

Viagens com Motorhome: caracterização e experiências dos viajantes

Motorhome travels: characterization and experiences of travelers

Marlon Henrique da Rocha (ROCHA, M. H. da)*

Natália Mira Valle (VALLE, N. M.)**

Pâmela da Conceição Naconezi (NACONEZI, P. da C.)***

RESUMO - Este artigo buscou retratar quais são as características que definem os viajantes de *motorhome* com o foco em casais, e procurou evidenciar as experiências que vivenciaram em suas viagens, e que foram relatadas por meio de um questionário auto aplicado não estruturado. A pesquisa documental pautou-se em livros e periódicos. A comunicação com os participantes da pesquisa ocorreu via e-mail e *Facebook*, de forma que, a partir dos relatos de suas experiências, observou-se que a viagem de *motorhome* pode proporcionar aos viajantes crescimento pessoal e se traduzir como uma aventura.

Palavras-chave: Turismo; Turismo de Aventura; Motorhome; Caracterização do perfil do viajante de *motorhome*.

ABSTRACT - This article sought to portray which characteristics define motorhome travelers focused on couples, and spotlight their experiences during the trips, which were reported through an unstructured self-applied questionnaire via Facebook and e-mail. The documentary research was based on books and periodicals, along with the communication with the participants of the research, which allowed the research to observe that it is an adventure type of business.

Key words: Tourism; Adventure Tourism; Motorhome; Motorhome's travelers characterization.

* Graduando em Turismo na Universidade Federal do Paraná. E-mail: henriquemarlon350@gmail.com

** Graduada em Turismo na Universidade Federal do Paraná. E-mail: nataliamiravalle@hotmail.com

*** Graduada em Turismo na Universidade Federal do Paraná. E-mail: pamelanaconezi7@gmail.com

INTRODUÇÃO

Viagens são partes constituintes do nosso mundo globalizado e intercultural, inclusive sendo instigadas certas vezes pela necessidade de escape do cotidiano, ou pelo desejo de conhecer nacionalidades distintas. Viagens quando planejadas, envolvem elementos fundamentais como hospedagem, transporte, alimentação e até mesmo o entretenimento, se traduzindo a partir da união desses aspectos como turismo. Para Sonaglio e Fabbris (2012, p. 81, citado por LINS; ARAÚJO; LIMA 2017¹), o turismo é “um conjunto de atividades socioeconômicas, culturais, políticas e ecológicas que, visam favorecer as escolhas, necessidades e expectativas de turistas e residentes, de uma determinada localidade”. Se atentarmos para essa definição podemos alocar as viagens de *motorhome* como um fenômeno que envolve relações interpessoais com o destino, promovendo um intercâmbio cultural e social.

Este estudo procurou compreender as viagens de *motorhome* a partir da descrição do perfil, e das experiências dos viajantes de *motorhome* pelas Américas (América do Sul, América Central e América do Norte), bem como suas motivações para a possibilidade de afastamento de seu cotidiano globalizado, além de deixar suas residências habituais para morar temporariamente em um automóvel adaptado para suas necessidades e experiências diárias. Este trabalho também buscou descrever essas viagens, que tem como característica a não interferência de agências de turismo, visto que para Anjos (2004) “as viagens independentes estão relacionadas a um grupo de pessoas que prefere tomar suas próprias providências para a realização de sua viagem de férias, que em geral acontecem durante a própria viagem”, o que tem grande relação com os viajantes de *motorhome*, pois grande parte deles relatou que a decisão de destinos e roteiros ocorrem também durante a viagem. Além disso procurou-se obter uma compreensão das possíveis dificuldades encontradas pelos turistas de *motorhome*, tendo como objetivo descrever o perfil desses casais aventureiros, confirmando o que Alcañis *et al.* (2008) identificaram em sua pesquisa, sobre o comportamento do turista ser um dos assuntos mais abordados em pesquisas científicas, entrando no âmbito de como os fatores internos influenciam o processo de decisão. A partir do

¹ LINS, A. P. G. A.; ARAÚJO, L. M.; LIMA, W. M. Turismo, espaço urbano e meio ambiente: análise do projeto de esgotamento sanitário do município de Maragogi (AL). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 10, n. 2, mai./jul. 2017, p. 270-299.

desenvolvimento desta pesquisa foi possível observar que uma viagem de *motorhome* pode proporcionar aos viajantes um crescimento pessoal e ser traduzido como aventura, de modo a contribuir com uma experiência e visão de mundo mais abrangente de pessoas que façam estas viagens e simpatizantes que desejam fazê-la adiante em sua vida, de modo a simplificar as dificuldades e aumentar positivamente as experiências que serão vividas. Para compreender as viagens de *motorhome*, se faz necessário entender a relação de *motorhome* e turismo e em seguida o segmento turístico em que se enquadra, após isso se apresenta os procedimentos metodológicos, bem como as discussões e resultados da pesquisa de campo.

