



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA**  
**DEPARTAMENTO DE TURISMO**



**Marlon Samir de Souza Scarabelli Lima**

**NÔMADES DIGITAIS, POLÍTICAS PÚBLICAS E A  
PROMOÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS**

**OURO PRETO**  
**2025**

**Marlon Samir de Souza Scarabelli Lima**

**NÔMADES DIGITAIS, POLÍTICAS PÚBLICAS E A  
PROMOÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da  
Universidade Federal de Ouro Preto como requisito  
parcial para a obtenção do título de Bacharel em  
Turismo.

**Orientador:** Prof. Dr. Bruno Martins Augusto Gomes

**OURO PRETO  
2025**

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L732n Lima, Marlon Samir De Souza Scarabelli.

Nômades digitais, políticas públicas e a promoção de destinos turísticos. [manuscrito] / Marlon Samir De Souza Scarabelli Lima. - 2025. 67 f.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Martins Augusto Gomes.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .  
Área de Concentração: Turismo.

1. Turismo. 2. Nômades -Usuários da internet. 3. Políticas públicas. 4. Viagens - Destinos Turísticos. I. Gomes, Bruno Martins Augusto. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338

Bibliotecário(a) Responsável: Angela Maria Raimundo - SIAPE: 1.644.803



## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Marlon Samir de Souza Scarabelli Lima**

### NÔMADES DIGITAIS, POLÍTICAS PÚBLICAS E A PROMOÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Aprovada em 17 de dezembro de 2025.

#### Membros da banca

Professor Doutor Bruno Martins Augusto Gomes - Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Professora Doutora Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta - Avaliadora (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Professora Doutora Thays Regina Rodrigues Pinho - Avaliadora (Universidade Federal do Maranhão / Universidade Federal de Ouro Preto)

Professor Doutor Bruno Martins Augusto Gomes, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 27/12/2025.



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Martins Augusto Gomes, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 27/12/2025, às 09:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1036884** e o código CRC **3B886074**.

Dedico este trabalho ao Marlon sonhador, que mesmo com os trancos e barrancos continuou seguindo com a cabeça levantada.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus e aos meus pais, família e amigos, início agradecendo, pois sem vocês nada disso estaria acontecendo! Mãe, minha véia, obrigada por ser tão orgulhosa de mim, por me fazer um filho livre e corajoso, assim como espalhar para todo canto o que seu filho já conquistou. Pai, obrigado por todo apoio e conselhos. Tia Rosinha, minha segunda mãe, obrigado por toda força e carinho.

A UFOP pelo ensino gratuito e de qualidade e aos professores do DETUR por todos os ensinamentos, em especial ao meu orientador Bruno, que já em suas primeiras aulas ministradas tive o prazer de convidá-lo para ser meu orientador. Obrigado pelo suporte, conselhos e principalmente por ser um grande profissional.

Agradeço ao Centro Acadêmico do curso de Turismo. Ao Parque Natural Municipal das Andorinhas pela oportunidade de estagiar no lugar com a natureza mais linda de Ouro Preto. Ao Centro de convenções da UFOP pelo curto tempo, mas de grande aprendizado. Assim como a F&A Consultoria e aos vários freelas pela cidade. Como também ao Hotel Vila Relicário e equipe pelos meses juntos.

Em especial a Universidade Fernando Pessoa em Porto, que brevemente me forneceu um ensino de qualidade. Assim como aos amigos que fiz na cidade mais linda de Portugal!

Para o meu quarteto inseparável, amigas de turma, viagens e trabalhos: Ju, que até mesmo na Europa arranjamos uma forma de nos encontrar. Manu, que desde quando nos conhecemos, não nos soltamos mais. Mari por ser a mãe e o coração do grupo. Ao 21.1: Andressas, Carol, Conká, Malu, Mari F. e Maria Villa. Aos turismigos: Chugar, Capcut, Falamansa, Google, Jess, Lud, Patolyno e Tina.

Por fim a mais importante: Mataburro! Minha casa, o meu canto de paz, loucuradas e principalmente de companheirismo. Aos ex-alunos, em especial meus mentores Carcs e Hentai. Aos relinxos Vaks, Toba, Minhoca, Rosetinha, Yesser e Dedada, obrigado pelos variados rocks, sociais, almoços, zueras, conselhos e apoio, é daqui para a vida! Quem bate?

*"Hoje eu queria muito agradecer a mim.  
Porque eu nunca desisti, então eu queria  
muito agradecer a mim hoje".  
Anitta*

## RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo compreender como o nomadismo digital se relaciona com as políticas públicas em destinos turísticos com um enfoque na promoção. Para tanto buscou: identificar estudos e conceitos relacionados ao nomadismo digital e destinos turísticos; caracterizar as políticas públicas no Brasil e em outros países voltadas para os nômades digitais com enfoque no turismo e; propor diretrizes para o desenvolvimento do nomadismo digital em destinos turísticos. Para atingir tais objetivos, foi realizada uma pesquisa qualitativa utilizando procedimentos metodológicos que incluíram a definição das categorias de análise, a coleta de documentos, a sistematização do material reunido e a condução de uma análise de conteúdo dos mesmos. Os casos abordados nos resultados foram políticas públicas e a promoção do nomadismo digital em destinos turísticos nacionais e internacionais. Os resultados destacam a relevância de políticas públicas e iniciativas locais que valorizem o potencial econômico e sociocultural desse público, estimulando a oferta de infraestrutura adequada, incentivos à inovação e formas de integração com a comunidade dos destinos que os recebem. Portanto, conclui-se que analisar o nomadismo digital a partir da perspectiva do turismo é essencial para que os destinos se ajustem às novas dinâmicas de mobilidade global e se posicionem de forma estratégica, sustentável e competitiva frente às atuais tendências do trabalho e da atividade turística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo; Nômades digitais; Políticas públicas; Promoção de Destinos Turísticos.

## **ABSTRACT**

The present work aimed to understand how digital nomadism relates to public policies in tourist destinations with a focus on promotion. To this end, it sought to: identify studies and concepts related to digital nomadism and tourist destinations; characterize public policies in Brazil and other countries aimed at digital nomads with a focus on tourism; and propose guidelines for the development of digital nomadism in tourist destinations. To achieve these objectives, a qualitative research was conducted using methodological procedures that included the definition of analysis categories, the collection of documents, the systematization of the material gathered, and the conduction of a content analysis of them. The cases addressed in the results were public policies and the promotion of digital nomadism in national and international tourist destinations. The results highlight the relevance of public policies and local initiatives that value the economic and sociocultural potential of this public, stimulating the provision of adequate infrastructure, incentives for innovation, and forms of integration with the community of the destinations that receive them. Therefore, it is concluded that analyzing digital nomadism from the perspective of tourism is essential for destinations to adapt to the new dynamics of global mobility and position themselves strategically, sustainably, and competitively in the face of current trends in work and tourism activity.

**KEYWORDS:** Tourism; Digital Nomads; Public Policies; Promotion of Tourist Destinations.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
1.1 Objetivo Geral e Específicos	11
<b>2 NOMADISMO DIGITAL, POLÍTICAS PÚBLICAS E A PROMOÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS</b>	<b>13</b>
2.1 Nomadismo Digital, Globalização e Mobilidade	13
2.2 Nomadismo Digital e o Turismo	19
2.3 Nomadismo Digital e Políticas Públicas: um enfoque na promoção de destinos turísticos	23
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>34</b>
3.1 Tipo de Pesquisa	34
3.2 Coleta e Análise dos Dados	36
<b>4 RESULTADOS</b>	<b>38</b>
4.1 Políticas Públicas e a Promoção do Nomadismo Digital em Destinos Turísticos Nacionais e Internacionais	38
4.1.1 Políticas Públicas para Nomadismo Digital no Brasil	38
4.1.2 Políticas Públicas no Contexto Internacional para Nomadismo Digital	43
4.2 Diretrizes para o Nomadismo Digital em Destinos Turísticos	49
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>52</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>55</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O advento da era digital tem reconfigurado significativamente a paisagem do trabalho, dando origem a fenômenos contemporâneos que desafiam as convenções tradicionais. O rápido desenvolvimento da tecnologia, como a internet de alta velocidade, dispositivos móveis e ferramentas de colaboração online, tornou possível que muitas tarefas e empregos sejam realizados remotamente. Isso deu origem ao conceito de "trabalho remoto" ou "trabalho a distância". Contudo, é importante não confundir esse tipo de trabalho com o estilo de vida dos denominados nômades digitais, um profissional capaz de realizar suas atividades laborais de qualquer lugar do mundo, rompendo os limites físicos dos escritórios convencionais. Inspirado por influenciadores digitais que já compartilharam suas experiências, a exemplo de Gabi Valverde (@viajandocomgabi), Arthur Yago (@arthuryago) e o casal Ale Kugnharski e Leo Tomasi (@mundi360), cujas narrativas revelaram uma vida nômade repleta de desafios e descobertas, surge a inquietação que motivou esta pesquisa.

Ao mergulhar nas origens do termo "nômade digital", remonta-se à obra de Makimoto e Manners, que, em 1997, previram uma "revolução no trabalho" no livro "Digital Nomad" (Santos, 2020). Desde então, a combinação entre as possibilidades tecnológicas e o desejo intrínseco de viajar tem moldado esse estilo de vida único. Ao compreender as raízes históricas e as transformações contemporâneas, esta pesquisa busca contextualizar o fenômeno dos nômades digitais no cenário atual e projetar uma compreensão informada sobre seu impacto nas esferas profissional, social e tecnológica. Zhou *et al* (p. 1, 2024) diz que: "Os impactos de longo prazo dos nômades digitais nas economias e sociedades locais ainda não foram totalmente explorados".

