

PERFIL DEL RODANTERO ARGENTINO Y BRASILEÑO: UN ESTUDIO COMPARATIVO

Luiz E. Brembati¹
Pablo Alberto Walter²

¹Doctor en Sociología. Profesor da Universidad Federal de Paraná. Maestrado en Turismo y Tecnología en Gestión de Turismo. E-mail lebramba@gmail.com.

²Máster en Desarrollo Rural. Docente de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires Investigador en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. E-mail: walter.pablo@inta.gob.ar

DOI: <https://doi.org/10.33871/26747170.2026.8.1.10834>

RESUMEN: El Turismo rodantero es una práctica realizada por una comunidad de personas con características, intereses, necesidades y problemas comunes. Estos utilizan vehículos recreativos que recorren, en forma nómada, trayectos rurales y no rurales. Estos vehículos tienen un espacio de alojamiento que puede usarse durante días, meses o años. Esta práctica puede ejercerse durante los tiempos libres como un estilo de vida. Este trabajo se encuentra en etapa exploratoria y busca conocer las características de esta comunidad que realiza el Turismo rodantero en todas sus dimensiones en un contexto de ruralidad y naturaleza. Se utilizó una metodología de estudio cuali-cuantitativo con una exhaustiva revisión bibliográfica de publicaciones, artículos de web, diarios y periódicos de procedencia primaria y secundaria; se implementó una encuesta a un segmento de usuarios con vehículos recreativos mediante una herramienta virtual. Esta comunidad está integrada por personas que se diferencian por su forma de realizar este turismo y por tipo de vehículo-casa. Lo hacen personas solas, en pequeños o grandes grupos y el uso de vehículos recreativos es con fines turísticos. Este grupo tiene un espíritu de búsqueda de libertad, de viajar, de estar en contacto con la naturaleza, de conocer nuevos lugares y de compartir el estilo de vida.

Palabras claves: turismo rodantero; naturaleza; casas rodantes; caravanismo; perfil

PERFIL DO RODANTERO ARGENTINO E BRASILEIRO: UM ESTUDO COMPARATIVO

RESUMO: O turismo móvel é uma prática realizada por uma comunidade de pessoas com características, interesses, necessidades e problemas comuns. Eles usam veículos recreativos que viajam de forma nômade por rotas rurais e não rurais. Esses veículos têm um espaço de armazenamento que pode ser usado por dias, meses ou anos. Essa prática pode ser realizada durante o tempo livre como um estilo de vida.

Este trabalho encontra-se em fase exploratória e busca compreender as características desta comunidade que pratica o turismo rodoviário em todas as suas dimensões em um ambiente rural e natural. Foi utilizada uma metodologia de estudo quali-quantitativa com revisão bibliográfica exaustiva de publicações, artigos da web, periódicos e revistas de origem primária e secundária; Foi realizada uma pesquisa para um segmento de usuários com veículos recreativos utilizando uma ferramenta virtual. Esta comunidade é composta por pessoas que diferem em sua abordagem ao turismo e em seu tipo de veículo/casa. É feito por indivíduos, em grupos pequenos ou grandes, e o uso de veículos recreativos é para fins turísticos. Este grupo tem um espírito de busca de liberdade, viagens, contato com a natureza, descoberta de novos lugares e compartilhamento de um estilo de vida.

Palavras-chave: turismo itinerante; natureza; casas móveis; caravanismo; perfil.

PROFILE OF THE ARGENTINE AND BRAZILIAN RODANTERO: A COMPARATIVE STUDY

ABSTRACT: RV tourism is a practice carried out by a community of people with common characteristics, interests, needs, and problems. They use recreational vehicles that travel nomadically along rural and non-rural routes. These vehicles have a space for accommodation that can be used for days, months, or years. This practice can be practiced during leisure time as a lifestyle. This work is in the exploratory stage and seeks to understand the characteristics of this community that practices RV tourism in all its dimensions in a rural and natural context. A qualitative-quantitative study methodology was used with an exhaustive bibliographic review of publications, web articles, journals, and periodicals from primary and secondary sources. A survey was conducted among a segment of RV users using a virtual tool. This community is made up of people who differ in their approach to RV tourism and by type of vehicle/home. They travel by individuals, in small or large groups, and the RVs are used for tourism purposes. This group shares a spirit of seeking freedom, traveling, connecting with nature, discovering new places, and sharing the lifestyle.

Keywords: rv tourism; nature; rvs; caravanning; profile.

INTRODUCCIÓN

La comunidad que disfruta del Turismo rodante está integrada por personas que comparten características, necesidades, intereses y problemas comunes. Intercambian costumbres y actividades particulares inherentes a la vida al aire libre.

“...este grupo social también se reconoce como tal por las formas que adoptan las relaciones sociales. Todos sus miembros comparten más o menos un conocimiento común, formas de ser y hacer basadas en el hecho de tener una casa móvil, de compartir capacidades espaciales específicas, de recurrir a estrategias y rutinas diarias, que además contribuyen a mantener las relaciones sociales dentro del grupo” (Dodier, 2018).

Utilizan Vehículos Recreativos (en adelante VR) que son automóviles que llevan de arrastre una casa rodante o tráiler de tiro con comodidades para habitar con servicios básicos como: cocina, baño, camas, y/o mesas, etc. También puede estar conformado por un montaje sobre la caja del vehículo y/o en el techo éste (Campervan y/o Carpa de techo) o un espacio integrado al motor donde se habita (Motor-home).

En Argentina, casa rodante se le dice a todo vehículo recreativo que contenga alguna comodidad para el pernocte en el mismo aun cuando ésta sea solamente un colchón inflable y un anafe portátil, por eso los grupos son Motor-home o casa rodante motorizada, casa rodante de tiro o no motorizada, camper;

camperizados (combi), y eventualmente carpas de techo (M. Pistorio, comunicación personal, 8 de mayo de 2024)

Este turismo se realiza recorriendo espacios rurales y no rurales, a lo largo de caminos y rutas con el objetivo de arribar a destinos naturales y disfrutar con actividades de placer, ocio y/o esparcimiento. Se practica realizando paradas en sitios que comúnmente no son parte de los trayectos acostumbrados por el turismo masivo. El propio vehículo le permite, al viajante, dormir, preparar alimentos e higienizarse. El mismo está acondicionado para usarse durante días, meses y/o años. Estas personas o grupos de personas hacen un turismo nómada, construyendo en el camino vínculos sociales con pares que practican estas actividades.

Según Prideaux y McClymont (2006:45) son “*Un subconjunto del turismo en el que la principal forma de alojamiento utilizada durante un viaje es una caravana (casa rodante)*”. Kaczan (2023:157) afirma que los VRs son “*...vehículos remolcables como espacios habitables a modo de una habitación, “casa-hogar”, no un domicilio permanente, que está siempre en marcha, cambiando de geografías*”.

Esta forma de trasladarse con comodidades para vivir comenzó en el mundo antes de la aparición del automóvil. El transporte antecesor fue la carreta o carro de transporte de tracción a sangre. Cumplían con las comodidades de dormitorio y transporte, pero el resto de las actividades se efectuaba al aire libre: cocinar, dormir, higiene, etc. Se recorrían largas extensiones, pero en menor medida para turismo y esparcimiento. Con la aparición del automóvil, comienza un desarrollo más masivo del disfrute del ocio y el esparcimiento en la vida social de las personas, producto de la mejora en la calidad de vida de muchas poblaciones.

De esta manera, comienza a propagarse la vida en campamento y/o camping. Este turismo, al aire libre, comenzó a ofertar, en el mercado, elementos para este tipo de paseos “*...la oferta de estos bienes (carpas, mesas de camping, cubiertos de campaña, etc.) se desarrollaron en muchos casos pensados específicamente para su traslado en automóviles – como los “acoplados de turismo” y casas rodantes de principios de los años cuarenta...*” (Piglia, 2018: 98).

A partir de 1912 se crearon en Australia, Canadá y Estados Unidos (Segura, 2019) diferentes tipos de vehículos recreativos motorizado. Estos vehículos o tráileres comenzaron a fabricarse con tecnología que lo transforman en confortables y con tendencia a autosuficientes en energía y servicios: *Pero son dependientes de servicios de provisión de agua y energía (en algunos casos) y descargas de aguas usadas... el equipamiento puede ser variado ej.: paneles solares, tanques aguas claras y servidas, generadores, etc.* (M. Pistorio, comunicación personal, 8 de mayo de 2024).