DESENVOLVIMENTO

TURISMO E MOTORHOME: COMO SE DÁ ESSA RELAÇÃO

O setor de turismo é composto por meios de hospedagens, serviços de alimentação, serviços de transporte, organizações para o lazer e uma gama de outras empresas correlacionadas, com uma infinidade de variedades e diversificação de atividades (THEOBALD, 2001). Nas viagens de *motorhome* podemos identificar como embasamento desse segmento o meio de hospedagem, o transporte e a alimentação que se consolidam exclusivamente no veículo modificado para essa viagem. Entendendo que é no *motorhome* que os viajantes se hospedam - e se alimentam - e é com ele que se deslocam pelas estradas. Abstraindo de conceitos similares, Ribeiro (2011), possui uma visão semelhante à de Theobald em alguns aspectos, quando afirma que o conjunto de atividades específicas de um meio de hospedagem, que inclui desde o local de acomodação do hóspede até o sorriso e a cordialidade de um recepcionista, atribui-se o nome de hospedagem. Portanto, um meio de hospedagem é uma empresa comercial que vende aos visitantes bens e serviços, (...) que podem variar em função dos interesses de sua clientela (...). Dessa forma, mantemos a linha de pensamento de que o *motorhome* substitui essa “hospedagem” em locais normalmente utilizados, para um veículo que pode ser capaz de satisfazer todas essas necessidades, em que o próprio viajante é ao

mesmo tempo recepcionista e hóspede, o cozinheiro e o cliente, além de ser o mentor de toda sua jornada.

De acordo com Peccini (2013) a arte da culinária são as múltiplas possibilidades para pensar a alimentação (...) Tema fundamental para o turismo, ela pode, por si só, promover deslocamentos humanos em busca do sabor e da experiência gastronômica (...), ou seja, uma viagem de motorhome pode proporcionar ao turista conhecimento gastronômico de culturas distintas, além do preparo do seu próprio alimento no veículo, proporcionando vivenciar novas experiências no quesito alimentação.

E sobre estas experiências vividas fora de casa, que serão definidas posteriormente como aventura, temos o fator principal da viagem: o *motorhome*, ou seja, o próprio meio de transporte. A facilidade de uso do transporte dentro do destino, com o objetivo de se deslocar pelas estradas, é fundamental para uma boa qualidade da experiência do turista em uma cidade (PAGE, 2001; PALHARES, 2002; BERG; BORG; MEER, 1995 citado por FERNANDES *et al.*, 2013²) e o relato dos viajantes demonstra exatamente isto, pois tendo seu próprio veículo tendem a ter mais comodidade ao transitar pelos destinos visitados.

O turismo é uma área que se segmenta atendendo as necessidades e os desejos do consumidor. Kotler (2006) discorre que o ponto de partida para conhecer e satisfazer as necessidades dos clientes alvos é tentar compreender o comportamento e estudar como as pessoas, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam serviços. O comportamento do consumidor no turismo torna-se um instrumento para entender as rápidas transformações desse mercado, para atualizar suas informações e para identificar oportunidades (SWARBROOKE; HORNER, 2002). Sendo assim, o comportamento do consumidor é uma das formas que possibilitam a criação dos chamados nichos de mercado.

Em seu livro, Ignarra (2013) se utiliza da divisão de segmentação turística para descrever e separar por critérios as viagens, desde a idade até motivação. Desta forma,

[...] segmentar o turismo é identificar clientes com comportamentos homogêneos quanto a seus gostos e preferências. A segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos, dos tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social e estilo de vida (BENI, 1998, p. 149).

² FERNANDES, D. L. *et al.* A utilização do transporte coletivo pelo turista em Curitiba. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**. Juiz de Fora - MG, v. 3, n. 2, p. 55-64, 2013.

Sendo assim, o turismo, como será especificado em nosso próximo tópico, se enquadra no turismo de aventura, que é um segmento novo no mercado turístico, e crescente nos últimos anos. Nesse nicho de mercado, os praticantes possuem idades semelhantes, sede por aventura e por novas experiências, uma tendência a saírem para viajar com poucos planos específicos, geralmente suas viagens são espontâneas e podem mudar durante sua realização, o que foi confirmado através do formulário que os viajantes de *motorhome* responderam. A tendência é que essas viagens cresçam e assim sejam identificados através de seus praticantes os seus comportamentos, suas preferências e os critérios específicos desse segmento.

