre com o campismo, constitui uma visão limitada. Ainda que seus

praticantes, em geral, possuam condições de acessar outras formas de hospedagem, a escolha por esse estilo de viagem revela motivações que extrapolam o aspecto financeiro. Em uma perspectiva mais ampla, campismo e caravanismo configuram-se como atividades que englobam uma diversidade de experiências (Van Heerden, 2008).

Assim, analisar o caravanismo como prática turística permite não apenas compreender suas especificidades, mas também questionar e ampliar as formas de compreensão do turismo contemporâneo, ao evidenciar o deslocamento não apenas como meio, mas como dimensão central da experiência turística.

## **2. Tipos de turismo e o caravanismo**

O turismo configura-se como um setor amplo, não apenas em função da variedade de destinos turísticos, mas também pela diversidade de consumidores, cujas preferências e comportamentos se apresentam de forma distinta. Nesse contexto múltiplo, o mercado turístico utiliza o conceito de segmentação para organizar os diferentes tipos de turismo. De acordo com Barbosa (2024), a segmentação do mercado turístico emerge como uma estratégia fundamental para a organização dessas diferentes demandas, possibilitando um atendimento mais específico às necessidades de cada grupo de clientes.

Sob essa perspectiva, observa-se que a segmentação do mercado turístico está predominantemente orientada por uma dimensão mercadológica, especialmente no que se refere às ações de marketing e publicidade, que passam a ofertar produtos e serviços de maneira mais direcionada (Barbosa, 2024). Além disso, ao reconhecer a diversidade dos perfis de turistas, torna-se possível a elaboração de estratégias específicas voltadas a diferentes segmentos de mercado (Dolnicar, 2022).

Nessa mesma linha, para a efetiva segmentação do mercado turístico, faz-se necessário considerar não apenas as características do cliente, mas também sua relação com o produto turístico (Mazanec, 1992 *apud* Barbosa, 2024). Tais ações contribuem não somente para a elaboração de campanhas promocionais mais atrativas para determinados grupos, mas também para a formulação de políticas públicas, bem como para o planejamento e a organização de espaços e destinos turísticos (Dolnicar, 2020).

Entretanto, embora seja funcional para fins mercadológicos, compreende-se que ao privilegiar uma lógica de mercado, a segmentação tende a simplificar a diversidade das

experiências turísticas, enquadrando práticas dinâmicas em categorias relativamente fixas. Isso evidencia que a segmentação está orientada, sobretudo, para a organização do mercado turístico e para ações de gestão, não necessariamente preocupadas em contemplar a complexidade das práticas e experiências dos indivíduos.

Corroborando essa perspectiva institucional, no entendimento do Ministério do Turismo (Brasil, 2010, p.61), “a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado”, já o segmento “é um grupo de de clientes atuais e potenciais que compartilham as mesmas características, necessidades, comportamento de compra ou padrões de consumo”. Tal visão busca organizar e sistematizar a diversidade das práticas turísticas por meio de categorias definidas, orientando tanto o planejamento quanto às políticas públicas. Dessa forma, a instituição organizou os diversos tipos de se fazer turismo em onze segmentos turísticos: turismo cultural, ecoturismo, turismo de estudos e intercâmbio, turismo rural, turismo náutico, turismo de esportes, turismo de aventura, turismo de negócios e eventos, turismo de pesca, turismo de sol e praia e turismo de saúde.

No entanto, cabe destacar que tais segmentos não são categóricos, uma vez que a natureza dinâmica e fluída do fenômeno turístico possibilita o surgimento de novas práticas e combinações (Barbosa, 2024). Nesse contexto, o caravanismo se apresenta como uma prática singular, na medida em que permite a articulação entre diferentes formas de turismo ao longo de uma mesma experiência. Trata-se, portanto, de um campo privilegiado de observação, no qual se tornam visíveis os limites das classificações tradicionais, evidenciando a dificuldade de enquadrar práticas turísticas dinâmicas em categorias fixas.

Essa discussão torna-se ainda mais evidente no contexto sul-mato-grossense. Por meio do trabalho de campo realizado no evento deste estudo, diversas formas de se fazer turismo emergiram durante as conversas com os interlocutores. Seus relatos evidenciaram que, para além da variedade de segmentos turísticos, a prática do caravanismo permite a articulação dessas diferentes práticas turísticas ao longo das experiências de viagem. Essa heterogeneidade, portanto, indica que, no âmbito do caravanismo, distintas formas de turismo coexistem e se sobrepõem, reforçando o caráter fluido dessas práticas.

Nesse conjunto de experiências, dentre os diversos segmentos turísticos, destaca-se o turismo de sol e praia como o mais recorrente nas narrativas dos interlocutores. Como um

dos tipos definidos pelo Ministério do Turismo, tal segmento caracteriza-se por atividades recreativas, de entretenimento ou descanso, sendo as praias um dos principais atrativos turísticos na atualidade e com maior fluxo turístico (Brasil, 2021).