Los que optan por viajar haciendo esta práctica son personas solas o en grupos; pueden circular independientemente en las rutas o de forma organizada en caravana de casas rodantes. Este vínculo social les ha permitido integrarse en asociaciones de la sociedad civil “*...se apresta a fomentar el uso de las casas rodantes y acoplados, mediante organización de excursiones y campamentos y a fin de que los asociados puedan familiarizarse con los detalles de estos elementos...*” (ACA,1938). También, han creado organizaciones de rodanteros, donde construyen un lugar de pertenencia para encontrarse y socializar los temas de interés común. Estos realizan encuentros periódicamente, entre asociados, en sus sedes y planifican salidas a destinos de interés común:

Lo que une a estas personas es el caravanismo, la actividad del caravanismo. Exactamente, eso es lo que une a la gente. El espíritu de libertad, de naturaleza, de conocer lugares nuevos. (J. Pérez Ripoll y A. Turko, Comunicación personal, 8 de mayo de 2024).

En estas Asociaciones planifican viajes en caravanas de casa rodantes y/o Motor-home a lugares turísticos, en forma de comunidad, durante varios días, una o más veces en el año. Según Turner (2013:133), *sin grandes estructuras sociales que moldeen su comportamiento. En este estilo de vida buscan experiencias que escapen de las estructuras, como la vida minimalista, algunas de estilo Franciscano.*

La pertenencia al grupo social de *caravanistas, campistas*, constituye, en teoría social, el estatus de miembro de esta comunidad, diferenciada de la pertenencia territorial (Tönnies,1932 [c. 1887]), pero perteneciente a la comunidad sociocultural, en la perspectiva de Shils (1975), como grupos e individuos nómadas, amantes de la naturaleza, que aman la libertad y les gusta viajar. “*Viajo no para ir a ningún lado, sino para ir. Viajo con el propósito de viajar. La gran seducción es moverse*”. (Zen,2021). Son individuos que pertenecen a comunidades territoriales, a través de conexiones vecinales, donde residen y desarrollan relaciones sociales, económicas, de amistad y de parentesco, pero que también asumen identidades provisionales (Hall, 2006:13) convirtiéndose temporalmente en nómadas, como Camper Travel Lovers (CTL) -Amantes de los Viajes en Camper (Mundet et al, 2023). Tienen otras formas de comunicación,

mediante el uso de las redes sociales: intercambiando noticias, novedades e intereses en común de esta actividad. Esta herramienta es la más usada por el rodanero individual, comunicándose con sus pares solo por redes. Estar comunicados les permite conocer y recorrer destinos por otros usuarios de las redes.

Existe tres modalidades típicas de salidas de los turistas rodanero: el viaje en caravana de muchos VRs y tiene casi todo planificado; viajar en grupo pequeño se planifica parte del viaje y otra parte es libre y la salida con VR solitaria que se va construyendo el viaje en el recorrido sin planificación (M. Pistorio, comunicación personal, 8 de mayo de 2024). Para Mundet et. al. (2023:4) el caravanista o turista rodanero, se clasifica en dos categorías principales (basado en autores de Estados Unidos y de Europa):

1-Grey Nomads que lo conforman *“las personas de altos ingresos y poder adquisitivo para realizar vacaciones largas”* (Meyer,1994), y *“Jubilados o próximos a serlo, atraídos por tres grupos de actividades: naturaleza, comprar, comer y visitar atractivos patrimoniales”* (Prideaux y McClymont, 2006:45). Estos son, principalmente, *“jóvenes jubilados del boom de los abuelos que deciden finalmente vivir la vida que soñaron”* (Chassey, 2009). Este perfil turístico son los nómades de cabellos grises, que está integrado por personas mayores de 50 años, que utilizan las casas rodantes para viajar largas vacaciones, practicando turismo de naturaleza, compras, gastronomía y visitando atractivos históricos. En este grupo también se incluyen aquellos que acumulan ahorros para adquirir una casa rodante para, al momento de jubilarse, disfrutar de la libertad de viajar a donde quieran.

2-Vanlifers conformados por *“perfiles heterogéneos”* (Dorn,2015) *“los que viajan y deciden libremente dónde y cuándo trabajar, usan Autocaravanas y Furgonetas Camper”* (Forget, 2020) y *“tienen un uso más profesional de los vehículos modernizados”* (Monroe, 2017); *“Minimalismo hipermóvil y fuertes conexiones con el ámbito digital”* (Gretzel y Hardy, 2019).

Este grupo identificado vive y viaja en vehículos recreativos como un estilo de vida minimalista, en una nueva comprensión de la vida. Son peregrinos del siglo XXI, que viajan sin un destino concreto. A estos los integra un grupo llamado también *digitales nómades* que poseen habilidades y mucha intimidad con la tecnología digital de comunicación (redes sociales) y un alto equipamiento y uso de la internet. Pueden lograr comunicarse desde cualquier parte del mundo y unir el ocio con el trabajo, haciendo uso de la modalidad Home Office (trabajo en casa). Son básicamente el sector más joven de los turistas rodaneros que utilizan VR. Son los más conocidos, pero no conforman la mayoría de los turistas rodaneros, al recorrer muestran su viaje con filmaciones de su paseo y algunos solicitan donaciones por este servicio virtual que ofrecen en las redes (youtube, Instagram, Facebook, etc.). *“Todos ejercen el disfrutar del ocio, el esparcimiento y algunos lo optan como forma de vida”*. (Zhao, 2020).

La búsqueda de información primaria y secundaria nos permitió diseñar el siguiente objetivo de este trabajo que es analizar y caracterizar el perfil y las características e interés de los turistas rodaneros que realizan sus recorridos con vehículo recreativo por Argentina y Brasil.

MARCO TEÓRICO

Se han revisado trabajos del turismo rodanero y sus experiencias vivenciales en revistas (@revista_weekend), periódicos (Gaviña, 2023)- en papel y virtual o de estudio de mercado (Segura, 2019) y consultados antecedentes de autores Mundet et al. (2023, p.4) que elabora una clasificación en base a otros autores basado en estudios de Meyer (1994), Forget (2020), Monroe (2017) y Dorn (2015). Basándose en Dorn, 2015, p.28, Mundet et al. (2023, p.6), sostiene que el origen de las comunidades VanLifers radica en dos clásicos escritos por viajeros del siglo XX, que intercambiaron la vida tradicional del barrio de Queens en Nueva York. York, en 1947, en Estados Unidos, rechazando las normas sociales, para vivir vagando por las carreteras. Estos escritos son: el de Jack Kerouac, que escribió *The road*, publicada en 1957 y la novela de John Steinbeck, que se convirtió en epopeya publicada en 1962, *Viajes con Charley: In search of América*.

Asimismo, se revisaron los textos científicos sobre el perfil de los caravanistas por Piglia (2018) y Kaczan (2023). Esto permitió visualizar intereses y necesidades de la población contemporáneo que realiza el turismo con vehículo recreativo. También lo que afirma Buber (1961) en cuanto a comunidad *“...se caracteriza como una comunidad: un grupo social que no es una multitud, que no se trata de estar uno al lado del otro, sino unos con otros, avanzando hacia una meta, un fluir de una para otro. ¡La comunidad existe donde ocurre la comunidad!”*. Estas caracterizaciones, permiten conocer las realidades situacionales de un grupo humano en particular; además, ofrecen la posibilidad de comprender las dinámicas y configuración de una estructura colectiva. Lo social y/o hábitat en el cual un conjunto de

individuos interactúa entre sí, en el que se relacionan y comparten actividades, costumbres y creencias que les otorgan un sentido de identidad común (Gallo Restrepo, Meneses Copete y Minotta Valencia, 2014).