Empiricamente, esse estilo de vida tem ganhado popularidade especialmente entre profissionais de áreas como tecnologia, marketing digital, design e produção de conteúdo (César, 2018). Esses profissionais possuem a capacidade de oferecer seus serviços de qualquer lugar do mundo, o que levou alguns países a perceberem os nômades digitais como uma categoria capaz de impulsionar o turismo local. Como resposta a essa tendência, esses países começaram a conceder vistos específicos para atrair esses trabalhadores.

Apesar do crescimento do número de nômades digitais em todo o mundo, diversos desafios surgem com essa nova configuração de vida e trabalho. Entre eles:

a solidão, a dupla tributação, a segurança e até mesmo o trabalho precário (Makoza, 2023). Embora o tema esteja presente em reportagens, blogs e redes sociais, há que se destacar a dificuldade de se obter textos, artigos e livros sobre este tema, uma vez que ele é novo e ainda pouco pesquisado (Silva, 2024). Faltam, por exemplo, estudos sobre as relações de trabalho envolvidas e os efeitos desse estilo de vida nas cidades que os recebem. Já que do ponto de vista teórico, o nomadismo digital dialoga com conceitos da globalização, mobilidade e transformações nas relações entre vida profissional e pessoal (Silva, 2023; Hannonen, 2020; César, 2018).

Dado que se trata de um fenômeno relativamente recente, há ainda muito a ser explorado sobre as potencialidades desse estilo de vida e o modelo de trabalho que dele emerge. Portanto, há uma clara oportunidade de pesquisa que pode beneficiar não apenas os próprios "nômades digitais" ao compreenderem melhor a si mesmos, mas também estudantes que enfrentam decisões sobre suas carreiras e possibilidades, e especialmente, profissionais que desejam redefinir suas trajetórias profissionais. Nesse sentido, este trabalho busca responder às seguintes questões de pesquisa: Quais as interfaces entre nomadismo digital e destinos turísticos? Quais as características das políticas públicas adotadas pelos países relacionadas ao nomadismo digital? Quais os impactos do nomadismo digital para os destinos que os recebem? Quais as iniciativas de destaque a respeito do nomadismo digital existente no Brasil? Quais os destinos turísticos brasileiros com potencial para nomadismo digital? Quais as propostas para políticas públicas relacionadas ao nomadismo digital?

## **1.1 Objetivo Geral e Específicos**

O objetivo geral desta monografia é compreender como o nomadismo digital se relaciona com as políticas públicas em destinos turísticos com um enfoque na promoção. E como objetivos específicos tem-se:

- Identificar estudos e conceitos relacionados ao nomadismo digital e destinos turísticos;
- Caracterizar as políticas públicas no Brasil e em outros países voltadas para os nômades digitais com enfoque no turismo;
- Propor diretrizes para o desenvolvimento do nomadismo digital em destinos turísticos.

Este trabalho está organizado em três capítulos, além desta introdução e das considerações finais. No capítulo 1, nomeado como “Nomadismo digital, políticas públicas e a promoção de destinos turísticos”, são apresentados os referenciais teóricos sobre globalização, mobilidade e turismo, que fundamentam a análise do nomadismo digital, divididos assim em três sessões. O capítulo 2 apresenta os procedimentos metodológicos do estudo, explicando o tipo de pesquisa e quais as formas de coleta e análise dos dados interpretados.

No terceiro capítulo são apresentados e discutidos os resultados, divididos em quatro sessões, englobando assim políticas públicas e a promoção do nomadismo digital em destinos turísticos nacionais e internacionais, como também aponta diretrizes para o nomadismo digital em destinos turísticos. Esse capítulo sintetiza o que a literatura revelou sobre o fenômeno estudado, destacando convergências, divergências, tendências e lacunas existentes. De igual modo, mostra como os autores pesquisados contribuem para a compreensão do tema e como suas ideias dialogam entre si, servindo de base para a discussão e para as conclusões do trabalho.

Por fim, são expostas as considerações finais, destacando como os objetivos propostos foram alcançados. Também são apontadas as contribuições da pesquisa para a área de turismo e para a sociedade. Além disso, são apresentadas as limitações encontradas durante o desenvolvimento desta monografia e sugestões de caminhos para pesquisas futuras.

## 2 NOMADISMO DIGITAL, POLÍTICAS PÚBLICAS E A PROMOÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS

### 2.1 Nomadismo Digital, Globalização e Mobilidade

Silva (2023) diz que a Indústria 4.0 está transformando as relações de trabalho por meio do avanço tecnológico, impulsionado por *big techs*, inteligência artificial e a internet das coisas. O autor comenta que a aplicação dessas inovações torna a produção mais eficiente, competitiva e com custos reduzidos, porém, assim como em revoluções anteriores, essa transformação traz desafios, exigindo adaptação do mercado de trabalho e da sociedade às novas realidades tecnológicas. Sendo o nomadismo digital um exemplo dessa adaptação. Araújo (2023, p.34) considera que:

A partir da revolução tecnológica e do seu impacto nas diversas áreas da sociedade, do surgimento de novas profissões e ferramentas de trabalho, o espaço físico de trabalho deixou de ser um obstáculo ao crescimento significativo deste novo estilo de vida.

César (2018) percebe que, apesar das facilidades proporcionadas pela tecnologia, pela internet e pela reconfiguração dos modelos de trabalho, é fundamental refletir sobre os fatores que impulsionam tantas transformações na sociedade e avaliar até que ponto elas são realmente benéficas. De acordo com a autora, a sociedade está em constante modernização, com mudanças ocorrendo em um ritmo acelerado. Esse cenário se insere em um contexto mais amplo de globalização, no qual o avanço das tecnologias de comunicação e a intensificação das conexões globais transformaram profundamente as formas de trabalhar, viver e se deslocar.

Os nômades digitais estão redefinindo as noções de trabalho, carreira e sucesso, assim, influenciando a forma como as pessoas veem o trabalho e a busca por um equilíbrio entre trabalho e vida pessoal (Lucilla, 2023). A globalização promoveu a integração econômica, cultural e tecnológica entre países, criando condições ideais para o surgimento do nomadismo digital. Aparentemente, o que torna esse estilo de vida tão adequado e atraente para muitos é uma combinação de diversas tendências estruturais mais amplas, incluindo a globalização, as inovações tecnológicas e as mudanças nos arranjos de trabalho e vida social (Hermann; Paris, 2020).

Hannonen (2020) afirma que as publicações sobre nomadismo digital têm contribuído para o entendimento dessa nova forma de mobilidade, apresentando diferentes perspectivas e definições. No entanto, o conhecimento atual sobre mobilidades nômades e trabalho remoto ainda oferece uma visão útil, mas fragmentada, do fenômeno. A autora diz que os nômades digitais são profissionais altamente móveis e viajantes em busca de um estilo de vida específico, o que dificulta ainda mais uma definição clara e que as pesquisas existentes geralmente analisam o nomadismo digital sob duas óticas principais: o trabalho ou o lazer. Diante disso, a autora não apenas busca formular uma definição mais abrangente para o termo "nômade digital", mas também propõe um enquadramento conceitual que insere o nomadismo digital dentro da perspectiva da mobilidade orientada por estilo de vida.

De acordo com Lacárcel (2025), no que diz respeito à mobilidade, o estilo de vida dos nômades digitais proporciona a chance de explorar diferentes culturas, aprender novos idiomas e viver experiências únicas. O autor destaca que, dessa forma, o trabalho remoto permite que profissionais exerçam suas atividades de qualquer lugar do mundo, desfrutando dos lugares por onde passam como verdadeiros turistas. Entretanto, de acordo com Souza, Caldana e Pavone (2023), a mobilidade constante dos nômades digitais desafia conceitos tradicionais de vizinhança e relações sociais, colocando em debate a sustentabilidade das dinâmicas urbanas e apontando para a necessidade de um planejamento inclusivo que incorpore as oportunidades da "cidadania digital".

Anubha *et al* (2024) dizem que foi com a crescente integração das tecnologias da informação e comunicação no cotidiano, que o interesse pela economia colaborativa ganhou força e visibilidade desde seu surgimento em 2019. No entanto, no início de 2020, com a pandemia do Covid-19 limitou drasticamente a mobilidade do turismo internacional, exigindo uma rápida adaptação do setor. Nesse contexto, o trabalho remoto passou a ser associado ao lazer, configurando um novo modo de vida conhecido como "nomadismo digital" (Anubha *et al*, 2024). Nash *et al* (2018) observam que enquanto os trabalhadores nômades normalmente viajam para trabalhar, o nômade digital viaja enquanto trabalha, distinguindo aqueles que se deslocam permanentemente para outro local com o objetivo de exercer uma atividade profissional e aqueles que realizam viagens temporárias a trabalho, como em compromissos ou reuniões de negócios.

Lacerda (2023) caracteriza os nômades digitais como trabalhadores que exercem suas atividades remotamente enquanto viajam pelo mundo, sem a intenção de fixar residência permanente em um país, podendo atuar como empregados de empresas estrangeiras ou como profissionais autônomos. A autora também diz que os nômades digitais permanecem em cada local por curtos períodos, geralmente menos de três meses e que esse modelo de trabalho (impulsionado pela pandemia da COVID-19), desafia a definição das obrigações fiscais desses indivíduos, pois eles transitam entre diferentes jurisdições. A autora conclui que com o avanço das plataformas digitais, a tendência é que o nomadismo digital cresça, transformando as relações tradicionais de trabalho.