Essa centralidade torna-se evidente nos relatos de viagem, especialmente entre os caravanistas aposentados, que dispõem de maior tempo para deslocamentos prolongados:

*Estamos planejando a próxima viagem. Vamos para o Nordeste, passaremos dois meses viajando por lá (Tereza, Caderno de campo, 2 maio de 2025).*

Tereza e o marido são aposentados e moram na cidade de Campo Grande. O casal adquiriu o motorhome em 2022, durante a pandemia. Antes disso, viajavam de moto, ocasião em que conheceram boa parte da América do Sul. No entanto, o casal preza pelo retorno ao lar. Para Tereza, sua casa é como um porto-seguro.

Maria e Ulisses, também aposentados e residentes no interior do estado de Mato Grosso do Sul, encontram-se em deslocamento contínuo há dois anos, sem retornar à cidade de origem.

*Conhecemos todo o litoral nordestino no ano passado. Me apaixonei pelo Ceará” (Ulisses, Caderno de campo, 03 de maio, 2025).*

Ulisses fez questão de mostrar as fotos que fez nos Lençóis Maranhenses e também do seu “amado” Ceará, que tanto se afeiçoou. A próxima viagem, segundo o casal, será pelo interior do nordeste, uma vez que conheceram o litoral da região no ano passado.

Para além do turismo de sol e praia, outras formas de turismo emergem nas narrativas, revelando sobreposição de interesses e práticas ao longo das viagens. Entre eles, destaca-se o turismo cultural, definido pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2021), como aquele relacionado a atividades que envolvem patrimônio histórico, cultural e eventos culturais.

*Queremos levar nosso motorhome para Itália. Ficar um ano viajando pela Europa, mas principalmente na Itália (Eliane, Caderno de campo, 02 de maio de 2025).*

No caso de Eliane e Vagner, observa-se a valorização do conforto e autonomia durante suas viagens. O interesse do casal por atrações e experiências culturais em outro continente não se limita pela condição financeira, uma vez que o transporte do veículo para a Europa pode custar até 40 mil reais. Assim, a posse de um motorhome de alto padrão, aliada à disponibilidade de recursos para viabilizar viagens internacionais de longa duração, mostra-se fundamental para a realização de viagens dessa magnitude.

De modo semelhante, o turismo de aventura também se faz presente nas experiências relatadas, ainda que, no contexto do caravanismo, assume características próprias. Segundo o Ministério do Turismo (Brasil, 2021), esse segmento envolve práticas recreativas decorrentes de atividades de aventura.

*Preferimos estacionar o motorhome nos locais “0800”, utilizamos o aplicativo ‘iOverlander’ para encontrar esses lugares (Ulisses, Caderno de campo, 3 de maio de 2025).*

Mais uma vez, Maria e Ulisses evidenciam a articulação entre diferentes formas de turismo, aproximando o caravanismo de práticas como o *wild camping* — acampamento selvagem. Ao optarem por locais gratuitos e fora das rotas turísticas tradicionais, geralmente estacionando às margens das estradas, os interlocutores reforçam uma lógica de deslocamento menos dependente das infraestruturas turísticas tradicionais (Rodrigues e Marques, 2025).

Além dos segmentos definidos pelo Ministério do Turismo, o trabalho de campo também revelou práticas que extrapolam tais classificações, como o turismo de proximidade. Esse segmento consiste na valorização de destinos locais e deslocamentos de curtas distâncias, com baixa emissão de carbono (Jeuring & Diaz-Soria, 2017 *apud* Salmela et al., 2021).

*Viajamos nos fins de semana e feriados. Precisamos trabalhar; viajamos apenas dentro do estado, por enquanto (Fernanda, Caderno de campo, 02 de maio de 2025).*

Fernanda comprou recentemente um trailer para viajar com a família. No entanto, devido à falta de tempo disponível para deslocamentos mais longos, realiza viagens para destinos próximos à sua cidade. Influenciada pelo pai a praticar o caravanismo, optou pelo trailer em razão de sua praticidade, especialmente por não mobilizar um uso contínuo, adaptando-se às condições e à rotina da família.

Em contraste com essas viagens de curta duração, observa-se também a presença do *slow travel* — viagem lenta ou devagar — na maioria das experiências relatadas pelos caravanistas, caracterizado pela valorização de vivências mais prolongadas e imersivas. Esse conceito propõe uma forma de viajar que se distancia da lógica acelerada e padronizada do turismo de massa, estimulando uma maior conexão com os lugares e as pessoas.

*Já fomos até o Ushuaia de motorhome (Tereza, Caderno de campo, 02 de maio de 2025).*

Tereza e o marido aparecem novamente como exemplo, uma vez que as viagens de longa duração são apreciadas pelo casal de aposentados. Suas trajetórias evidenciam a coexistência de diferentes segmentos turísticos ao longo de cada viagem, que vão desde o turismo de sol e praia, como o planejado para o nordeste, até deslocamentos ao extremo sul da Argentina, no Ushuaia, reforçando a natureza múltipla do caravanismo.