MATERIALES Y MÉTODOS

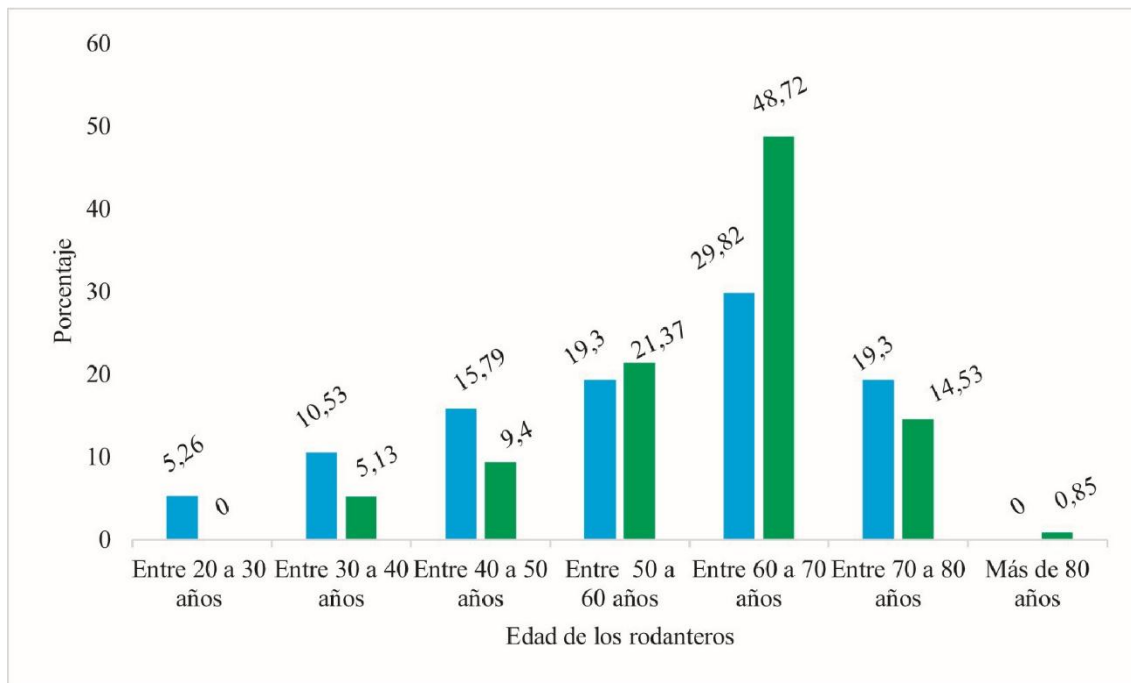
Para este estudio exploratorio se utilizó una metodología de estudio cuali-cuantitativo junto a una exhaustiva revisión bibliográfica de publicaciones, artículos de web, diarios y periódicos de procedencia primaria y secundaria. Se implementó una encuesta a un segmento de usuarios de vehículos recreativo en forma aleatoria y mediante una herramienta virtual. La misma es el sistema electrónico de Google Forms (Google Workspace) que crea un formulario-encuesta, que los consultados pueden completar mediante el uso de una computadora con explorador web o dispositivo móvil para completarlo. La misma se difundió durante los años 2023 y 2024 aplicándose a 176 personas, usuarias de esta práctica. 118 residentes en Brasil y 58 residentes en Argentina. Este Software brinda un análisis integrado y permite evaluar y/o exportar resultados que se pueden examinar en particular. Para la elaboración de las figuras se utilizó el programa Excel de Microsoft 365 como también se utilizó la herramienta virtual de <https://www.wordclouds.com/>. También, se realizaron entrevistas a informantes calificados líderes de asociaciones de rodaneros de Brasil y Argentina. Asimismo, se hicieron observaciones presenciales en eventos periódicos presenciales que realiza esta comunidad in situ.

RESULTADOS

Los individuos que componen una población poseen diversas características biológicas, económicas y culturales, tales como el sexo, la edad, la ocupación, el nivel educativo, etc., que los diferencian de otros y permiten agruparlos en categorías más o menos homogéneas. (Elizaga y Vidal, 1971).

En la Figura 1 vemos el resultado de las encuestas y en ellas podemos analizar el rango etario de las personas que realizan este tipo de turismo. Destacándose, en los dos países, que los rodaneros entre los 60 a 70 años son los que realizan mayoritariamente esta práctica. En Argentina la proporción de edades esta distribuida más equitativamente que en Brasil. (Figura 1). Siendo los rangos de menor participación de los de 20 a 40 años para Argentina. En la Figura 1 y para Brasil los rangos de 30 a 50 años. Se observa, en los dos países que a partir de los 50 años es la edad disparadora, es cuando se induce a que estos usuarios comienzan a optar por realizar este tipo de turismo.

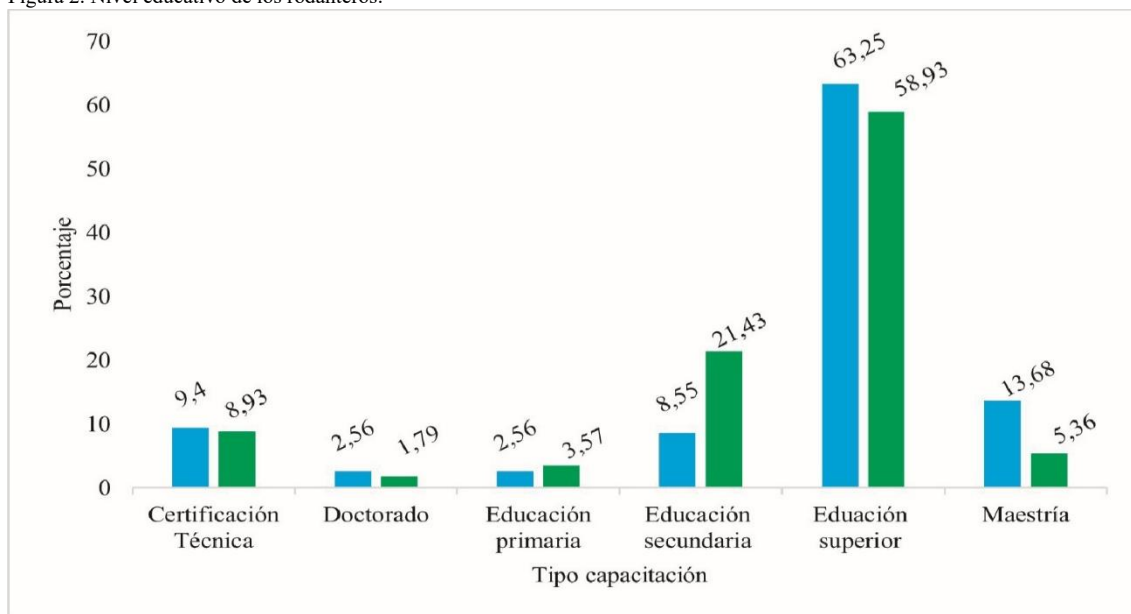
Figura 1. Rango de edad en Brasil y Argentina.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

Cuando observamos el nivel educativo de esta comunidad, se observa que quienes toman la iniciativa de realizar este tipo de turismo, son personas con formación de tercer nivel. Figura 2. Las personas con una formación superior y/o universitaria son las que lo realizan en mayor grado. Resultado que se observó en los dos países estudiados de forma significativa.

Figura 2. Nivel educativo de los rodaneros.

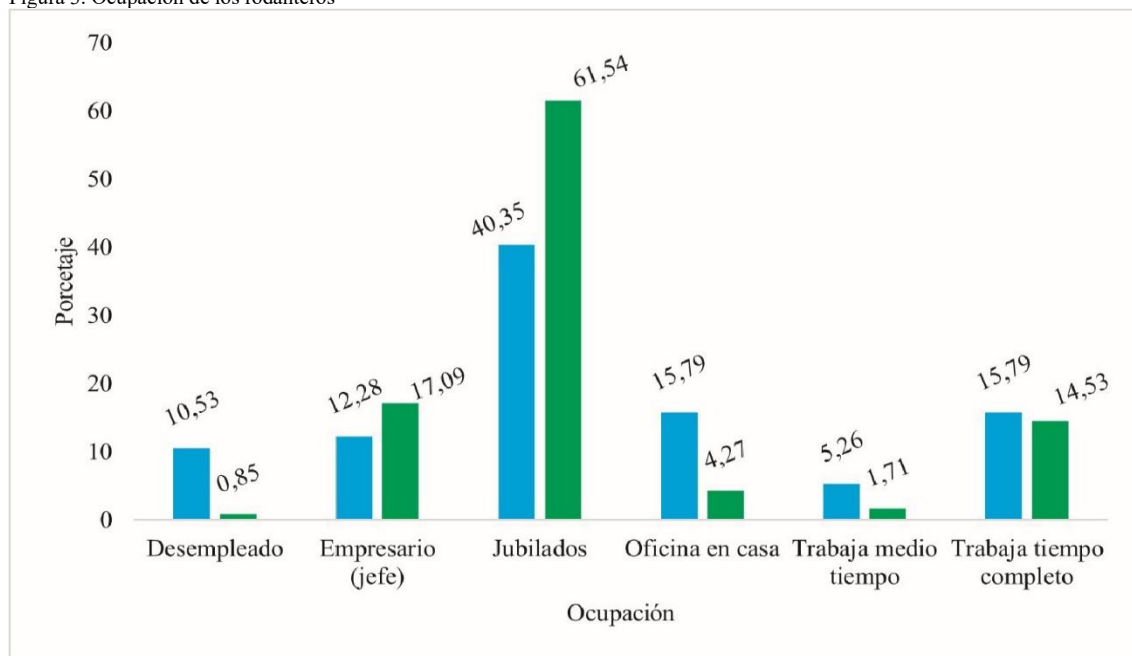


Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En la figura 3 se observa que las personas que optan por hacer este turismo pertenecen al sector de jubilados en Argentina y Brasil. Se observa que los demás estados -las otras ocupaciones de las personas-

se distribuyen en menor proporción relativa. Entre los dos países la distribución de participación es más homogénea en Argentina que en Brasil. Es decir, en la categoría *desempleado*, *trabajo en medio tiempo* y *oficina en casa* se diferencia a favor de Argentina. En este país son más personas las que lo realizan.