Bozzi (2024) utiliza três conceitos-chave para analisar o nomadismo digital. Primeiro, o conceito de mobilidades de estilo de vida descreve modos emergentes de viver em constante movimento, nos quais as fronteiras entre trabalho e lazer, casa e exterior, tornam-se difusas - especialmente entre os nômades digitais. Segundo, permite compreender como infraestruturas fixas, como *coworkings*, *colivings* e políticas locais, tanto viabilizam quanto são transformadas pelas mobilidades desses indivíduos. Por fim, o conceito de sistemas de mobilidade ajuda a examinar os impactos em diferentes contextos sociais, econômicos e culturais, destacando, inclusive, aspectos frequentemente negligenciados, como desigualdades e relações de poder no acesso à mobilidade.

Um estudo realizado por Zhou *et al* (2024) propõe que o nomadismo digital representa uma forma híbrida de mobilidade, exercida por profissionais remotos que não estão vinculados a um local fixo e que combinam rotinas de trabalho com viagens e lazer. Com a crescente competição entre destinos para atrair esse público, torna-se relevante investigar quais estratégias inovadoras podem ser adotadas para alcançar uma vantagem competitiva. Os autores relembram que os nômades digitais eram percebidos como uma categoria mais estável de turistas, embora sua permanência em cada local fosse temporária e que os destinos preferidos por esses profissionais podem ser classificados entre locais tradicionais, já estruturados para o turismo, e novos destinos emergentes que buscam se desenvolver. Zhou *et al* (2024) finalizam dizendo que os padrões de deslocamento e o tempo que esses nômades permanecem em cada lugar podem influenciar tanto sua forma de interação quanto o impacto que geram no ambiente local.

Para Lucilla (2023), os nômades digitais não são um grupo homogêneo e que alguns tipos comuns incluem: trabalhadores remotos em tempo integral, empreendedores nômades e trabalhadores autônomos. César (2018) cita várias dessas profissões, algumas delas inclusive mais atuais: escritor, revisor de textos, contador, tradutor, desenvolvedor de site, suporte técnico de manutenção de computador a distância, agente de viagens, assessor de imprensa digital, programador de conteúdo, professor de idiomas, entre outras profissões. Logo, em termos de mercado de trabalho, existem numerosas oportunidades para quem deseja ser um nômade digital.

Thompson (2018) evidencia que o nomadismo digital não é um fenômeno homogêneo, pois existem diferenças significativas entre os perfis de pessoas que adotam esse estilo de vida. De um lado, há profissionais com habilidades técnicas avançadas, especialmente nas áreas de engenharia de *software*, *design web* e suporte de TI, que encontraram na transição para o trabalho remoto um processo natural, devido à compatibilidade de suas profissões com esse modelo. Por outro lado, há indivíduos cujo desejo de ser nômade e viajar veio antes da definição de uma carreira específica. Esses, muitas vezes, não possuem uma trajetória profissional consolidada nem especialização definida, o que os leva a buscar empregos remotos mais acessíveis e, em muitos casos, de baixa remuneração. Para identificar essas oportunidades, é comum que recorram a blogs e fóruns voltados ao estilo de vida nômade digital. Dessa forma, a autora aponta que, enquanto alguns nômades digitais desfrutam de estabilidade e bons rendimentos, outros veem no trabalho remoto uma estratégia de adaptação para viabilizar um modo de vida itinerante.

Embora compartilhem o estilo de vida de trabalhar remotamente enquanto viajam, existem diversas características que os diferenciam. Algumas das motivações seriam: “a) experienciar diferentes culturas; b) procurar lugares para novos estilos de vida ou melhores custo de vida; c) escapar de grandes centros em busca de um estilo de vida mais simples” (Araujo, 2023, p.44). Os autores abaixo apontam mais uma motivação:

Seu objetivo principal é angariar recursos financeiros para explorar o mundo, não apenas durante as férias, mas de forma contínua. Os nômades digitais buscam o conhecimento de novas culturas e lugares, fazer novas amizades e melhorar sua qualidade de vida (Souza; Caldona; Pavone, p.588, 2023).

De acordo com Matos (2016), três livros publicados nos Estados Unidos são referências fundamentais para o conceito e a ideologia do nomadismo digital: *Digital*

*Nomad*, de Tsugio Makimoto e David Manners; *The 4-Hour Workweek*, de Tim Ferris; e *Vagabonding*, de Rolf Potts. O primeiro, lançado em 1997, cunhou o termo e previu que a tecnologia, aliada ao desejo humano de viajar, permitiria um estilo de vida nômade. Em 2007, o livro de Tim Ferris impulsionou essa ideia ao propor a redução do trabalho burocrático e o foco no trabalho criativo, tornando-se um best-seller. Já *Vagabonding*, publicado cinco anos depois, influenciou o modelo de viagens prolongadas adotado por muitos nômades digitais.

Os autores Makimoto e Manners (1997) preveem em seu livro, um futuro em que as pessoas não estarão mais presas a um lugar fixo para viver e trabalhar, graças ao avanço das tecnologias digitais. Eles descrevem o nômade digital como alguém que utiliza a tecnologia para trabalhar de qualquer lugar, rompendo com o modelo tradicional de escritório. Deixando claro a ideia de que a tecnologia permite romper com as fronteiras geográficas e culturais, como também está totalmente alinhada com os pilares da globalização contemporânea.

Segundo Matos (2016), a discussão sobre esse tema é essencial para empresas, trabalhadores e a sociedade, pois ainda há muito a se entender sobre esse novo estilo de vida e modelo de trabalho. A autora também diz que esse cenário abre espaço para pesquisas que podem ajudar os nômades digitais a se compreenderem melhor, auxiliar estudantes na escolha profissional, apoiar profissionais em transição de carreira e, sobretudo, orientar empresas na retenção de talentos. Impulsionados pela procura do conhecimento do mundo em maior escala geográfica e cultural, os trabalhadores físicos e virtuais passam a ser chamados de nômades digitais.

Definidos pela sua capacidade de utilizar a tecnologia para trabalhar remotamente e escolher seus próprios destinos, os nômades digitais desafiam as normas tradicionais de emprego e residência, abrindo caminho para uma nova era de flexibilidade e liberdade profissional (Lucilla, p.154, 2023).

Para Buhr (2023), nômades digitais são profissionais que trabalham enquanto viajam, residem determinado tempo (podendo ser semanas ou meses) em alguma cidade e depois em outra e assim sucessivamente. Existindo também os trabalhadores remotos, que decidem viver em outro país, mas não realizam mobilidades sucessivas. Para Matos (2016), o termo “nomadismo digital”, segundo seus praticantes, refere-se a pessoas que se deslocam constantemente, sem residência fixa, que trabalham remotamente pela internet e suas fontes de renda

podem variar, sendo totalmente online ou combinando atividades digitais e presenciais.

Embora Bauman (2001) não aborde diretamente o nomadismo digital, seu conceito de modernidade líquida oferece uma base teórica relevante para compreender o contexto no qual esse fenômeno se desenvolve. A modernidade líquida é caracterizada pela fluidez das relações sociais, pela mobilidade constante e pela instabilidade estrutural, aspectos que também estão presentes no estilo de vida dos nômades digitais. Nesse cenário, como aponta Matos (2016), observa-se uma crescente interdependência entre vida pessoal e profissional, na qual muitos indivíduos buscam maior controle sobre seus horários, autonomia e liberdade para decidir onde e como desejam trabalhar. Essa tendência evidencia uma insatisfação com os modelos tradicionais de trabalho, muitas vezes percebidos como excessivamente rígidos e limitadores da liberdade individual. Ainda que o trabalho presencial possa proporcionar benefícios, como a convivência com colegas, o senso de pertencimento a uma equipe e a facilidade na comunicação direta, ele nem sempre atende às demandas de flexibilidade e mobilidade valorizadas no contexto contemporâneo.

Vivemos em sociedades globalizadas, e a influência da globalização se manifesta em diversos setores: no campo econômico, político, cultural e no educacional. Atualmente, uma das maiores riquezas das sociedades está relacionada ao seu capital de conhecimento, o qual é responsável por impulsionar novas descobertas, invenções e avanços tecnológicos cada vez mais rápidos e significativos (Oliveira; Freitas, 2016). É justamente esse cenário de conectividade e valorização do saber que favorece o surgimento de novas formas de trabalho, como o nomadismo digital. Profissionais que atuam de forma remota, utilizando a tecnologia como ferramenta principal, tornam-se parte ativa dessa economia global baseada no conhecimento, contribuindo com inovação enquanto transitam por diferentes culturas e territórios.

Freitas (2009) propõe uma compreensão ampliada do conceito de mobilidade, que vai além da simples mudança geográfica e que pode ser equiparada ao nomadismo digital. Mobilidade, nesse sentido, envolve a capacidade, a disposição e o desejo de o indivíduo interagir com contextos diferentes da sua própria cultura, profissão, empresa, cargo e saberes. Trata-se de uma atitude de abertura às diferenças e às experiências novas, que desafiam e expandem os limites dos

conhecimentos, das vivências pessoais e profissionais, bem como das certezas culturais do sujeito. Para a autora, essa mobilidade favorece tanto o aprimoramento profissional quanto o enriquecimento pessoal e não se limita a deslocamentos físicos, mas inclui um conjunto complexo de competências e atitudes que permitem ao indivíduo entrar em contato com o outro, diferente de si, vivenciando a alteridade em sua prática profissional e em sua vida cotidiana.