Por outro lado, há aqueles para os quais o deslocamento contínuo constitui um modo de vida:

*Somos nômades. Há dois anos que não sei o que é voltar para casa (Ulisses, Caderno de campo, 03 de maio de 2025).*

Maria e Ulisses, o casal “aventureiro”, só voltaram para o estado para participar do evento e resolver algumas pendências burocráticas. Tal prática aproxima-se do *slow travel*, mas também aponta para formas ainda mais fluidas de habitar o espaço, nas quais as fronteiras entre turismo e moradia tornam-se cada vez menos definidas.

Por fim, compreende-se que a relação entre o caravanismo e a segmentação do turismo é fluida e dinâmica, não se enquadrando em um segmento específico ou em

agrupamentos previamente estabelecidos. Ao articular diferentes práticas ao longo de uma mesma experiência de viagem, o caravanismo evidencia os limites das classificações tradicionais, revelando a multiplicidade e a sobreposição de formas de se fazer turismo.

### **Considerações Finais**

O caravanismo enquanto prática turística permite integrar deslocamento e hospedagem em uma única estrutura, potencializando o percurso como parte constitutiva da experiência turística. Mais do que um meio de transporte ou uma forma de alojamento, configura-se como uma maneira de vivenciar o turismo em que o movimento assume papel central durante a viagem.

Os dados empíricos obtidos no contexto sul-mato-grossense reforçam essa perspectiva. As narrativas dos interlocutores evidenciam práticas que atravessam diferentes segmentos turísticos ao longo de uma mesma trajetória. Viagens ao litoral nordestino, motivadas pelo lazer e descanso, coexistem com práticas associadas ao turismo de aventura e ao *slow tourism*. Além disso, o caravanismo possibilita adaptações à realidade dos praticantes, como nos casos de viagens de curta duração, realizadas em contextos de proximidade, ampliando a heterogeneidade desses grupos.

Outro aspecto relevante é que essa diversidade não se manifesta de forma isolada, mas combinada. Os praticantes articulam diferentes motivações e formas de turismo ao longo de suas experiências, transitando entre segmentos sem necessariamente se fixarem em um único perfil. Ademais, distintas relações com a mobilidade também emergem, enquanto alguns mantêm o retorno ao lar como referência, outros adotam estilos de vida marcados pelo deslocamento contínuo.

Por fim, observa-se que o caravanismo evidencia limites significativos da segmentação turística tradicional, a qual se mostra insuficiente como ferramenta explicativa diante da complexidade do fenômeno turístico contemporâneo. Nesse contexto, o estudo contribui para uma compreensão relacional do turismo, ao evidenciar que o percurso, e não apenas o destino, assume centralidade na experiência. Tal perspectiva amplia as possibilidades de vivenciar a viagem e desafia modelos tradicionais de análise, ao destacar a fluidez das práticas turísticas.

**Agradecimentos**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/MEC – Brasil.

## Referências

- BARBOSA, José Willian de Queiroz. Segmentação turística: conceitos e realidades. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v. 18, 2024.
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Segmentação do turismo e o mercado*. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Segmentação do turismo: marcos conceituais*. Brasília: Ministério do Turismo, 2021.
- DOLNICAR, Sara. Market segmentation analysis in tourism: a perspective paper. *Tourism Review*, v. 75, n. 1, p. 45-48, 2020.
- DOLNICAR, Sara. Market segmentation for e-tourism. *Handbook of e-Tourism*. Springer, 2022.
- HARDY, Anne; GRETZEL, Ulrike. Why we travel this way? An exploration into the motivations of recreational vehicle users. *Drive tourism: trends and emerging markets*. New York: Routledge, 2011.
- MARQUES, João Filipe; RODRIGUES, Teresa Isabel. ‘Enjoyers’, ‘seekers’ and ‘vacationers’: proposal for a typology of motorhome travellers in Europe. *Tourist Studies*, [S.I.], v. 24, n. 2, p. 172-194, 2024.
- NUNES, Paulo; TOMÁS, João; SANTOS, Fernando. Tourism and motorhome: Reflections on its importance for local development. In: *International Forum on Management Connected in a Multipolar World*, 5., 2021. Setúbal: Instituto Politécnico de Setúbal, 2021.
- PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002.
- RECREATION VEHICLE INDUSTRY ASSOCIATION. What is a recreational vehicle (RV)? Disponível em: <https://www.rvia.org/advocacy/policies/what-rv>. Acesso em: 6 mar. 2026.
- RODRIGUES, Teresa Isabel; MARQUES, João Filipe. Motorhome and vanlife travel as serious leisure: a positive sociology approach. *Leisure Studies*, 2025.
- SALMELA, Tarja; NEVALA, Henna; NOUSIAINEN, Minna; RANTALA, Outi. Proximity tourism: a thematic literature review. *Finnish Journal of Tourism Research*, v. 17, n. 1, p. 46-63, 2021.
- SANTOS, Thayara Borzani Sanches; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. O mercado de veículos de recreação no Brasil. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, Mossoró, v. 6, n. 2, jul./dez. 2017.

SHELLER, Mimi; URRY, John. The new mobility paradigm. *Environment and Planning A*, p. 207-226, 2006.

VAN HEERDEN, Neels. Leisure motorhoming: the case of the motorhome club of South Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, [S.I.], v. 30, n. 1, p. 125-136, 2008.