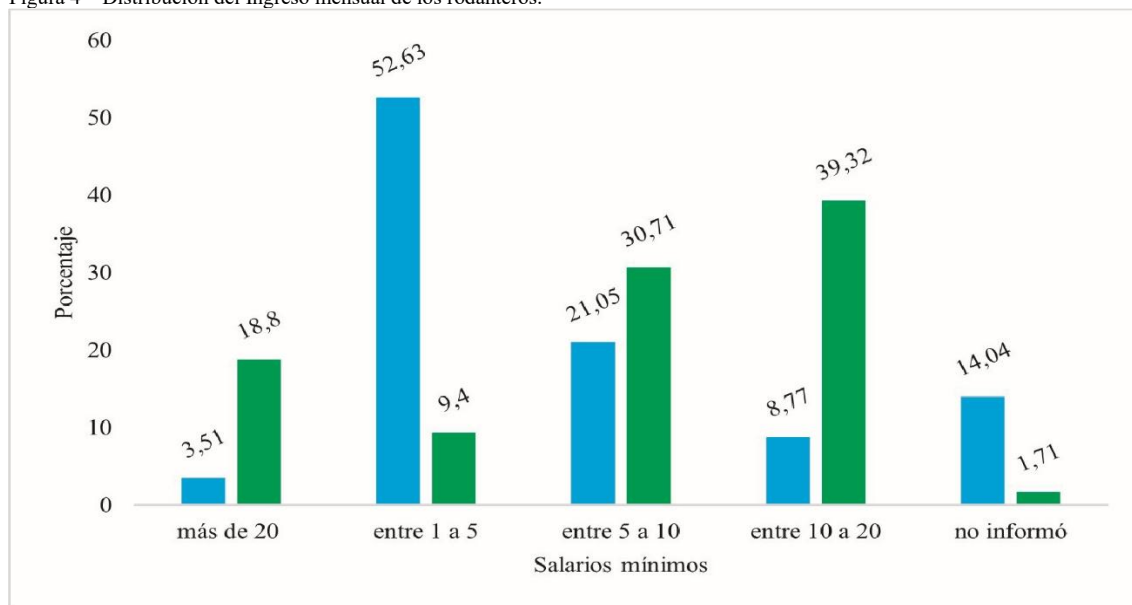
Figura 3. Ocupación de los rodaneros



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En la figura 4 se realiza una comparación con la medida Salarios Mínimos (SM) relacionándolo con los ingresos de las personas.

Figura 4 – Distribución del Ingreso mensual de los rodaneros.

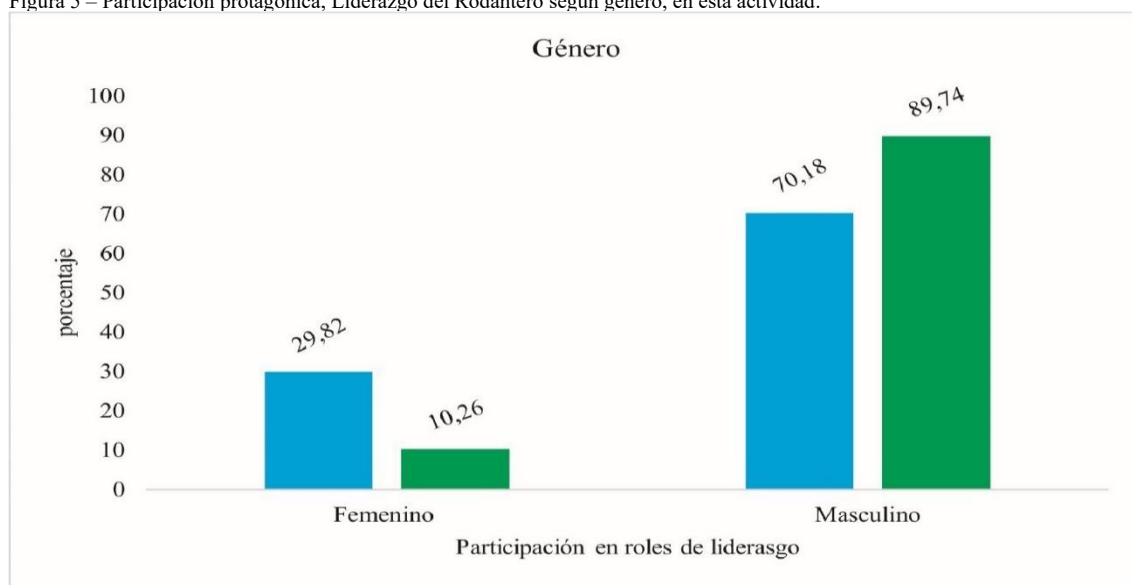


Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En los dos países se diferencian. En Argentina (u\$s 264 SM por mes/2024) se observa mayor práctica de este turismo entre los que están en el rango de 1 a 5 SM. (personas de menor ingreso). En Brasil (u\$s 274 SM por mes/2024) son los que se encuentran en el rango de 10 a 20 SM y le sigue en segundo lugar (en los dos países) los del rango de 5 a 10 SM. Encontrándose, solo en Brasil, las personas de mayor poder adquisitivo -de más de 20 SM- realizando este turismo. Es probable que las respuestas a esta tendencia necesiten incorporar otras variables, como la política económica de cada país para profundizar en este análisis. Los resultados observados en la figura 5, nos muestran que, en la participación por género, tiene un rol mayoritario el varón respecto de la mujer en esta práctica.

El protagonismo es en cuanto al liderazgo, conducción del vehículo y a la práctica de estas actividades tanto en Argentina como en Brasil. Observándose una respuesta diferencial en Argentina de mayor protagonismo relativo de la mujer comparado con Brasil.

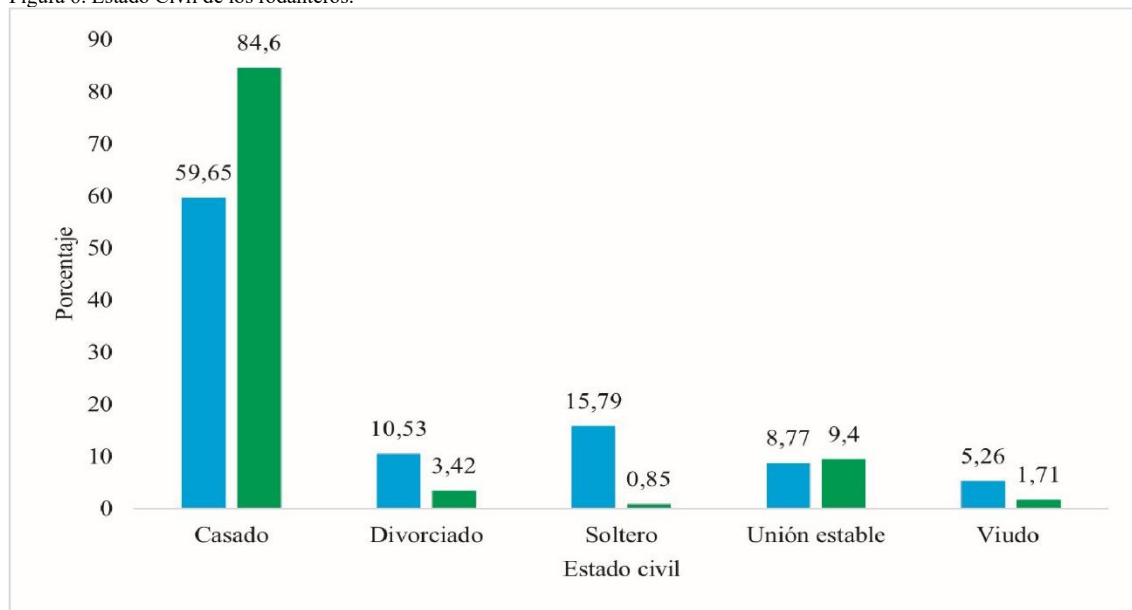
Figura 5 – Participación protagónica, Liderazgo del Rodantero según género, en esta actividad.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

Según la Figura 6, se expresa los estados civiles de los que realizan este tipo de turismo.