Nesse cenário, o nomadismo digital surge como uma manifestação contemporânea dessa mobilidade ampliada. O profissional nômade digital utiliza a tecnologia para trabalhar remotamente de diferentes lugares do mundo (Basaran, 2025), o que exige não apenas flexibilidade geográfica, mas também habilidades interculturais, adaptabilidade e abertura ao novo. Essa prática envolve conviver com diferentes realidades socioculturais, ajustar rotinas e métodos de trabalho a cada contexto e aprender continuamente com a diversidade. Assim, o nomadismo digital não se limita ao ato de viajar enquanto se trabalha, mas representa uma forma dinâmica de vivenciar a mobilidade como desenvolvimento pessoal e profissional, em constante diálogo com a alteridade e com os desafios de um mundo globalizado.

## **2.2 Nomadismo Digital e o Turismo**

A vida das pessoas e a sociedade como um todo são profundamente moldadas pelo trabalho, que influencia não apenas a rotina diária, mas também os estilos de vida e as formas de lazer. Monlevade (2010) comenta que a necessidade de viajar atualmente é influenciada pela sociedade e pelo ritmo cotidiano e que muitas pessoas se sentem desconfortáveis nos ambientes onde vivem e trabalham, buscando escapar da rotina desgastante. A autora completa que o estresse do trabalho, a monotonia e a falta de relações humanas genuínas contribuem para um sentimento de esgotamento e tédio e para aliviar essa pressão, viajar torna-se uma forma de descanso, renovação de energias e busca por felicidade.

Dentro desse contexto, o turismo se destaca como uma das principais formas de vivência do tempo livre, proporcionando experiências culturais, de descanso e de exploração. Silva-Melo (2025) diz que o turismo é um fenômeno social significativo que envolve diversas áreas, como cultura, economia, meio ambiente e instituições, podendo promover maior tolerância e inclusão ao possibilitar o encontro de pessoas com diferentes origens e perspectivas. Além disso, segundo a autora, o turismo tem o

potencial de transformar localidades, pois depende da combinação de vários recursos dessas diferentes dimensões.

Para Ignarra (2020), o turismo envolve diversas atividades e serviços relacionados às viagens, como transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento e comércio, incluindo todos os setores que atendem aos viajantes, sendo uma indústria global que movimenta a economia por meio dos gastos turísticos. Além disso, caracteriza-se pelo deslocamento temporário de pessoas para fora de seu local de residência, desde que não seja por motivos de trabalho rotineiro, assim, alguém que viaja ocasionalmente para eventos ou negócios pode ser considerado turista, ao contrário de quem se desloca diariamente para o trabalho (Ignarra, 2020).

De acordo com a visão de Monlevade (2010), viajar nas férias tornou-se uma norma social amplamente aceita, a ponto de ser estranho justificar a decisão de não viajar. Nesse contexto, o turismo, como indústria em constante crescimento, assume o papel de satisfazer essa necessidade de lazer, funcionando como um mecanismo que contribui para a manutenção da rotina social. No entanto, esse cenário vem se transformando com o surgimento de novos perfis de viajantes, como os nômades digitais. Segundo análise de Aires *et al.* (2024), o rápido crescimento do nomadismo digital tem levado muitos destinos turísticos a reformularem suas estratégias de marketing, buscando se posicionar como espaços acolhedores para esse público. Para isso, investem em campanhas publicitárias em grande escala, promovendo suas regiões não apenas como locais de lazer, mas também como ambientes ideais para viver e trabalhar remotamente.

Conforme Buhr (2023), em cidades como Lisboa, os *coffee shops* desempenham um papel central no apoio às práticas de trabalho remoto, funcionando como espaços híbridos de sociabilidade e produtividade. Esses locais são facilmente reconhecidos como ambientes acolhedores para o *coworking* e reúnem, com frequência, pessoas em situações semelhantes - especialmente jovens profissionais com laptops, enquanto raramente se observam pessoas idosas nesses espaços. Essa dinâmica revela uma ruptura com a estrutura tradicional da vida cotidiana, evidenciando a emergência de um grupo que se distingue do turista convencional. Como destaca Magalhães (2021, p. 4), “o turismo, seja ele de que tipo for, proporciona, antes de mais uma oportunidade única de aprendizagens e de enriquecimento social e cultural”, o que se alinha à busca dos nômades digitais por

experiências mais significativas e integradas aos contextos locais onde escolhem viver e trabalhar temporariamente.

Neste mesmo cenário de transformação, Gomes (2019) cita que os nômades digitais surgiram com a possibilidade do trabalho remoto, permitindo que realizem suas atividades de qualquer lugar do mundo, seja em casa, cafés, hotéis, bibliotecas ou outros espaços. Ainda não há um conceito único para defini-los, e os estudos acadêmicos sobre esse fenômeno são limitados. A autora completa que, diferente do turismo tradicional, os nômades digitais não seguem um padrão fixo de residência, viajando constantemente sem necessariamente retornar ao seu país de origem e que esse estilo de vida possibilita que trabalhem de forma independente enquanto exploram diferentes lugares, garantindo renda enquanto deslocam. Como afirma Basaran (2025): “O nomadismo digital é mais do que uma ideia de turismo. Representa um novo paradigma de trabalho no qual as tendências digitais estão transformando as relações entre empregadores, trabalho e empregados.”

Mourato *et al* (2023) argumenta que as empresas do ramo de turismo precisam compreender que o perfil de viajante dos nômades digitais pode ter um impacto significativo, já que costuma permanecer por períodos prolongados e demonstra forte interesse por questões sociais. Diferente dos turistas tradicionais, eles valorizam empresas e produtos comprometidos com práticas responsáveis e ao adotarem posturas genuinamente engajadas com essas causas, os negócios turísticos podem conquistar um público fiel que se importa com a preservação ambiental e o bem-estar das comunidades locais, além de contribuir positivamente para a economia regional e gerar lucro sustentável.

De acordo com Willment (2020), a tecnologia desempenha um papel importante ao facilitar as práticas de nomadismo digital realizadas por blogueiros de viagens em seu ambiente de trabalho. A autora aponta que ao buscar incorporar esse estilo de vida, esses profissionais podem controlar e expor os bastidores de sua rotina, o que pode gerar efeitos negativos para eles enquanto trabalhadores.

Bozzi (2020) afirma que, plataformas como o Instagram exercem papel fundamental ao não apenas divulgar esse estilo de vida por meio de imagens e relatos de experiências, mas também ao contribuir ativamente na formação de comunidades e redes geográficas. Bozzi (2020) relata que usam também hashtags e marcações de localização, que ajudam a identificar tendências de deslocamento, destinos populares e lugares que oferecem estrutura adequada para esses profissionais.

Conforme exposto por Songur e Turktarhan (2024), atualmente, os viajantes consideram as redes sociais uma fonte crucial de informação ao escolherem seus hotéis. Diante disso, as mídias sociais proporcionam um espaço aberto onde os turistas podem se expressar livremente por meio da interação, colaboração, troca de experiências e comunicação espontânea. As autoras afirmam que as empresas do setor turístico que valorizam o diálogo com seus clientes obtêm grandes vantagens ao estar presentes em plataformas sociais e sites (como Instagram, Facebook, Twitter, Tripadvisor, entre outros), pois isso amplia a interação e facilita o acesso ao público.

Andrade e Medeiros (2023) explicam que, aquilo que antes se disseminava pelo tradicional "boca a boca", vindo de vizinhos ou agentes de viagens, também é feito mais recentemente pelas buscas em sites, blogs e pelas mídias digitais. Os autores dizem que esses meios permitem ao público conhecer e avaliar os destinos por meio de vídeos, relatos escritos e descrições feitas pelos influenciadores digitais. Uma vivência online pode contribuir para tornar o destino turístico mais acessível e concreto para o público, além de influenciar positivamente a percepção que os consumidores têm sobre ele (Ferreira; Souza, 2025).

Manthiou, Ulrich e Kuppelwieser (2024) dizem que o crescimento acelerado da indústria de influenciadores nas mídias sociais tem proporcionado ao setor turístico novas e valiosas formas de engajar e se comunicar com os viajantes. Os autores ressaltam que gestores da área utilizam esses criadores de conteúdo para divulgar destinos, atrativos turísticos e acomodações por meio de imagens, vídeos e textos envolventes que despertam o interesse do público. Neste cenário, por meio de suas narrativas e experiências, os nômades digitais como influenciadores contribuem para a valorização de modalidades específicas de turismo, incentivando práticas mais conscientes e sustentáveis. Além disso, como suas opiniões e vivências são frequentemente compartilhadas em tempo real, faz com que ele seja percebido como mais confiável do que uma simples ação publicitária (Manthiou; Ulrich; Kuppelwieser, 2024).

Neste contexto, segundo Marcolino (2018), Hermann e Paris (2020), nômades digitais também são conhecidos como "blogueiros de viagem". Entre os diversos temas abordados pelos criadores de conteúdo, Marcolino (2018) resalta que o êxito da atuação dos nômades digitais está diretamente relacionado à qualidade do conteúdo produzido e à maneira como ele é apresentado ao público. Estratégias são utilizadas pelos influenciadores/criadores de conteúdo de viagem para gerar renda,

muitas das quais contribuem diretamente para a promoção de destinos turísticos (Marcolino, 2018).

Marcolino (2018) e Braddell (2025) citam uma das principais formas para geração de renda: a criação de posts patrocinados, nos quais empresas pagam para que seus produtos ou serviços sejam divulgados para o público influenciado pelo criador, valorizando a audiência e o conteúdo profissional produzido. Outra estratégia comum citada por Marcolino (2018) são os programas de afiliados, onde os criadores recebem comissões ao promover serviços como reservas de hotéis, passagens aéreas e aluguel de carros, estimulando o interesse dos seguidores por esses serviços turísticos.