TURISMO DE AVENTURA E MOTORHOME

O turismo de aventura é caracterizado, segundo Ewert (1989, citado por MARINHO, 2008³), como a busca deliberada pelo risco e a incerteza do resultado. Para Swarbrooke *et al.* (2003) as características essenciais da aventura, entre muitas, são: desafio, exploração e descoberta, escapismo e separação, bem como a expectativa por recompensas e os resultados incertos. Desta forma, enfrentar situações difíceis e inovadoras traduz-se como o desafio da viagem. O grau de desafio afeta diretamente a intensidade de aventura, assim Mortlock (1984 citado por SWARBROOKE *et al.*, 2003, p. 11-12⁴) produziu uma tipologia com os estágios de aventura, sendo nível 1 brincadeira, nível 2 aventura, nível 3 aventura extrema e nível 4 adversidade, ilustrando dessa maneira o conceito do autor de que aventura é dependente de fatores mentais e psicológicos.

Para o Ministério do Turismo (2006) esse segmento turístico é bastante diversificado e pode ser realizado em ambientes variados, de centros urbanos às áreas remotas, em função de cada especialidade pretendida pelo praticante do turismo de aventura. De outro modo, como um fenômeno crescente na indústria, o turismo de

³ MARINHO, Alcyane. Lazer, Aventura e Risco: reflexões sobre atividades realizadas na natureza. **Revista Movimento**. [on-line]. Edição 14. Maio-Agosto 2008, p. 181-206. Disponível na Internet: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115315219010>> ISSN 0104-754X

⁴ SWARBROOKE, J. *et al.* **Turismo de Aventura**: conceitos e estudos de casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

aventura é uma interconexão entre atividade física, natureza e cultura (Adventure Travel Trade Association - ATTA, 2005).

Levando em consideração essas definições, as viagens de *motorhome* pelas Américas se enquadram no segmento de turismo de aventura com enfoque, pela escala de Mortlock (1984,) em nível dois, ou seja, nível aventura, visto que nessa escala a aventura é moderada e é essencial que tenha uma projeção de otimismo e sensação de sucesso. Essa proposta de Mortlock ilustra sua opinião de que o conceito de turismo de aventura é completamente interligado aos fatores mentais e psicológicos.

Dentro do que consiste a sua realização, uma viagem de *motorhome* pode ser assim caracterizada, visto que:

[...] ocorre quando os participantes voluntariamente se colocam em uma posição em que acreditam estar dando um passo rumo ao desconhecido, onde enfrentarão desafios e poderão descobrir ou adquirir algo valioso a partir dessa experiência. [...] A partir dessa análise, fica evidente que a aventura não é determinada por atividades específicas, mas sim pelo estado mental e pelo ponto de vista do participante. [...] (SWARBROOKE *et al*, 2003, p.14).

Assim sendo, pode-se salientar o que Bordás (2003, citado por BIZINELLI *et al.*, 2014⁵) trata, ao afirmar que os conceitos de singularidade, conexão, crescimento pessoal e contribuição para um mundo melhor são vieses importantes dentro da experiência, ou seja, a experiência de uma viagem de aventura pode se traduzir por esses elementos mas depende da avaliação psicológica do viajante.

As viagens de *motorhome* pelas Américas se configuram pelo engajamento do turista em atividades como o contato com diferentes culturas, com a natureza e a viagem árdua por tração mecânica, que se enquadra em outros nichos de turismo como o de descoberta e o turismo de expedição (SWARBROOKE *et al*, 2003). Dawling (1997 citado por RICHARD; CHINAGLIA, 2004⁶), afirma que o cliente estará envolvido em atividades altamente influenciadas pelas condições, às vezes imprevisíveis, do meio ambiente. No entanto, para fins de estudo, utilizamos apenas o conceito de turismo de aventura para descrever as viagens de *motorhome*.

⁵ BIZINELLI, Camila *et al*. Enoturismo e Turismo de Experiência: novas possibilidades para a inclusão de pessoas com deficiência visual - Vinícola Dezem (Toledo, Paraná, Brasil). **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 495-522, 2014.

⁶ RICHARD, V. L, CHINÁGLIA, C. R. Turismo de Aventura: Conceitos e paradigmas fundamentais. **Revista Turismo em Análise**. São Paulo, V. 15, n. 2, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/tKXvq6>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