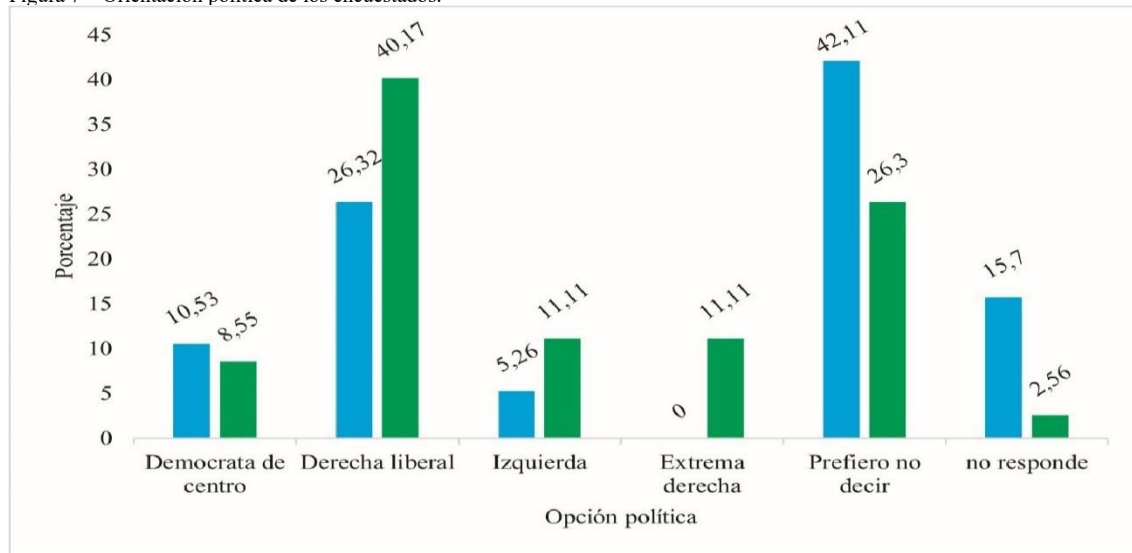
Figura 6. Estado Civil de los rodanteros.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En los dos países, es una actividad principalmente realizada por personas casadas y presenta más distribuidos los diferentes estados civiles en Argentina (soltero, divorciado y viudo) que, en Brasil, donde no está tan distribuida la proporción de participación y se destaca en Brasil la unión estable. La opción política que manifiestan los encuestados que realizan este turismo es distribuida proporcionalmente en las opciones consultadas. (Figura 7). En el caso Argentina, la mayoría *Prefiere no decirlo* y en segundo lugar optan por *Derecha liberal*. En Brasil es a la inversa. Asimismo, en Argentina está en segundo término. Continuando otras opciones en menor grado en los dos países.

Figura 7 – Orientación política de los encuestados.

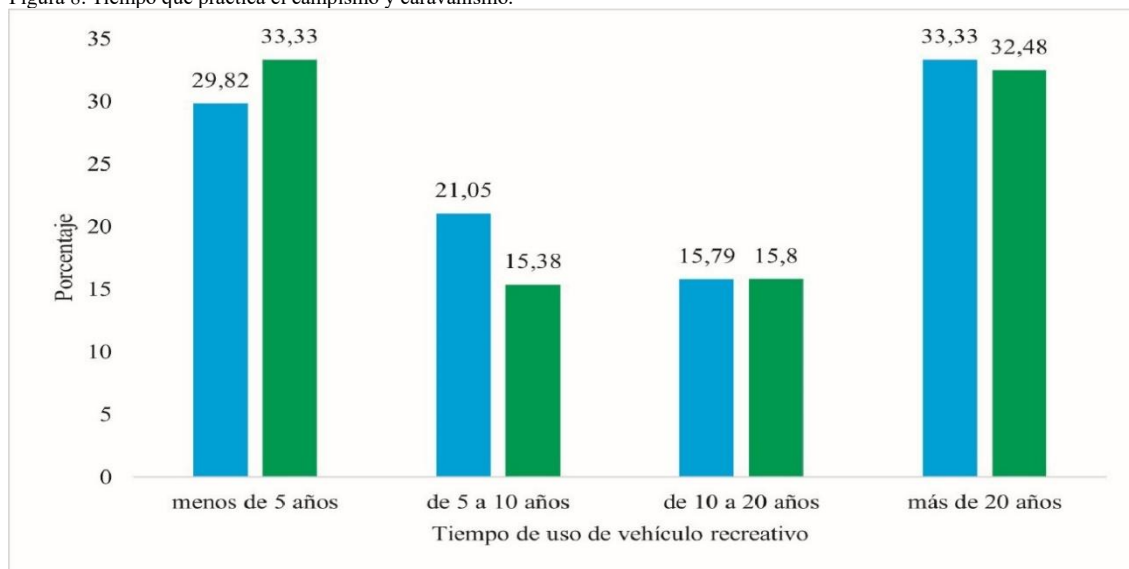


Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En cuanto a la antigüedad en que realizan esta práctica se observa que son de más de 20 años. En los dos países, las dos franjas que se destacan son: menos de 5 años y más de 20 años, la cantidad de personas que comenzaron esta práctica. Podemos inducir en base a lo expresado en la figura 8, que hubo

dos momentos importantes de impulso de esta actividad en esos dos rangos. En los intermedios de 5 a 10 años y de 10 a 20 años hay un crecimiento, pero no tan destacado. Es importante sumar mayor cantidad de variables inherentes a cada país para entender este tipo de respuesta en el tiempo.

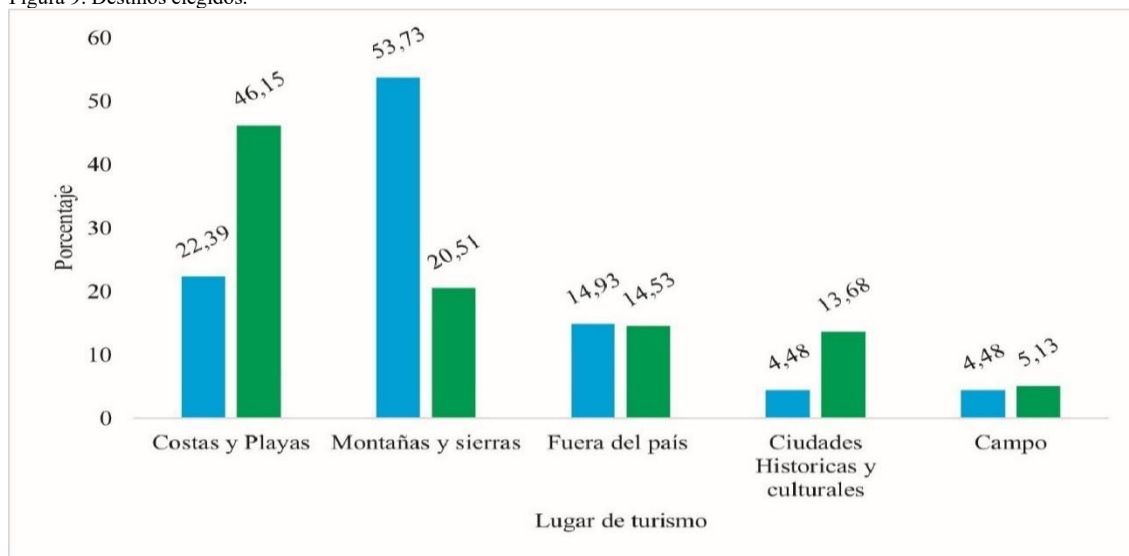
Figura 8. Tiempo que practica el campismo y caravanismo.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

Con relación a los tipos de destinos preferenciales que buscan visitar y conocer estos viajeros. En la Figura 9, se ve a los argentinos que eligen, en primer lugar: las Montañas y las sierras y en segundo: la Costa y la playa. Mientras que la elección de los brasileros es también la Costa y la Playa, con mayor preferencia en ciudades históricas que los argentinos. Sobre salir del país hay una búsqueda muy igual entre los dos países, para conocer y recorrer. Asimismo, los argentinos tienen poco menos interés de recorrer Ciudades Históricas-Culturales y el Campo (áreas rurales). En Brasil, existe más interés de conocer Ciudades Históricas, pero poco interés en el Campo.