Outra alternativa são as permutas, em que os nômades digitais trocam divulgação nas redes sociais por experiências ou hospedagem, o que facilita o acesso a destinos turísticos (Marcolino, 2018; Braddell, 2025). Portanto, a produção e venda de conteúdo audiovisual para empresas ou bancos de imagens agrega valor e contribui para a promoção visual dos destinos. Marcolino (2018) finaliza dizendo que essas formas de rentabilização demonstram como os nômades digitais, sendo criadores de conteúdo, influenciam diretamente a promoção turística, ao conectar marcas e destinos com seu público de maneira estratégica e engajada.

Miguel *et al* (2023) apontam que as histórias compartilhadas pelos nômades digitais nas redes sociais são utilizadas não apenas como forma de entretenimento, mas também como ferramenta para promover destinos turísticos, ao mostrar os lugares visitados e dividir experiências de viagem. Além disso, servem para oferecer dicas úteis a outros viajantes e manter familiares e amigos informados sobre seus deslocamentos. Os autores concluem que, dessa forma, as histórias se consolidam como um recurso comunicacional estratégico, unindo aspectos pessoais e profissionais, e reforçando o papel dos nômades digitais como promotores informais de destinos turísticos.

### **2.3 Nomadismo Digital e Políticas Públicas: um enfoque na promoção de destinos turísticos**

Bozzi (2020) diz que os nômades digitais, ao se tornarem um público-alvo de diversos serviços, como hospedagens temporárias, *coworkings*, agências de viagem e cursos online, revelam o crescimento de um mercado voltado especificamente para

atender às suas necessidades de mobilidade e trabalho remoto.

Amaral, Albino e Rodrigues (2024) apontam quatro elementos essenciais para o sucesso de destinos voltados ao nomadismo digital: infraestrutura digital eficiente, presença de gestores de comunidade, infraestruturas locais inspiradoras e população receptiva. As autoras reforçam que o gestor de comunidade desempenha um papel central em espaços de *coworking* e hospedagens destinadas a nômades digitais, pois articula os fatores externos relacionados ao território com os fatores internos que promovem a coesão social, o engajamento e a vitalidade do ambiente.

Diante dessa nova realidade, Bednorz (2024) diz que diversos governos, em número crescente, têm buscado formular respostas estratégicas diante da convergência entre a consolidação do trabalho remoto, caracterizado pela independência dos profissionais, e o colapso do setor turístico, intensificado pelas restrições de mobilidade e pelos efeitos generalizados da pandemia. O site *VisaGuide.World* (2025) cita exemplos, como os países: Andorra, Dubai, Islândia e Croácia. Esse movimento mostra como o nomadismo digital deixou de ser apenas um estilo de vida alternativo para se tornar uma oportunidade estratégica para governos. Portanto, sendo uma resposta adaptativa a mudanças estruturais no mercado de trabalho e no comportamento dos viajantes.

Wang *et al* (2018) ressaltam que, ao refinar a compreensão sobre esse fenômeno, surgem múltiplas possibilidades para que empresas e governos possam responder estrategicamente ao nomadismo digital. As transformações nos modos de vida e nas dinâmicas econômicas contemporâneas trazem consigo novos obstáculos, principalmente no campo tributário. A falta de uma residência fixa e a movimentação constante entre diferentes países podem ocasionar disputas fiscais, seja pela omissão no pagamento regular de tributos devidos, seja pela incidência de tributações por mais de um país sobre o mesmo fato gerador, resultando na ocorrência de dupla tributação (Vieira, 2024).

Os nômades digitais passaram a ter relevância para determinados destinos e para o seu processo de desenvolvimento, sendo reconhecidos como uma nova categoria de visitante que também assume características de residente (Amaral; Albino; Rodrigues, 2024). Com o crescimento da procura por destinos com boa infraestrutura digital e qualidade de vida por parte dos nômades digitais, há uma transformação da demanda turística. Segundo Machado (2023), com o aumento da procura e, assim como outros tipos de visitantes, os nômades digitais exercem um

impacto significativo no desenvolvimento dos destinos turísticos em várias dimensões: econômica, social e ambiental.

Por outro lado, Woldoff e Litchfield (2022) dizem que adotar um estilo de vida como se estivesse sempre de férias exige optar por destinos mais baratos, isso faz com que muitos nômades digitais acabem impactando a gentrificação, já que procuram lugares onde seu poder de compra seja maior. No entanto, quando esses trabalhadores, geralmente com renda em moeda mais forte (como dólar ou euro), se instalam em cidades mais baratas, eles fazem o dinheiro render mais do que os moradores locais. Esse movimento pode elevar os preços de moradia, serviços e consumo gerando gentrificação de acordo com Woldoff e Litchfield (2022), ou seja, tornando os lugares mais caros e, muitas vezes, excluindo a população local de certas áreas.

Machado (2023) destaca os impactos negativos associados ao crescimento dos destinos turísticos, apontando que o aumento da gentrificação tem intensificado as desigualdades sociais, à medida que esses locais são cada vez mais comercializados. A autora diz que esse fenômeno impulsiona a construção de empreendimentos que podem comprometer os ecossistemas locais e contribui para a elevação do custo de vida das comunidades tradicionais, resultando em um agravamento das disparidades econômicas e sociais. Além disso, o uso constante de espaços de *coworking* por nômades digitais tem provocado um aumento considerável no consumo de energia, acarretando impactos ambientais adicionais (Machado, 2023).

Cruvinel (2023) afirma que a presença de plataformas como o Airbnb tem transformado o espaço urbano, influenciando diretamente a forma como cidades e bairros se organizam e se valorizam. No contexto do nomadismo digital, o aluguel de curta duração se conecta a novas formas de mobilidade e de trabalho, já que profissionais que vivem de forma itinerante tendem a optar por hospedagens temporárias em diferentes cidades, em vez de residências permanentes (Zhou *et al*, 2024; Bozzi, 2020). Esse fenômeno contribui para fluxos contínuos de pessoas e capital, impactando o mercado imobiliário e a disponibilidade de moradias de longa duração, podendo, em alguns casos, gerar processos de gentrificação e aumento de desigualdades socioespaciais (Cruvinel, 2023).

O crescimento do aluguel de temporada cria novas dinâmicas no setor privado de acordo com Cruvinel (2023), como a atuação de gestores múltiplos de imóveis ou

“hotéis fantasmas”, e desafia as políticas de regulação urbana existentes. Dessa forma, ainda de acordo com Cruvinel (2023), o Airbnb não apenas atende às demandas do nomadismo digital, mas também molda o espaço urbano e os mercados imobiliários segundo lógicas econômicas e políticas preexistentes, revelando a interdependência entre mobilidade profissional, plataformas digitais e organização das cidades.

Na concepção de Bozzi (2024), o nomadismo digital costuma ser retratado como uma chance de impulsionar a economia local dos lugares onde esses profissionais se instalam temporariamente para viver e trabalhar. Segundo o autor, em apoio a essa visão, há quem destaque que os nômades digitais pagam aluguel, contratam serviços de moradores locais e, por vezes, atuam como “promotores” de determinados destinos, encorajando outros nômades a visitarem essas regiões. Por outro lado, Bozzi (2024) explica que há críticas à ideia de que os nômades digitais beneficiam as economias locais, como o fato de utilizarem diversas infraestruturas públicas (como conexão à internet, estradas e aeroportos) sem contribuir financeiramente para sua manutenção, já que muitas vezes não pagam impostos no país anfitrião.

Bozzi (2024) também cita a questão da dupla tributação, que assim como outros aspectos fiscais, ainda é pouco explorada e gera debates. Tal como acontece com alguns nômades, que optam por manter uma residência fiscal principal, assumindo suas obrigações tributárias em uma jurisdição específica. Bozzi (2024) conclui dizendo que essa escolha costuma estar ligada à necessidade de manter acesso a serviços públicos de qualidade, como sistemas de saúde e outras garantias sociais de seus países de origem. Essa tendência ajuda a explicar por que, tanto antes quanto depois da pandemia de COVID-19, muitos governos passaram a adotar medidas de incentivo fiscal, como isenções de imposto de renda, na tentativa de atrair esses trabalhadores remotos. As normas atuais de tributação da renda do trabalho, presentes nos tratados fiscais entre países, não acompanham as transformações do mercado de trabalho moderno e, por isso, precisam ser atualizadas para refletir melhor essa nova realidade (Beretta, 2025).

Apesar da importância da atuação do setor público em relação aos diferentes segmentos do turismo, Gomes (2020) argumenta que o turismo costuma ocupar uma posição secundária na formulação das políticas públicas, sendo frequentemente preterido por áreas consideradas mais urgentes ou politicamente vantajosas. O autor

diz que a existência de planos formais de turismo também demonstra o grau de importância que o Estado atribui à atividade e define suas prioridades estratégicas. Por fim, Gomes (2020) destaca que a ação pública em turismo pode assumir diferentes formas: direta, quando o Estado atua em áreas específicas como marketing, planejamento e gestão de atrativos; indireta, quando ações voltadas ao bem-estar do cidadão repercutem positivamente na experiência turística; ou mista, quando há integração entre ambas.

De acordo com Korossy, Holanda e Cordeiro (2022), o conceito de políticas públicas em turismo está ligado à atuação do Estado na regulação, planejamento e promoção do setor, sendo o marketing de destinos um de seus instrumentos estratégicos. Os autores afirmam que as ações de marketing estão diretamente relacionadas à oferta turística existente, que, por sua vez, depende de políticas e iniciativas voltadas à sua promoção e valorização perante o público-alvo. Dessa forma, o marketing turístico integra a política pública como meio de impulsionar a competitividade dos destinos e fortalecer sua imagem no mercado.