Em pesquisa realizada com mais de mil entrevistados acerca do turismo de aventura, a ATTA (2017) chegou à conclusão sobre as motivações dos viajantes de aventura, e dentre elas é possível destacar o aprendizado, a saúde mental, a conexão com outras pessoas, a transformação pessoal e a busca por experiências únicas. Gold e Revill (2011, citado por CUNHA; BAZOTTI, 2015⁷) destacam também que a busca pelo turismo de aventura se dá pelo desejo de praticar uma atividade imprevisível.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é caracterizada como qualitativa, levando em consideração os relatos dos entrevistados, que proporcionaram a possibilidade de uma descrição autêntica em suas respostas sobre a viagem, tornando oculto a identidade do mesmo por um processo de confidencialidade e se respeitando a ética por trás da imagem do viajante. Neste artigo trabalhamos com uma amostra de 14 questionários, pois o caráter descritivo do estudo apresentou limitações, sendo a comunicação uma delas, visto que muitos dos viajantes de motorhome tinham dificuldade de acesso à internet para responder o questionário e as mensagens, pois a maioria encontrava-se em viagens. No total foram enviados 63 questionários, mas apenas 14 foram respondidos. O questionário foi enviado para casais e grupos de amigos que viajam em *motorhome* pelas Américas, entre os meses de maio de 2017 e junho de 2017, estando aberto para respostas em um período de 3 semanas, buscando atribuir características sobre seus perfis. Dos 63 questionários, 36 foram enviados através de e-mail e 27 enviados pelo *Facebook*.

Levando em consideração a revisão de literatura anteriormente apresentada, o rumo da pesquisa iniciou com a delimitação dos espaços percorridos pelos viajantes em seus trajetos. Utilizamos também como base as mídias sociais, que nos serviram como fonte de dados e informações sobre suas atividades, permitindo assim a compreensão deste segmento como parte do turismo de aventura, e também um maior conhecimento do ramo e seus preparativos pré-estabelecidos, o que possibilitou o levantamento de uma caracterização do perfil.

⁷ CUNHA, A. M.; BAZOTTI, L. S. Ecoturismo e turismo de aventura como fomentadores de desenvolvimento regional.: O caso das minas do Camaquã em Caçapava do Sul – RS. **Fólio - Revista Científica Digital - Jornalismo, Publicidade e Turismo**, Caxias do Sul - RS, n. 1, p. 1-19. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/KJDw1Q>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

Com a caracterização da pesquisa, nossos três objetivos específicos (descrever o comportamento do consumidor deste segmento, descrever o deslocamento deles pelas rodovias das Américas e por fim relatar como estes viajantes descrevem esta viagem de modo a nos expor quais as experiências obtidas durante o percurso, tanto as positivas como as negativas) foram pesquisados através de fontes de dados primários (pesquisa de campo) e secundários (revisão de literatura, *blogs*, canais do *Youtube*, sites dos viajantes) – conforme esquematizado no Apêndice 1 – e que através de questionário auto aplicado não estruturado (Apêndice 2) via e-mail que nossa equipe realizou com os praticantes desta modalidade.

O questionário foi constituído de questões objetivas e dissertativas que foram respondidas pelos viajantes individualmente ou em nome do casal em alguns casos. O viajante recebeu o questionário via *e-mail* e por mensagens via *Facebook*, algumas perguntas estavam respondidas por nós, por se tratarem de respostas já existentes em suas redes sociais, mas que os mesmos confirmaram e, quando necessário, acrescentam informações. Em seguida os entrevistados preencheram com suas palavras, relatando as experiências vividas de forma que, a partir de suas respostas, foi possível identificar o motivo da sua viagem de *motorhome* pelas Américas, e conseqüentemente caracterizar o perfil deste viajante.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dentre os 63 questionários enviados, foram obtidas 14 respostas, e todas se tratam de casais, alguns deles enviaram respondido em nome do casal, e outros mandaram individualmente, sendo que três deles enviaram as mesmas respostas, alterando somente o nome, gênero e idade, o que foi útil para descrever seu perfil, mas as respostas discursivas não foram consideradas duas vezes, e sim, somente uma.

O quadro 1 compila as informações básicas de cada viajante:

Viajante	Idade	Gênero	Grau de Escolaridade	Origem
1	31	Masculino	Ensino Superior Completo	Berabevú - Santa Fé, Argentina
2	24	Feminino	Ensino Superior Completo	Brusque – SC
3	38	Masculino	Ensino Superior Completo	São José do Rio Preto – SP
4	28	Feminino	Ensino Superior Completo	Manaus – AM

5	28	Masculino	Ensino Superior Completo	Manaus – AM
6	35	Feminino	Pós-Graduação	Itaúna – MG
7	46	Masculino	Pós-Graduação	Itaúna – MG
8	25	Feminino	Ensino Superior Completo	Pelotas – RS
9	36	Masculino	Pós-Graduação	Pelotas – RS
10	31	Feminino	Ensino Superior Completo	Ipatinga – MG
11	33	Masculino	Ensino Superior Completo	Ipatinga – MG
12	32	Feminino	Ensino Superior Completo	São Bento do Sul – SC
13	42	Masculino	Pós-Graduação	São Bento do Sul – SC
14	26	Masculino	Ensino Médio Completo	São Paulo- SP

Fonte: Elaboração própria (2017)

Como ilustrado no quadro, a faixa etária dos viajantes inicia aos 24 anos, mas a maior incidência ocorre entre 28 e 31, e se vai até os 46 anos, sendo a partir de 33 anos a maioria do gênero masculino. Quanto ao grau de escolaridade 13 dos 14 viajantes possuem o ensino superior completo, sendo que 4 deles possuem pós graduação e apenas 1 possui apenas o ensino médio completo.