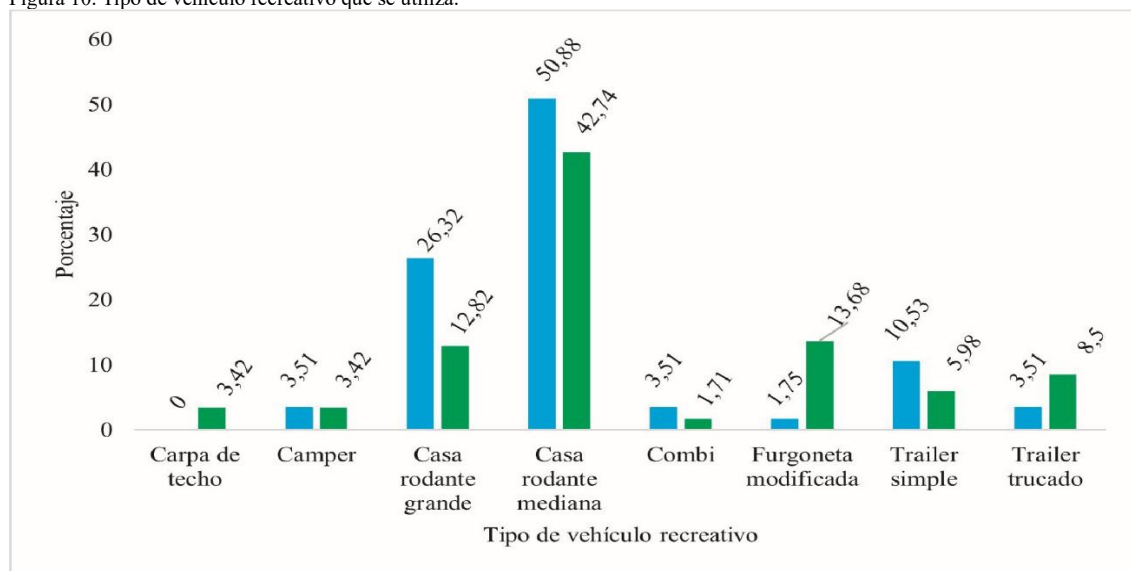
Figura 9. Destinos elegidos.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En los dos países se usa la Casa rodante mediana o Motor-home mediano (*ranchomóvil médio o mediano*) en mayor proporción. Siguiéndole en su uso la Casa rodante grande o Motor home grande (*ranchomóvil grande o Chasis de autobús*). (Figura 10). En el caso del remolque o tráiler de tiro simple (*reboque*) se utiliza en la misma proporción relativa (a la cantidad de encuestados). Asimismo, no siendo tan usadas las Campervan o casas móviles (*Casa montada en la carrocería de la camioneta*) y/o las Combis (*Kombi/Camper*).

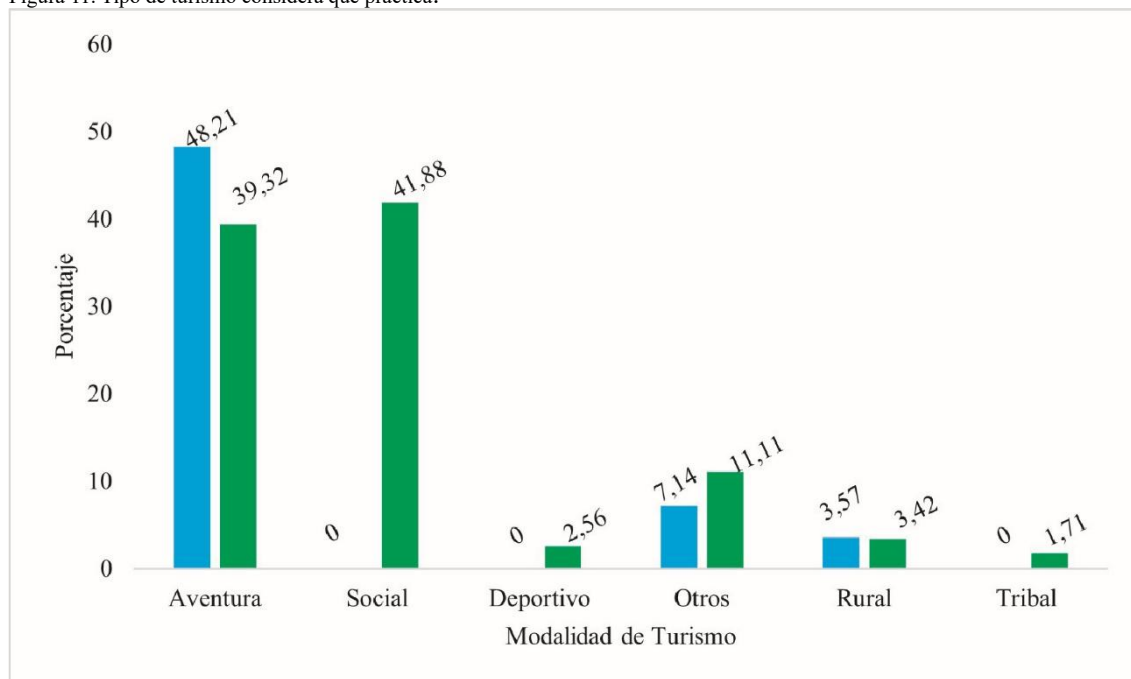
Figura 10. Tipo de vehículo recreativo que se utiliza.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)
 Fuente: Elaboración de los autores (2025)

En Brasil se utiliza la Furgoneta modificada (*Van modificada*) pero en Argentina es de menor uso. Y la Carpa de techo (*Barraca de teto*) está más difundida en Brasil que en Argentina. Asimismo, el Camión Off Road o *Todo terreno* no está difundido en Argentina. Pero si, mayormente, el Remolque trucado. Con relación a las percepciones, se consultó al tipo de turismo que sienten practicar o están integrados. En los dos países, respondieron que se identifican con el *Turismo Aventura y Social*. (Figura 11) Pocos marcaron *Rural* u *Otro* -tipo de turismo no especificado-. En Brasil algunos se identifican con dos tipos de turismo más, a diferencia de Argentina: *Tribal* y *Deportivo*

Figura 11. Tipo de turismo considera que práctica.



Referencia: 1er barra: Argentina (Azul) – 2da barra: Brasil (Verde)

Fuente: Elaboración de los autores (2025)

¿Qué diferencia tiene con otra experiencia de turismo?

En las siguientes frases podemos ver el espíritu con el que realizan esta práctica Turística. Expresando los beneficios y placeres que les produce hacer el Turismo rodanero.

Los entrevistados expresaron:

-Poder elegir el lugar donde dormir, llevar tu casa y cosas a todos lados, no tener que volver a una ciudad a dormir a un hotel y poder pasar varios días en un lugar hermoso.

-Es una aventura constante, desde el aprender en el medio de la nada a reparar algo que se haya roto, hasta aprender a pescar, cazar, etc., es una experiencia única que todos deberían vivir, para así también, valorar todo desde lo más mínimo.

-La libertad de elegir: cuando, donde, cuanto tiempo y disfrutar de la naturaleza en estado salvaje...

-Es una manera más económica y de carácter aventurero, que es lo que más me interesa. También porque permite dormir en lugares sumamente agrestes y alejados de todo.

-En mi experiencia vivir en Motor-home me permitió conocer diferentes culturas de una forma más transparente.

-...la gente de los pueblos mostró curiosidad por la forma de vida en Motorhome y se acercaron para conversar y compartir.

-Considero que fue más enriquecedor visitar lugares con un Motor-home que en hoteles. -En Motor-home se logra un contacto más cálido con los lugareños que se muestran despojados de intereses económicos.

-En Motor-home se logra un mejor manejo de los tiempos, más flexibles y adaptados a las necesidades del momento. Sin condicionamientos previos por las excursiones.

-En Motor-home hay menos confort (los hospedajes son más cómodos que el Motor-home) A veces es difícil el acceso a la internet y al agua potable. En argentina YPF es nuestra mayor fuente de agua y WIFI.

-Puedo estar mucho más cerca del epicentro turístico, dormir al lado de playas, Montañas, lagos a diferencia de hoteles o alquileres. Viajar con mi casa no tiene precio.

Según Kaczan (2023:144). “Saciar la necesidad de vida libre en plena naturaleza, una existencia nómada que permitía gozar de aventuras y la libertad de vivir en los mismos sitios que se disfrutaban, una salida radical del claustro de la ciudad, alejados de la agitada modernidad”.

En la Figura 12, seleccionamos los principales términos con el uso de la herramienta Wordclouds.com, generador de nubes de palabras. Basados en la pregunta: ¿por qué realiza esta actividad en su vida? Se obtuvieron los siguientes resultados de palabras principales: *Gusto*, *Naturaleza*, *Conocer y Libre* (de mayor repetición). También: *Pasión*, *Disfrutar* y *Placer* (de menor repetición). Por último: *Vida*, *Libertad*, *Feliz*, *Amo*, *Aventura*, *Soledad* entre otras.

Figura 12. Nube de palabras que representan a los Turistas rodaneros.