Segundo Gomes e Nunes (2014), de modo geral, no Brasil a responsabilidade pela promoção dos destinos turísticos recai diretamente sobre órgãos públicos, em contrapartida, em países como os Estados Unidos e diversas nações europeias, essa função está majoritariamente sob responsabilidade da iniciativa privada. Os autores dizem que nesses locais, entidades do setor turístico assumem o papel principal na divulgação dos destinos, enquanto o poder público atua mais no planejamento de determinadas estratégias. Dessa forma, conforme os autores, ainda que de maneira indireta, há uma integração da iniciativa privada no processo promocional, cabendo a ela o desenvolvimento de ações voltadas à promoção dos destinos turísticos. Por isso, além do órgão público dedicado ao turismo, os conselhos municipais de turismo assumem papel relevante ao promoverem a participação social nas decisões sobre as políticas públicas do setor e o fortalecimento do turismo como instrumento de desenvolvimento local (Silva; Gomes; Pessali, 2022).

Costa, Marques e Weber (2019) concluem que as políticas públicas de marketing turístico no Brasil ainda carecem de maior coerência interna, continuidade entre gestões e embasamento técnico nas metas propostas. Para fortalecer a efetividade destas políticas, segundo os autores citados, dizem é necessário aprimorar o planejamento e a avaliação dos planos, definir com mais precisão os mercados prioritários e ampliar a participação dos diversos atores envolvidos no

processo de formulação e execução das estratégias de promoção do destino Brasil.

Korossy, Holanda e Cordeiro (2022) observam, entretanto, um dos principais desafios enfrentados pelos destinos turísticos é a carência de indicadores que orientem a formulação e a avaliação das políticas públicas. Segundo os autores, os indicadores econômicos, sociais e culturais são imprescindíveis para o planejamento e a gestão do turismo, permitindo que o desenvolvimento ocorra de forma equilibrada e alinhada às necessidades locais e regionais.

Desse modo, para oferecer experiências positivas aos turistas, Seibel (2021) afirma que profissionais de marketing e gestores de turismo devem conhecer bem o destino e o público-alvo. Isso envolve o uso de informações confiáveis na comunicação e a valorização dos atrativos adequados, sendo essencial para o desenvolvimento sustentável do setor e para a ampliação dos benefícios do turismo para a sociedade. O marketing de destinos desempenha um papel fundamental na implementação das políticas turísticas, as quais devem estar integradas ao planejamento estratégico do desenvolvimento regional (Buhalis, 2000). Nesse sentido, o marketing turístico torna-se um canal essencial para alinhar os interesses econômicos, sociais e ambientais do território, contribuindo para o posicionamento competitivo dos destinos e para a construção de uma imagem coerente no mercado global.

De acordo com Cardozo, Fernandes e Holm (2017), reconhecida como uma das principais estratégias para a divulgação de produtos turísticos, a promoção atua como um instrumento essencial para atrair visitantes, consolidar a identidade de um destino, segmentar sua oferta e familiarizar o público com a experiência antes mesmo da viagem. Além de proporcionar espaços para a troca de informações entre viajantes, os autores citam que a promoção favorece o posicionamento estratégico do destino em um mercado caracterizado por ampla concorrência, baixa fidelização e intensa circulação de informações.

Os debates sobre imagem e promoção de destinos ocupam lugar de destaque nos estudos sobre turismo (Cardozo; Fernandes; Holm, 2017). Isso porque, ao promover um destino não se trata apenas de divulgar um local, mas de construir e transmitir uma imagem específica, seja por meio de fotografias, frases de efeito ou vídeos promocionais. Os autores argumentam que a promoção turística é, portanto, inseparável da imagem que se pretende projetar: não se promove turismo sem recorrer a elementos visuais e simbólicos que comuniquem, de forma persuasiva, a

proposta e o valor daquele destino.

Emmendoerfer *et al* (2023) observam que o marketing pode promover a imagem de um destino turístico ao agregar valor à sua marca e contribuir para a geração de renda na comunidade local. Podendo atuar no fortalecimento do sentimento de identidade por meio dos elementos simbólicos que representam e expressam a essência do destino, seja por seus modos de vida, costumes ou tradições culturais originárias (Emmendoerfer *et al*, 2023). Dessa forma, a atividade turística, quando integrada às estratégias de marketing, contribui para a divulgação de informações, valorização das qualidades locais, aumento do apelo ao público e fortalecimento da competitividade no mercado (Ribeiro, 2021).

Buhalis (2000) ressalta que a promoção de destinos turísticos tem se tornado cada vez mais competitiva no cenário global, o que exige que as regiões turísticas desenvolvam produtos inovadores, bem estruturados e capazes de se destacar no mercado. Nessa mesma linha, Songur e Turktarhan (2024) destacam que, diante do acirramento da concorrência no setor de viagens, torna-se necessário que os destinos integrem ferramentas digitais às estratégias tradicionais de marketing, a fim de potencializar sua visibilidade e atratividade. Entre essas ferramentas, as autoras citam as mídias sociais, que se destacam como o recurso mais eficaz, oferecendo um alcance global impressionante para destinos e empresas do setor turístico.

Bokunewicz e Shulman (2017) afirmam que o marketing de influência tem se consolidado como uma tendência em ascensão, na qual pessoas populares e inspiradoras nas redes sociais, muitas vezes reconhecidas como líderes de opinião, são recrutadas por empresas para promover suas marcas e aumentar sua visibilidade. Os autores pontuam que se tratando do contexto das organizações responsáveis pela promoção de destinos turísticos, os principais setores impactados financeiramente são as atrações locais, hotéis, restaurantes, museus e empresas que integram o destino. Esses atores se beneficiam diretamente do crescimento do fluxo turístico, impulsionado pelas ações estratégicas dessas organizações.

No cenário contemporâneo, Mafra *et al* (2023) dizem que o turismo tem se consolidado como uma atividade econômica em constante expansão. Sendo assim, áreas como a tecnologia e o marketing passaram a se integrar ao setor, promovendo a diversificação da oferta nos destinos por meio de ações estratégicas de divulgação e planejamento. Os autores citam um aspecto importante: o setor turístico tem se reinventado continuamente, permitindo a otimização de processos, a criação de novos

produtos e experiências, além de aprimorar a hospitalidade em diferentes níveis e facilitar a comunicação com os consumidores. O setor de viagens é apenas uma das muitas áreas impactadas pelas transformações no comportamento dos consumidores causadas pelas novas tecnologias (Ribeiro, 2021).

Songur e Turkutarhan (2024) evidenciam que as plataformas de mídia social se multiplicaram, criando um espaço funcional e eficiente para que diferentes setores, como o turismo, desenvolvam ações de marketing digital. As autoras dizem que o setor turístico, por sua vez, é um dos que mais rapidamente incorporam inovações tecnológicas, impulsionado pela demanda constante por comunicação e troca de informações. Dessa forma, o marketing por meio das redes sociais tem se destacado por oferecer recursos eficazes e econômicos, capazes de ampliar significativamente a visibilidade de empresas de viagem e turismo em nível global.

Na visão de Araujo (2023), a forma como o público percebe um destino turístico exerce grande influência nas escolhas e decisões dos viajantes, pois a atratividade de um local está diretamente relacionada à imagem que se constrói dele, o que pode aumentar ou diminuir o interesse dos turistas em visitá-lo. A autora complementa que essa percepção é formada a partir de múltiplas fontes, como meios de comunicação, indicações de amigos e familiares, avaliações de especialistas e, cada vez mais, pelas vivências compartilhadas por influenciadores digitais (também chamados de criadores de conteúdo): pessoas que ganham notoriedade nas redes sociais por criarem conteúdos específicos, desempenhando um trabalho imaterial (Borges, 2025) e que contam com seguidores que costumam compartilhar suas publicações (César, 2018). De fato, reconhecer os diferentes tipos de contas influentes pode ser visto como uma etapa inicial para a aplicação do marketing de influência em destinos turísticos (Bokunewicz; Shulman, 2017).

Nos últimos anos, a presença dos influenciadores digitais se intensificou no cenário turístico, tornando-se peças centrais nas estratégias de divulgação, já que sua habilidade de atingir e mobilizar grandes audiências os transforma em agentes fundamentais na construção da imagem dos destinos (Araujo, 2023). Essa imagem, por sua vez, é determinante para o êxito das ações de marketing. Ao apresentarem experiências autênticas e visuais atrativos, os influenciadores têm o poder de moldar percepções positivas - ou até negativas - sobre um lugar (Miranda; Figueiredo; Paiva, 2024; Araujo, 2023). Araujo (2023) conclui que a promoção e o marketing de destinos passam a desempenhar um papel decisivo na criação e

consolidação dessa imagem, utilizando desde campanhas publicitárias tradicionais até ações em redes sociais, participações em eventos do setor e parcerias com criadores de conteúdo digital.

Miranda, Figueiredo e Paiva (2024) dizem que destinos turísticos recebem visitantes que, ao compartilharem suas vivências, influenciam a decisão de outros viajantes sobre conhecer ou não aquele local. Os autores citam que esses comunicadores - que podem ser influenciadores digitais, jornalistas, profissionais de marketing, repórteres ou até celebridades envolvidas em campanhas promocionais - têm não apenas o papel de relatar experiências, mas também de orientar o público sobre práticas de turismo mais conscientes, incentivando o respeito à cultura local e à preservação ambiental.

Os blogueiros são responsáveis por criarem e gerenciarem blogs, enquanto os youtubers produzem conteúdo em seus canais no YouTube, sempre focando em temas de interesse do público (César, 2018). Muitas vezes, essas produções são financiadas por marcas que buscam divulgar seus produtos por meio de ações de marketing, o que confere a esses profissionais o título de influenciadores digitais, como é o caso de Anderson Dias (@196sonhos), que também atua como nômade digital.