Quanto à origem dos 14 viajantes, 13 são brasileiros, sendo as localidades: 2 de Itaúna - MG, 1 de São Paulo - SP, 2 de São Bento do Sul- SC, 2 de Pelotas – RS, 1 de Brusque – SC, 2 de Ipatinga – MG, 2 de Manaus - AM e 1 de São José do Rio Preto – SP. E 1 deles é estrangeiro, sua origem é de Berabevú – Santa Fé, Argentina.

As redes sociais mais utilizadas para divulgar suas viagens são o *Facebook* e o *Youtube*, seguidos por *Instagram* e *Blogs/Sites*, respectivamente. Há também 2 deles que utilizam *Pinterest*, *Twitter* e *Vimeo*.

Quando questionados sobre quando decidiram fazer a viagem, a maioria nos respondeu em relação à data, sendo que foram todas decisões recentes, entre 2012 e 2015, sendo apenas 1 viajante que começou a planejar sua viagem em 2005. Isso se deve ao fato de as viagens em *motorhome* terem sido um fenômeno nos anos 70 e 80 perdendo um pouco de sua força ao longo dos anos, especialmente por causa da mudança no Código Brasileiro de Trânsito, em 1997, que passou a exigir Carteira Nacional de Habilitação (CNH) na categoria E para quem quisesse rebocar um trailer (MASTROSA, Luciana, G1 - São Paulo). Em relação à motivação para viajar, as respostas têm muito em comum, desde predisposição para aventuras e vontade de

conhecer lugares e culturas diferentes, até o fato de terem pesquisado muito sobre viagens, inclusive em *sites* de outras pessoas que já haviam realizado diversos percursos e que os inspirou a começar a planejar o seu próprio.

O motivo da escolha de viajar em um *motorhome* como meio de transporte e estadia, as respostas embora descritivas, têm uma opinião unânime em relação ao custo benefício desse tipo de veículo, que segundo os viajantes, permite que tenham a liberdade de escolher para onde querem ir e quando, sem depender de pacotes de viagem, e tem a vantagem de ter tudo o que necessitam num único meio de transporte. A resposta de um dos viajantes entrevistados (homem, acima dos 40 anos), ilustra: “Porque o motorhome viabiliza financeiramente a viagem. Levo nas costas minha casa, meu carro e minha cozinha.”

Em relação ao deslocamento em estradas, parte dos viajantes afirma não terem ocorrido problemas, sendo que tomaram alguns cuidados como ter combustível extra e dirigir com cautela. Mas em relação à qualidade das estradas, a grande maioria dos entrevistados, afirma que encontraram certa dificuldade para locomover-se pelo percurso. Um dos viajantes de *motorhome* descreve:

No momento estamos no terceiro país (Brasil, Uruguai, e atualmente na Argentina). Teve estradas muito boas e também muito ruins em todos os países. É importante o planejamento para evitar estradas muito ruins. Já passamos por estradas em péssimas condições para chegar até algum lugar muito lindo, mas às vezes não compensa o risco de poder quebrar o carro. (Homem, 31 anos).

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: VIAGENS COM *MOTORHOME* E O PERFIL DO VIAJANTE.

A seguir serão apresentados os resultados da nossa pesquisa, obtidos através dos questionários respondidos pelos casais de viajantes. Entre os tópicos apresentados estão a descrição de como costumam ser os veículos utilizados, os documentos necessários para realizar a viagem, a possível relação entre viagens de *motorhome* e o segmento turismo de aventura, além do perfil do viajante.

Com base nas entrevistas realizadas com os viajantes, foi possível compreender o que é uma viagem de *motorhome* e do que se trata o veículo utilizado para realizar essa viagem. Para Swarbrooke *et al* (2003) a aventura possui características essenciais

e foi possível perceber, analisando as entrevistas, que se hospedar por um período de tempo em um veículo com espaço reduzido; os levam a explorar novas localidades e a conexão com comunidades locais; e a descoberta de novas culturas e descoberta interior e pessoal.

O *motorhome* pode ser um carro com uma barraca acoplada, uma Kombi, um trailer ou até mesmo um ônibus. Todos os veículos utilizados passam por modificações externas e internas - como pode ser melhor visualizado nos anexos 1 e 2, que são imagens ilustrativas, os donos dos veículos não foram necessariamente entrevistados - e os viajantes tornam seu *motorhome* sua casa, adicionando cozinha, cama, banheiro, mesas e até mesmo energia solar ou a gás entre outros artefatos essenciais para tornar o veículo habitável para a viagem.