Fuente: Elaboración de los autores (2025)

DISCUSIÓN

Algunas de las dificultades que se presentan para realizar el turismo rodanero están en marcada en la falta de reglamentaciones a lo largo de los territorios y la infraestructura disponible para realizar esta práctica:

a) Sobre la reglamentación:

Actualmente, se realiza esta práctica en los dos países, pero aún no hay una legislación específica que normatice este tipo de turismo en distintos estamentos gubernamentales nacionales e internacionales. Existen legislaciones parciales y fraccionadas, como por ejemplo en Argentina sobre el estacionamiento en la Ley nacional de tránsito: “*No se debe estacionar ni autorizarse a ningún ómnibus, microbús, casa rodante, camión, acoplado, semiacoplado o maquinaria especial, excepto en los lugares que habilite a tal fin mediante la señalización pertinente*”. (Ley Nac. N° 24.449, 1994). También en algunos Municipios de la provincia de Buenos Aires, por ejemplo, en el departamento de Tres Arroyos, tienen normas que limitan realizar actividades cotidianas de este turismo: “*Artículo 6°: Prohíbese el estacionamiento y acampe en el camino costero del Balneario Claromecó y Balneario Dunamar, en toda su extensión, de camiones, colectivos, ómnibus, micro ómnibus, tractores y similares, casillas y en general, vehículos cuya longitud exceda los seis (6) metros y/o tenga más de dos ejes.*” (Ordenanza de HCD de Tres Arroyos, Pcia. de Buenos Aires N° 6867/16). En estas y otras reglamentaciones se presentan limitaciones para poder realizar esta práctica en sitios específicos.

b) Sobre infraestructura

Estos turistas son usuarios de camping, pero la totalidad de los campings de muchas regiones y lugares habilitados no poseen áreas específicas para casas rodante o Motor-home. Un ejemplo en Argentina es la tradicional Asociación Automóvil Club Argentino de cobertura nacional, informa en su sitio web que posee 15 Centros Recreativos y Campamentos en 6 provincias de Argentina y solo (2) dos: en San Martín de los Andes (Neuquén) y en Timbúes (Santa Fe) admiten en su establecimiento servicio de aparcamiento para Casas rodantes/Motor-home. (ACA, 2024). Otro ejemplo, es en la provincia de Catamarca, en el Municipio de Tinogasta, publicita su página web, que hay 13 camping para Turistas. Solo 2 de ellos, admiten lugares para Casas rodantes/Motor home que son: la Belincha y los Olivos.

Los turistas, mediante comunicaciones *de boca en boca* o uso de redes sociales (Facebook), salvan estas dificultades que se presentan. Informándose que existen otros lugares alternativos y solidarios donde pueden satisfacer sus necesidades de servicios. Estas son las playas de algunas estaciones de servicios y otros lugares permitidos por municipios o privados. Permitiéndoles a estos turistas: descansar, proveerse de energía y/o evacuar las aguas grises y negras. La falta de infraestructura, a lo largo de los caminos, para cubrir las necesidades básicas de este Turismo hace difícil transitar por muchos lugares no reglamentados para uso de VR. También existe un rechazo social por desconocimiento e ignorancia de las reglas locales. Según directivos de la Asociación Rancho Móvil Buenos Aires *...estoy hablando de los argentinos que te descargan en la calle donde están. Muchos casos son negligencias del mismo turista... ...te abren la descarga y no tienen criterio, también es cierto que Argentina no está tan preparada para tener lugares para hacer descargas... ...pero en la ruta donde no hay nadie, te tiras a la banquina y ahí descargas y no molestas absolutamente nada. Era un campo abierto.* (J. Pérez Ripoll y A. Turko, Comunicación personal, 8 de mayo de 2024).

RESULTADOS

Estos turistas, que realizan sus paseos y viajes de ocio y esparcimiento en Vehículos Recreativos, practican estas actividades, preferencialmente en grupo. Prevalece que viajan preferentemente dos integrantes, son familiares y el estado civil, en su mayoría, casados. Lo realizan personas adultas cercanas a los 60 años (promedios) y mayores también, en su etapa de jubilación de la vida del trabajo. Tienen una educación superior, de tercer nivel, en la mayoría de los casos y sus ingresos son variables, destacándose los ingresos mensuales medios y altos, variando según la economía del país investigado.

El varón es el que lidera el rol principal en esta actividad. La mujer tiene menor participación directa. En cuanto a la orientación política que optan, prevalece las ideas liberales de derecha. Los tiempos en que realizan los viajes pueden variar, van de menos de una semana a más de cuatro semanas, en menor grado meses y/o años.

Para estos turistas, las preferencias e intereses son por los paseos y destinos. Eligen paisajes de Montañas y sierras, zona de Costa litoral y de playas. Tienen conciencia de estar asociados en organizaciones y redes sociales establecidas. En ellas se vinculan, comunican y realizan actividades como: encuentros periódicos en sus sedes, o en otros lugares planificados. También practican salidas en caravanas de casas rodantes, a destinos distantes, programados al menos una vez en el año. Los turistas suelen estar comunicados por celular y/o uso de internet. Los vehículos recreativo más utilizado son la Casa rodante o Motor-home mediano y el Motor-home grande.

Este turismo tuvo una adhesión en dos periodos de tiempo importante: los que comenzaron hace más de 20 años y los que optaron hace menos de 5 años. Mundet et al (2023) afirma que, *“tras la pandemia del Covid 19, se formó un nuevo perfil de usuario de autocaravanas, al que denomina Camper Travel Lover, formado por personas con un poder adquisitivo superior al común. Turistas de nivel educativo alto, edad media, un 52% que adquirió su autocaravana en los últimos cinco años”*. Según la investigación de los autores, en Brasil, el 33,1% compró su vehículo en los últimos 5 años y según la encuesta Amatucci (2020) el 44% muestra también, un posible crecimiento del mercado en la última época. Esto nos induce a la conjetura de que el crecimiento de este tipo de turismo pudo haber sido provocado por los motivos de la epidemia de COVID 19. De esta forma está apareciendo un nuevo perfil de usuario que será relevante en el mercado turístico y que debe tenerse en cuenta a la hora de planificar los destinos.

Finalmente, los rodaneros se definen como viajeros que realizan turismo de aventura y/o social mayormente y las palabras que expresan esta práctica son: Gusto, libertad, Naturaleza y Conocer. Es decir, les gusta realizar esta actividad, quieren estar en contacto con la naturaleza y conocer nuevas realidades y lugares. Nombraron otras palabras que los representan como: Disfrutar, Libertad, Pasión y Placer.

CONCLUSIONES

Viajar para esta comunidad se ha convertido en una forma de reconexión con la existencia, un escape, buscando conectarse con la naturaleza, los sonidos, los ríos, los mares y las montañas, permitiendo alejarse de priorizar lo urbano, los espacios de vida y vivienda cada vez más pequeños y de la vida controlada y cronometrada.

El Caravanning es el acto de utilizar vehículos recreativos con fines turísticos. Este tipo de turismo rodante se está consolidando en todo el mundo y está creciendo; especialmente después de la pandemia de Covid 19. Esto ha producido que un segmento nuevo de Turistas comenzara a utilizar vehículos recreativos para disfrutar del tiempo libre con sus familias y mascotas, una práctica que era exclusiva de las personas de cabello gris o jubilados. El uso de tecnologías ayudó a modernizar esta práctica, otorgando al vehículo autonomía energética, comunicación electrónica, convertidores de potencia y la aplicación de *deslizantes* (mecanismo que permite ampliar el espacio interno de las Casas rodantes o Motor home cuando el equipo está estacionado) entre otras innovaciones.

Este Turismo rodanero es la tercera etapa en el proceso de evolución del camping. Este comenzó con una tienda o carpa de campaña para convertirse en la motorización de una casa, en un espacio-tiempo de poco más de 70 años. Un turismo que se realiza en pequeños grupos, cuyas características son que el medio de transporte y el alojamiento se encuentran en el mismo espacio.

Una de las dificultades es la reglamentación de esta práctica y la normalización de los ámbitos gubernamentales para poder desarrollar este turismo de forma inclusiva y también, la falta de servicios e infraestructura que necesita este turismo.

Esta comunidad elige viajar dentro de su país, y en menor medida, en el extranjero. Al mismo tiempo tiene un espíritu de viajar en búsqueda de valores de Libertad, de estar en contacto con la naturaleza, de conocer lugares y personas que comparten el mismo espíritu caravanero. Una de las limitaciones de este estudio es, sin duda, la falta de datos y publicaciones en Brasil y Argentina sobre este segmento turístico, lo que limita el seguimiento de la actividad y su expresión en el turismo en su conjunto, lo que justifica la continuidad de la investigación.