Conforme Andrade e Medeiros (2023), a atuação dos influenciadores digitais é importante especialmente na divulgação de destinos turísticos. Os autores explicam que isso ocorre porque muitos jovens se identificam com o estilo de vida apresentado por blogueiras(os) que, em diversos casos, começaram a produzir conteúdo como um passatempo e, ao longo do tempo, transformaram essa atividade em uma carreira profissional de sucesso, alcançando conquistas expressivas.

De acordo com Seibel (2021), os profissionais de marketing têm mais chances de atrair seu público-alvo ao trabalharem e aprimorarem a maneira como os influenciadores digitais se conectam com seus seguidores. Sendo assim, os profissionais de marketing estimulam esses influenciadores a publicarem mais conteúdos e a incentivando seus seguidores a compartilharem as imagens com amigos e familiares. A autora aponta que é fundamental promover um maior engajamento por meio de conteúdo gerado pelos próprios usuários. Seibel (2021) conclui dizendo que os influenciadores podem contribuir com a promoção de destinos turísticos ao motivarem seus seguidores a publicarem ou compartilharem suas próprias fotos de viagem e a interagirem com perguntas sobre suas experiências e

preferências.

Dentre os influenciadores digitais, blogueiros e youtubers há aqueles que vivem como nômades digitais. Ay e Guzel (2024) dizem que apesar de os nômades digitais não ocuparem uma posição central nas estratégias tradicionais de marketing de destinos, eles atuam como influenciadores na promoção desses locais por meio dos conteúdos que produzem espontaneamente nas redes sociais durante suas jornadas. Os autores dizem que embora frequentemente classificados dentro das tipologias do turismo, os nômades digitais exercem influência no marketing e na promoção turística ao se posicionarem como agentes envolvidos nesse processo. Contudo, Ay e Guzel (2024) concluem que o impacto comunicacional está mais direcionado a nômades digitais em busca de novos destinos para viver ou trabalhar, assim como àqueles que desejam adotar esse estilo de vida - e não ao público turista convencional.

Ferreira e Souza (2025) indicam que a experiência positiva das pessoas expostas ao conteúdo do Instagram influencia diretamente na construção da imagem do destino turístico, além de estimular a intenção de visitá-lo. De acordo com as autoras, essa influência está relacionada ao aumento do conhecimento sobre as atrações turísticas e as opções de lazer disponíveis no local, as quais podem ser divulgadas tanto de forma espontânea quanto planejada na rede social. Ao analisar a relação entre o turismo e essa rede social, percebe-se a relevância da plataforma como meio de divulgação de destinos, atrações turísticas e dos serviços e profissionais disponíveis no setor (Andrade; Medeiros, 2023).

A atuação dos nômades digitais como promotores espontâneos ou estrategicamente engajados por marcas e gestores, amplia o alcance das campanhas promocionais, ao mesmo tempo em que insere elementos de autenticidade, identificação e desejo na construção da imagem turística (Kunar, 2024). Dado que a promoção turística depende fundamentalmente da comunicação visual e simbólica, o conteúdo produzido por esses influenciadores nômades representa uma forma eficaz e contemporânea de persuasão, reforçando a atratividade e a competitividade dos destinos que integram seus roteiros (Kilipiri; Papaioannou; Kotzaivazoglou, 2023).

Conforme Emmendoerfer *et al* (2023), além dos produtos turísticos oferecidos e dos serviços de apoio e orientação disponíveis, os destinos contam com recursos e atrações distribuídos por todo o seu território físico e geográfico, com destaque para os elementos de identidade cultural, social, ambiental e patrimonial. Esses fatores

compõem uma imagem singular e característica, diretamente ligada à vocação turística do local. Tal vocação é, inclusive, impulsionada por instâncias de governança e por estruturas político-administrativas que exercem papel fundamental no planejamento, na forma de gestão e no desenvolvimento do destino (Emmendoerfer *et al*, 2023). Nesse contexto, os autores citam que a comunidade local também se insere como parte essencial, atuando não apenas na recepção e atendimento ao visitante, mas também como um conjunto de agentes sociais que contribuem para definir o potencial turístico do lugar. Por isso, sua participação ativa nas decisões relacionadas à gestão e ao crescimento turístico é indispensável.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, serão descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa, bem como as etapas que a compuseram. Nos capítulos iniciais, o estudo apresentou um embasamento teórico construído com base em livros, artigos científicos publicados em periódicos e anais de eventos acadêmicos, abordando temas como nomadismo digital, turismo, redes sociais, influenciadores digitais e marketing de destinos turísticos. Esse levantamento bibliográfico permitiu organizar os principais conceitos, formando uma base teórica que sustenta a construção de um raciocínio capaz de definir e contextualizar o assunto investigado.

Pereira *et al* (2018) apontam que no contexto universitário, a realização de pesquisas é fundamental para encontrar respostas a problemas e para compreender os fenômenos que acontecem nas diferentes áreas do conhecimento. Ludke e André (1986) dizem que para desenvolver uma pesquisa, é necessário comparar os dados, evidências e informações reunidas sobre um determinado tema com o conhecimento teórico já existente. Esse processo parte da definição de um problema de pesquisa, que, além de despertar o interesse do pesquisador, também delimita o campo de estudo, orientando-o a concentrar sua investigação em uma área específica do saber, com a qual ele se compromete a contribuir naquele momento (Ludke; André, 1986).

#### 3.1 Tipo de Pesquisa

Esta monografia é caracterizada como uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza exploratória e descritiva. Segundo Martins (2004), a pesquisa qualitativa é compreendida como aquela que foca na análise de processos em pequena escala, investigando de forma aprofundada as ações sociais de indivíduos e grupos. Esse tipo de estudo realiza uma análise detalhada dos dados e se caracteriza por adotar uma abordagem flexível e não padronizada na interpretação das informações. A autora afirma que ao realizar uma análise detalhada e abrangente dos dados, os métodos qualitativos consideram as unidades sociais estudadas como conjuntos complexos e integrados, que exigem do pesquisador um olhar atento e sensível à totalidade do fenômeno investigado.

Em se tratando de pesquisas qualitativas, Ludke e André (1986) dizem que os aspectos a serem observados são definidos, principalmente, pelos objetivos

específicos do estudo, os quais se baseiam em um referencial teórico previamente elaborado pelo pesquisador. A partir desses objetivos, o pesquisador inicia a coleta de dados procurando manter uma visão ampla do fenômeno, sem se afastar dos pontos centrais de sua investigação.

Almeida (2021) diz que o método qualitativo examina, avalia e interpreta os dados a partir de uma perspectiva psicossocial, reconhecendo a existência de uma relação entre o indivíduo e a realidade concreta, algo que não pode ser plenamente compreendido apenas por meio de números. O autor conclui que, dessa forma, o método qualitativo se apoia na análise e interpretação dos fenômenos sociais, sem depender do uso de fórmulas matemáticas ou estatísticas.

As pesquisas exploratórias de acordo com Gil (2008), têm como objetivo principal aprofundar, esclarecer ou reformular conceitos e ideias, com o intuito de permitir a definição de problemas mais específicos ou a criação de hipóteses que possam ser investigadas em estudos futuros. Esse tipo de investigação é especialmente utilizado quando o assunto escolhido ainda é pouco estudado, o que dificulta a formulação de hipóteses claras e viáveis de serem testadas, como é o caso do tema principal aqui apresentado: nomadismo digital.

Gil (2008) caracteriza também as pesquisas descritivas, as quais têm como principal finalidade descrever as características de uma população ou fenômeno específico, assim como identificar possíveis relações entre variáveis. As pesquisas descritivas, ao lado das exploratórias, estão entre as mais comuns entre os pesquisadores da área social que buscam uma aplicação prática de seus estudos e são amplamente requisitadas por instituições como escolas, empresas, partidos políticos, entre outras organizações.

Aplicando essa reflexão ao contexto dessa monografia, ao procurar compreender a relação entre o nomadismo digital e destinos turísticos, foi preciso definir os procedimentos metodológicos para sua execução. Para isso, optou-se pela realização de uma pesquisa bibliográfica e documental, com o intuito de analisar o referido fenômeno e identificar conteúdos que apresentam exemplos concretos dos impactos do nomadismo digital em destinos turísticos em distintas localidades.

### 3.2 Coleta e Análise dos Dados

A pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental são, em alguns casos, tratadas como se fossem equivalentes. Embora possam se complementar, Arantes (2025) cita que existem diferenças claras e relevantes entre essas abordagens metodológicas, e confundi-las de forma não intencional pode levar a interpretações equivocadas, comprometer a credibilidade e prejudicar a validade do trabalho científico.

Segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa bibliográfica é realizada com base em materiais previamente publicados, como livros, revistas, artigos científicos etc. Os autores citam que o principal objetivo é proporcionar ao pesquisador um contato direto com o conjunto de conhecimentos já produzidos sobre o tema investigado. Todavia, a pesquisa documental utiliza materiais que ainda não passaram por uma análise aprofundada ou que podem ser reinterpretados conforme os propósitos do estudo (Prodanov; Freitas, 2013).

A pesquisa bibliográfica foi realizada, como proposto por Sousa, Oliveira e Alves (2021), com o objetivo de aprofundar o conhecimento por meio da análise científica de obras já publicadas. Além disso, com base nos resultados obtidos, buscou-se responder a alguns questionamentos levantados ao longo do estudo, tais como: de que maneira o nomadismo digital contribui para a promoção dos destinos turísticos? E quais diretrizes podem ser propostas para o desenvolvimento dessa prática em tais localidades?