Outro fator essencial para a realização da viagem é a carteira de habilitação. A Carteira Nacional de Habilitação do tipo B brasileira permite a condução de um *motorhome* (Automóvel, caminhonete, camioneta, utilitário), segundo Artigo 143 do Código de Trânsito Brasileiro e a Resolução 168 do CONTRAN anexo 1, e é aceita em muitos países estrangeiros. No entanto, muitos dos entrevistados relataram que é aconselhável ter a Carteira de Habilitação Internacional, evitando assim problemas nas fronteiras e no deslocamento pelos países.

Segundo as entrevistas e resgatando os conceitos de turismo de aventura, as viagens de *motorhome* são inseridas nesse contexto no que se refere à viagem árdua pela tração mecânica, o contato com a natureza e os grandes desafios encontrados na sua realização, seja de planejamento da viagem, na modificação do veículo, nos estradas, nos locais de estacionamento para o *motorhome* ou no período longe de casa.

Um dos relatos que podem traduzir a viagem de *motorhome* como turismo de aventura, foi feito por outro viajante entrevistado, que afirma:

Depende do tipo de viagem. Mas no nosso tipo de viagem consideramos uma aventura porque paramos com o motorhome em diferentes tipos de lugares onde muitas vezes não tem estrutura nenhuma. Paramos do lado de um rio, de um lago, num posto, ou na rua mesmo. E também pegamos algumas estradas com bastante dificuldade para chegar até certos lugares. Passamos por climas extremos. Acho que uma viagem de motorhome durante uma semana num camping de uma praia pode não ser uma grande aventura, mas quando se viaja durante muito tempo e longas distâncias (países, continentes, etc.) com certeza é uma incrível aventura. (Homem, 31 anos).

É possível perceber neste relato que para o entrevistado a viagem de aventura se relaciona à natureza, da mesma forma, como já citado anteriormente, que a Adventure Travel Trade Association (2005) descreve o turismo de aventura como uma interconexão entre a atividade física, natureza e cultura.

As viagens com motorhome se caracterizam por serem viagens únicas e para indivíduos que não se encaixam em uma sociedade padrão (BLACKWEEL; MINIARD; ENGEL, 2005). Os viajantes de *motorhome* transformam um veículo e o tornam sua moradia temporária, para viajar por países e conhecer novas culturas, além de um adquirirem um aprendizado, melhorarem a saúde mental, se conectarem com as comunidades receptoras. Alguns saem como aventureiros e retornam como “heróis” dessas pequenas façanhas na natureza, enquanto outros partem como curiosos e retornam como “viajados” ou “experientes” (BRUHNS, 2009 citado por BRUHNS; MARINHO, 2012⁸). Os viajantes alcançam transformação pessoal na busca por experiências únicas nas viagens de motorhome.

Pesquisas realizadas pela Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA) e pelo Ministério do Turismo, em 2010, trazem a descrição do perfil do turista de aventura e do ecoturista no Brasil. No geral, o que se obteve é que os viajantes buscam fugir do cotidiano urbano da correria, do estresse e da violência, em busca de descanso, com o intuito de resgatar o prazer. □ Assim sendo, essa pesquisa remete a este estudo sobre o perfil do viajante de *motorhome*, que se mostra um turista nessa mesma caracterização. O perfil do viajante, ou seja, o turista de aventura, busca a fuga bem como o resgate.

Apesar das dificuldades e possíveis problemas encontrados nessa viagem de aventura, de acordo com Costa (2000, citado por DANTAS; PIRES, 2015⁹), o homem da era atual prossegue imbuído do espírito de aventura tão presente nas grandes conquistas da humanidade, em especial as do século XVI, quando desbravaram os mares ao encontro de outras civilizações.

O perfil do viajante de *motorhome* é o de espírito livre, o desapego de atributos materiais e a independência. Esse viajante é um indivíduo aventureiro dadas às

⁸ BRUHNS, Heloisa Turini; MARINHO, Alcyane. Ritos e rituais nas viagens à natureza. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 87-102, 2012.

⁹ DANTAS, L., PIRES, P. Versões e Contradições do Turismo de Aventura: reflexões sobre as atividades de aventura e sobre o turista. **Turismo e Sociedade**. Curitiba - PR, v. 8, n. 2, p. 276-300, 2015.

conexões culturais, étnicas e sociais de cada um. O viajante busca o contato, a conexão e a interação com novas culturas, locais e pessoas.