REFERENCIAS

- ACA (1938) Automóvil Club Argentino. **Las casas rodantes se difunden rápidamente**. Rev. del Automóvil Club Argentino N° 221. Mayo.
- ACA (2024) Automóvil Club Argentino. **Sección Centros recreativos y campamentos**. Web. Disponible en: <https://www.aca.tur.ar/promociones/centrosrecreativos/index.php> (28-06-2024).
- AMATUCCI, R. (2020) **Pesquisa de Caravanismo no Brasil..** (PDF)
- BUBER, M. (1961) **Between man and man.**, Ed.Fontana Library, (trad.de R.Q.Smith) 211 pag. Londres. Disponible en: https://books.google.com.ar/books/about/Between_Man_and_Man.html?id=XS7b0AEACAAJ&redir_esc=y (26-08-2024)
- CHASSEY de, C.(2009) **L'itinérance comme mode de vacances. Les atouts du camping-car. Cahiers Espace**, 100(Mars), 113–118. 2009. Disponible en: <https://www.tourismespaces.com/doc/7428.l-itinerance-comme-mode-vacances-atouts-camping-car.html> (26-08-2024)
- DODIER, R. (2018) **Habiter comme un camping-cariste : de l'art d'être mobile et de stationner au quotidien**, Mondes du Tourisme [En ligne], 14 | mis en ligne le 30 juin. 2024 URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/1579> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.1579> (05-9-24)

DORN, J. (2015) **On the road with the vanLife community: The art of storytelling in the age of Instagram**. [Theses]. European Caravan Federation. Disponible en: https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2240&context=cmc_theses (2806-2024)

ELIZAGA J. y VIDAL J. (1971) **Composición de las Poblaciones**, Centro Latinoamericano de Demografía, Serie B, N ° 33, Santiago, Chile. Disponible: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/7d496fe5-ad8f-4d56-a4a775127d27bb6b/content> (26-08-2024)

FORGET, C. (2020). **'Time to Hit the Road'**: Understanding Living on the Road through Shifts in Thinking about Time. In V. Amit & N. B. Salazar (Eds.), *Pacing Mobilities: Timing, Intensity, Tempo and Duration of Human Movements* (1st ed., Vol. 8, pp. 79–99). Berghahn Books. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1tbhqkg.7> (28-08-2024).

GALLO Restrepo, et.al. (2020) **Caracterización poblacional vista desde la perspectiva del desarrollo humano y el enfoque diferencial**. *Investigación y Desarrollo*, 22 (2), 360401.2014. Recuperado el 20 de agosto de 2024 de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-32612014000200009&lng=en&tlng=es. (28-08-2024).

GAVIÑA, G. (2023) **Un roadtrip de 2700 kilómetros con la libertad de elegir el rumbo cada mañana por bosques, lagos, montañas y pueblos desconocidos**. La nación Sección Salud. 2023. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/salud/15-dias-en-motor-home-con-la-familia-a-bordo-incluido-un-bebe-nid18112023/> (28-08-2024).

GRETZEL, U., & HARDY, A. (2019). #VanLife: Materiality, Makeovers and Mobility amongst Digital Nomads. *E-Review of Tourism Research*, 16(2/3). Disponible en: <https://journals.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/325> Consultado (28-8-2024)

HALL. S. (2006) **A identidade cultural na pós-modernidade**, 11 Ed. Tradução de Thomás Tadeu da Silva, Rio de Janeiro. Disponible en: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4643126/mod_resource/content/4/2.1.%20HALL%2C%20S.%20Identidade%20Cultural%20na%20P%C3%B3s%20Modernidade_Cap%201%20e%202.pdf (26-08-2024)

KACZAN, G. (2023) **Placeres de la vida errante. Primeras experiencias de turismo en autocamping, Argentina hacia 1920-1950**. *Historiela. rev. hist. reg. local [online]*. vol.15, n.32, pp.132-174. 2023. Epub Dec 16, 2022. ISSN 2145-132X. <https://doi.org/10.15446/historiela.v15n32.101303>. (28-06-2024)

KEROUAC J. (1957). Cuadernos de tapa blanda Flexi. 176 p. Disponible en: <https://www.paperblanks.com/es/product/flexis/on-the-road/fb7280-5>

LEY NACIONAL 24449 (1994). **Ley de Tránsito-Art n° 49**. Estacionamiento (b) 8. 1994. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24449-818/texto> (28-08-2024).

MEYER, F. (1994) **L'irrésistible ascension des camping-cars**. *Espaces tourisme & loisirs in Espaces*, 36, 31–34. Disponible en: <https://www.tourisme-espaces.com/doc/2656.lirresistible-ascension-camping-cars.html> (28-06-24)

MONROE, R. (2017) **#Vanlife, the Bohemian social-media movement**. *The New Yorker*. Published in the print edition of 24 April. <https://www.newyorker.com/magazine/2017/04/24/vanlife-the-bohemian-social-media-movement> <https://www.newyorker.com/magazine/2017/04/24/vanlife-the-bohemian-social-mediainmovement> (28-06-2024)

MUNDET, L., GRIJALVO, M., & MARIN, J. (2023). **Are Camper Travel Lovers the New Wave of Tourism? A Growing Trend for Destinations.** *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1–22.2023. <https://doi.org/10.1080/15256480.2023.2175290> (2008-2024)

MUNICIPIO DE TINOGASTA (2024) **Campings.** <https://tinogasta.tur.ar/campings.html> (2608-2024)
Ordenanza. N° 6867 del 5 de mayo de 2016 Honorable Consejo deliberante del Departamento de Tres Arroyos. Pcia de Buenos Aires. Artículo 6°: Prohíbese el estacionamiento y acampe en el camino costero del Balneario Claromecó y Dunamar, Disponible en:
https://hcd.tresarroyos.gov.ar/digesto/ordenanza/modificase-el-articulo-6ode-la-ordenanza-no-5590-06?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2YVKE7KL7Xl_CF4wR7F2nrWxqP8XXkvelZYjpGq0lIEv5NCLFLXc9L0k_aem_jNm1jhOVr_gz4qgV_3wrw (28-06-2024).

PIGLIA M. (2018) **Turismo en automóvil en Argentina (1920-1950)** Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP) v. 30 n. 2. Mar del Plata Buenos Aires Argentina.2018. Disponible <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/142085> (19-07-24).

PRIDEAUX, B y MCCLYMONT, H. (2006) **The changing profile of caravanners in Australia.** *International Journal of Tourism Research* 8 (1) 45–58. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/jtr.546> (19-8-2024)

SEGURA J. (2019) Plan de Negocios: “FreeSpirit”. (Tesis) Universidad de San Andrés. Victoria, Buenos Aires. Disponible en: <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16862/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Adm.%20Segura,%20Josefina.pdf> (19-7-2024).

SHILS, E. (1975). **Center and Periphery: Essays in macrosociology.** Chicago:university of Chigago press. Res. L.Rodriguez medina Univ. De las Americas Puebla. University of Cambridge. Disponible en: https://www.crolar.org/index.php/crolar/article/view/143/html_83 (20-08-2024)

STEINBECK, J. (1962) Viajes con Charley: In search of América.
 de John Steinbeck, que se convirtió en epopeya publicada en 1962, *Viajes con Charley: In search of América.*

TÖNNIES, F. (1932 [c. 1887]) *Gemeinschaft und Gesellschaft.* Grundbegriffe derreinen Soziologie, Darmstadt, Alemania, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

TURNER, V. (2013) **O Processo ritual.** Vozes, Petrópolis, Río Janeiro.2013 Disponible en: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1861105/mod_resource/content/1/Turner_Victor_O_processo_ritual_Estrutura_e_antriestrutura.pdf (20-08-2024)
 Weekend Revista (@weekend_revista) (s.f.). **¿Casa rodante, Camper o Motor-home?** Instagram Disponible: https://www.instagram.com/revista_weekend/reel/C51jFTNO9jP/ . (19-7-24).

ZEN, M. (2021) **Vanlife: conheça a nova tendência em viagens.** Ver. Virtual Omunicipio.2021 Disponible en (<https://omunicipio.com.br/magali-zen-vanlife-conheca-nova-tendencia-emviagens/>) (26-08-24)

ZHAO, C. (2020) (director) **Nomadland** (Tierra nómada) película duración 108 min. Highwayman Films, Cor Cordium Productions, Hear/Say Productions. Estados Unidos.2020. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ggGbsPmqaUw> (19-07-24).

Entrevistados

J. Pérez RIPOLL y A. TURKO. Presidente y secretario de la Asociación Rancho móvil de Ciudad de Buenos Aires. 8 de mayo de 2024.

RAEI

M. PISTORIO. Conductor del programa Autocamping TV. Ciudad de Buenos Aires (@youtube). 8 de mayo de 2024.

Submetido em: 06/2025

Aprovado em: 03/2026