CONCLUSÃO

De um modo geral, os viajantes que participaram da pesquisa são casais, entre 24 e 46 anos, sendo a sua grande maioria com ensino superior completo ou ainda pós graduados. Sendo assim, buscaram a viagem com *motorhome* para uma mudança de vida, para a busca de conhecimento de novas culturas e para conseguir uma maior liberdade saindo da sua habitual rotina, podendo estar em diferentes lugares e sem a correria e cobranças do dia a dia.

O questionário conseguiu captar as dificuldades básicas e motivações mais frequentes, como economia com a hospedagem, liberdade de estar em sua própria casa e a liberdade de explorar caminhos diversos. Algumas dificuldades bem frequentes relatadas são a falta de segurança (principalmente no Brasil), os documentos extras para as alfândegas e o gasto com combustível que no nosso país é algo muito caro.

Dada a importância do assunto, é recomendável e necessário o desenvolvimento de estudos futuros, mostrando mais a fundo como formular um roteiro, mostrar as dificuldades enfrentadas com peças, a montagem de um *motorhome* e até mesmo buscar saídas para melhorar a comunicação dos viajantes, pois, como citado anteriormente, uma grande dificuldade enfrentada neste estudo foi o contato com os viajantes e também o curto tempo para a realização da pesquisa. Sendo assim, um artigo com uma duração de tempo maior e com perguntas mais abrangentes seriam de grande valia para a descrição do perfil do viajante de *motorhome*.

Neste sentido, pelo que obtivemos como resultado de nossa pesquisa, as viagens de motorhome mostram-se crescentes, e se traduzem como um turismo de aventura mais independente, em que os viajantes elaboram seu próprio roteiro, principalmente influenciados pelo mundo individualizado e pelo advento da internet. Estes aventureiros de nível leve são motivados pela autodescoberta e a necessidade de escapar da rotina da vida urbana, explorando sustentavelmente novas localidades. A utilização do *motorhome* como meio de viagem possui pontos positivos, pois traz consigo um maior contato dos viajantes com diversas culturas, locais e crescimento do turismo.

REFERÊNCIAS

- ALCAÑIZ, J. E. B.; SIMÓ, L. A.; GARCIA, I. S.; HERRERA, A. A Investigación Internacional en Marketing Turístico: analisis de contenido sobre temas y metodologias. V. 6, n. 3, **Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. 2008.
- ANSARAH, M. G. R. **Turismo Segmentação de Mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- BARRETTO, M. **Planejamento Responsável do Turismo**. Editora: Papirus, 2005. Campinas – SP.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 1998, p.149
- BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Thomson Learning, 2005.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Dados e fatos: **Sondagem do consumidor –** Intenção de viajar. Brasil, Fundação Getúlio Vargas. Fevereiro, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/Ui06hE>>. Acessado em: 02 de abr. 2017.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Aventura: orientações básicas**. Brasília, 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/g40kQp>>. Acesso em: 21 abr. 2017.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Perfil do turista de aventura e ecoturista no Brasil**. São Paulo: ABETA, 2010, 96 p. Disponível em: <<https://goo.gl/fp78XM>>. Acesso em: 21 jun. 2017.
- CISNE, R. N. C. **Roteiro turístico, tradição e superação: tempo espaço, sujeito e (geo)tecnologia como categorias de análise**. 2010. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Curso de Pós-graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul – RS. Disponível em: <<https://goo.gl/ztPPsN>>. Acesso em: 17 abr. 2017.
- FRANCH, D. B.; JULVE, J. G.; PLANAGUMÀ, L. P. **La organización turística del territorio en la frontera**, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/vnhOQ6>>. Acesso em: 16 abr. 2017.
- FROEMMING, L. M. S; DARONCO, E.; ZAMBERLAN, L.; SPAREMBERG, A. **Comportamento do consumidor e do comprador**. Ijuí, Rio Grande do Sul: Unijuí, 2009.
- IGNARRA, L. R, **Fundamentos do Turismo**. Copacabana- RJ: Senac Rio de Janeiro, 3. ed., 2013.
- KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LOBO, H. A. S.; SILVEIRA, C. E.; SANTOS, G. E. de O. Estudos da Demanda Turística: métodos, análises e casos. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, V. 25, n. 1, abril, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/4DjNz1>>.

MARINHO, A. Lazer, Aventura e Risco: reflexões sobre atividades realizadas na natureza. **Revista Movimento**, 2008, 14 (Maio – Agosto), Disponível em: <<https://goo.gl/nR5eJA>>.

MASTROROSA, L. **G1 Globo.com**, <<https://goo.gl/NaQUjv>>.

PECCINI, R. A Gastronomia e o Turismo. **Revista Rosa dos Ventos**. Abr-Jun 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/7LsgaE>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

RIBEIRO, K. C. C. **Meios de Hospedagem**. Manaus - AM. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/qFsHZR>>. p. 27. Acesso em: 21 jun. 2017.

RUDNICK, R., WEISS, M.F. **Mundo por Terra**: Uma fascinante volta ao mundo de carro. São Bento do Sul – SC: Edição do autor, 2011.

SANTOS, G. E. de O. **Modelo gravitacional do turismo**: proposta teórica e estudo empírico dos fluxos turísticos no Brasil. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - SP. Disponível em: <<https://goo.gl/gG5Ymj>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

SWARBROOKE, J. *et al.* **Turismo de Aventura**: conceitos e estudos de casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**, Aleph, 2002.

THEOBALD, W. F. **Turismo Global**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

VIREN, P.; MURRAY, A. The new adventure traveler. **Outside Magazine**, East Carolina University, p. 1, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/oV131m>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

APÊNDICE 1 - CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Objetivo Específico	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA			
	Questões de pesquisa	Técnicas de coleta de dados	Instrumentos de coleta	Análise de dados
Descrever o comportamento deste tipo de consumidor.	Quais são as características do perfil de quem faz este tipo de viagem?	Primários: questionário aos viajantes que fizeram pelo menos uma vez ou ainda o fazem.	Questionário semi-estruturado autoaplicado	Análise descritiva qualitativa
		Secundários: sites descritivos e estudos por bibliografias.		
Descrever o deslocamento do viajante de <i>motorhome</i> pelas Américas.	Qual a situação da qualidade das rodovias nas Américas e as dificuldades encontradas por eles no percurso?	Primários: questionários aplicados aos viajantes que praticam esta modalidade.		
		Secundários: sites dos praticantes, canais do youtube, blog's, livros e e-mail pessoal dos mesmos		
Retratar como os aventureiros descrevem este ramo do turismo e quais suas principais experiências.	Qual a opinião do usuário em relação a viagens independentes de agências, sabem quais suas motivações e experiências	Primários: entrevistas com os usuários de <i>motorhome</i> .		

Fonte: Elaboração própria (2017)

APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO

Este questionário faz parte de um estudo realizado por alunos do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná, que tem como tema “Viagens de *motorhome*: a caracterização e as experiências dos viajantes”. A pesquisa que será realizada visa analisar qual a demanda turística majoritária neste ramo de viagens, ou seja, descrever o perfil de casais e grupos de amigos que se dispõem a percorrer grandes distâncias, viajando e vivendo em um veículo adaptado.

A partir dos resultados buscaremos compreender as motivações de casais e grupos de amigos para dar início à viagem, entendendo suas motivações, dificuldades encontradas, as características de cada país, assimilando assim como são planejados roteiros turísticos que não possuem intervenção de agências de turismo.

Agradecemos a disponibilidade dos viajantes em responder nosso questionário, contribuindo de forma decisiva para o êxito de nossa pesquisa e de forma indireta, contribuindo para toda a comunidade de viajantes e simpatizantes de *motorhome* que serão beneficiados por ela.

1. **IDADE:**
2. **GÊNERO** () Masculino () Feminino () Outro
3. **GRAU DE ESCOLARIDADE:**
 - () ENSINO FUNDAMENTAL INCOMPLETO
 - () ENSINO FUNDAMENTAL COMPLETO
 - () ENSINO MÉDIO INCOMPLETO
 - () ENSINO MÉDIO COMPLETO
 - () ENSINO SUPERIOR INCOMPLETO
 - () ENSINO SUPERIOR COMPLETO

4. **PAÍS E CIDADE DE ORIGEM:**
-

5. **Quais redes sociais você utiliza para divulgar sua viagem?**

- () Facebook
- () Instagram
- () Blog
- () YouTube
- () Snapchat
- () Outras. Quais? _____

6. **Quando pensou em fazer a viagem?**

7. **Por que decidiram viajar e morar em um *motorhome*?**

8. **Como foi o deslocamento em estradas pelos países, considerando a segurança, infraestrutura e sinalização?**

9. Você considera a viagem de *motorhome* uma viagem de aventura? Explique sua resposta

Sim

Não

10. Relate sobre sua experiência com *motorhome*, podendo esse relato consistir em uma experiência específica ou a sua última viagem (a escolha do carro, se o modificou, se houve alguma dificuldade em morar num espaço reduzido, documentação necessária, como economizou o dinheiro, estrutura das cidades para receber o *motorhome* e o planejamento do roteiro de viagem).

ANEXO 1- “KOMBI HOME”



Fonte: Página Minas Kombi Clube no Pinterest, 2017¹⁰.

¹⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/kZDpd7>>. Acesso em: jun. 2017.

ANEXO 2 - INTERIOR DE UM *MOTORHOME*



Fonte: Página Vanalog Vibes no Instagram, 2017¹¹.

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/vanalog_vibes/?hl=pt-br>. Acesso em: jun. 2017.