De acordo com Severino (2014), a pesquisa documental utiliza como fonte diversos tipos de documentos, compreendidos em um sentido amplo, não se limitando apenas aos impressos, mas incluindo também jornais, fotografias, filmes, gravações e documentos legais. O autor complementa que nesses casos, os materiais ainda não passaram por uma análise interpretativa, sendo considerados dados brutos que servirão de base para que o pesquisador conduza sua investigação e desenvolva sua análise. Esse é, inclusive, o enfoque adotado nesta monografia, que também utiliza fontes documentais como abordagem para a construção do estudo.

As fontes de coleta incluíram sites oficiais de turismo, portais de notícias renomados, canais de mídia institucional, plataformas de vídeo e documentos disponíveis em órgãos públicos. A seleção dos materiais seguiu critérios de relevância temática, autenticidade e atualidade, priorizando conteúdos publicados entre os últimos cinco anos e que apresentassem relação direta com o fenômeno estudado.

Além dos vídeos utilizados para compreender a representação dos nômades digitais e a divulgação de determinados lugares, foram analisados também documentos oficiais, reportagens e materiais institucionais. Entre os documentos, incluem-se a Resolução CNIG nº 45/2021 que institui regras para a obtenção de visto e residência temporária para estrangeiros; a parceria da Embratur firmada com a NomadX; iniciativas como das prefeituras do Rio de Janeiro e de Fortaleza para atrair nômades digitais, como também planos de turismo, estratégias de marketing territorial, campanhas governamentais, relatórios de órgãos públicos e conteúdos midiáticos que abordem o turismo digital e o uso de influenciadores na promoção de destinos.

Conforme Bardin (1977), a análise de conteúdo é caracterizada por um conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez mais refinados e em constante evolução, aplicados a discursos - analisando o que é dito e como é dito - que são extremamente diversos. A análise de conteúdo, ao longo do tempo, tem sido aplicada a uma ampla variedade de fontes de dados, incluindo notícias de jornais, discursos políticos, cartas, propagandas, documentos oficiais, entrevistas, vídeos, filmes, fotografias, revistas, autobiografias, entre outros tipos de materiais (Silva; Fossá, 2015).

Para a realização desta pesquisa, foram coletadas citações de autores de livros, artigos acadêmicos, vídeos e reportagens que abordavam categorias que dialogavam com nomadismo digital, mobilidade global e marketing de destinos turísticos, tais como: tecnologia, modelos de trabalho, globalização, mobilidade, relações sociais, trabalho remoto, pandemia da COVID-19, políticas públicas, profissões, destinos, segmentos do turismo, marketing, possibilidades, novos perfis de viajantes, redes sociais, mídias digitais, blogueiros de viagem, geração de renda, promoção de destinos turísticos, estratégias de governos, críticas, tributação, políticas migratórias, Estado, oferta turística, planejamento estratégico, promoção, marketing de influência, influenciadores digitais, comunidade como parte essencial.

As categorias definidas a partir do referencial teórico nortearam a seleção e a análise dos materiais, levando em conta tanto a frequência com que apareciam quanto o contexto e o posicionamento em que eram apresentados. Esse material serviu como base para a análise e interpretação dos temas propostos, permitindo caracterizar as políticas públicas no Brasil e em outros países voltadas para os nômades digitais com enfoque no turismo e propor diretrizes para o desenvolvimento do nomadismo digital em destinos turísticos.

## **4 RESULTADOS**

### **4.1 Políticas Públicas e a Promoção do Nomadismo Digital em Destinos Turísticos Nacionais e Internacionais**

#### **4.1.1 Políticas Públicas para Nomadismo Digital no Brasil**

Farias (2025) evidencia que a legislação brasileira, embora tenha regulamentado o teletrabalho apenas em 2017 por meio da Reforma Trabalhista, permanece insuficiente para abarcar as especificidades do nomadismo digital. A autora menciona que atualmente não existe norma específica sobre essa modalidade, sendo aplicáveis apenas, de forma indireta, as previsões das Leis nº 13.467/2017 e nº 14.442/2022. Quando comparada à legislação de países europeus, como Portugal e França, Farias (2025) diz que a regulação nacional se mostra claramente deficiente no que se refere à proteção do trabalhador.

O estudo realizado por Farias (2025) também ressalta que brasileiros com vínculo empregatício em empresas nacionais e que optam por atuar como nômades digitais no exterior enfrentam lacunas protetivas, enquanto estrangeiros que escolhem o Brasil como residência temporária encontram barreiras relacionadas à soberania dos Estados, o que limita a eficácia das decisões da Justiça do Trabalho e demanda acordos de cooperação internacional. Farias (2025) expõe a situação dos trabalhadores autônomos e prestadores de serviços por pessoa jurídica revela-se ainda mais crítica, pois, por não estarem abrangidos pela CLT, permanecem sem qualquer proteção legal, sujeitos a exploração e insegurança jurídica. Nesse sentido, conclui-se que a regulamentação existente é insuficiente, sendo necessária a elaboração de uma legislação específica que contemple tanto trabalhadores com vínculo empregatício quanto aqueles que atuam de forma independente.

Conforme Resolução CNIG nº 45/2021, publicado pelo Ministério da Justiça de Segurança Pública, o Brasil institui regras para a obtenção de visto e residência temporária para estrangeiros - também utilizado como visto de residência para nômades digitais - que possam se ocupar profissionalmente em regime de trabalho remoto sem vínculo empregatício no território nacional (Brasil, 2021). De acordo com a Resolução, o visto tem inicialmente um ano de validade, prorrogável por mais um ano e o requerente deve comprovar a condição de nômade digital, por meio de documento que ateste a possibilidade de exercício remoto da atividade, como contrato

de trabalho ou de prestação de serviços a empresa estrangeira e de declaração de renda, de US\$ 1.500,00 por mês ou mais de US\$ 18.000,00 de saldo bancário. A resolução possui mais informações sobre a obtenção do visto, inclusive que se deve realizar o registro junto à Polícia Federal, para emissão da CRNM (Carteira de Registro Nacional Migratório), nos primeiros 90 dias de estadia em caso de visto temporário ou até 30 dias após a aprovação da Autorização de Residência (Brasil, 2021).

Embratur (2025) firmou um protocolo de intenções com a plataforma internacional *NomadX*, com o objetivo de posicionar o Brasil como destino atrativo para nômades digitais. A parceria foi formalizada durante a *WTM Latin America* e tem como foco a promoção segmentada do turismo, visando atrair profissionais que trabalham remotamente enquanto viajam. A ação prevê o aumento da oferta de destinos brasileiros na plataforma e o desenvolvimento de estratégias promocionais voltadas a esse público específico. Segundo a Embratur, a iniciativa busca reforçar a imagem do Brasil como país com infraestrutura, conectividade e serviços adequados ao trabalho remoto, além de destacar os atrativos culturais e naturais do território nacional. Já a *NomadX* vê no Brasil um grande potencial ainda pouco explorado, considerando fatores como hospitalidade, biodiversidade e autenticidade cultural (Embratur, 2025).

Segundo a reportagem de Livia Albernaz (2025), durante a reunião dos ministros do Turismo do BRICS, foi aprovada a Declaração do Cerrado. Estabelecendo três eixos estratégicos para a cooperação internacional no turismo, entre elas o reconhecimento do potencial dos nômades digitais como vetor de inovação, inclusão e desenvolvimento no setor turístico. De acordo com a notícia, o documento destaca a importância de facilitar a atração desse público por meio de medidas específicas, como a simplificação de vistos, a ampliação da conectividade digital e a melhoria da infraestrutura local. Além disso, recomenda o desenvolvimento de ações promocionais conjuntas entre os países do BRICS para aproveitar o crescimento do trabalho remoto, impulsionando o turismo e o desenvolvimento econômico nas regiões receptoras. Essa iniciativa demonstra a crescente atenção internacional ao nomadismo digital como uma estratégia para fortalecer o turismo sustentável e inclusivo (Albernaz, 2025).

O Relatório de Internacionalização do Brasileiro 2023, criado pela empresa Settee trouxe dados relevantes sobre o nomadismo digital. Segundo a pesquisa,

apenas 5,7% dos respondentes já eram nômades digitais, mas o dado mais significativo foi que 54,1% afirmaram ter planos de adotar esse estilo de vida nos próximos dois anos. Isso aponta para uma tendência crescente de adesão ao nomadismo no curto prazo. O estudo evidencia que, embora a prática efetiva ainda seja limitada, há um forte interesse latente entre brasileiros em se tornar nômades digitais, refletindo um movimento em expansão dentro da internacionalização pessoal e profissional (Settee, 2023).

Amarante e Caliendo (2025) afirma que o contexto contemporâneo demanda que o Brasil atualize suas normas fiscais, adequando-as à realidade do nomadismo digital. Os autores mencionam que a modernização do sistema tributário deve abranger não apenas a implementação de mecanismos de controle e fiscalização, mas também a redefinição dos conceitos de domicílio fiscal e estabelecimento permanente. Com essas mudanças, o país poderá equilibrar a atração de nômades digitais com a manutenção de sua competitividade internacional, ao mesmo tempo em que protege sua base tributária de possíveis perdas.

Para assegurar uma tributação justa e eficiente, é necessário estabelecer regras que considerem as particularidades desses profissionais, como a ausência de vínculos territoriais fixos, além de adotar critérios claros para determinar domicílio fiscal e tributação sobre renda global (Amarante; Caliendo, 2025). Os autores concluem que a cooperação internacional será crucial para prevenir bitributação e evasão fiscal, dessa forma, o Brasil não apenas preserva sua arrecadação, mas também se posiciona estrategicamente no cenário global, atraindo talentos e fortalecendo sua economia.

De acordo com a reportagem de Camila Araújo (2025) para o jornal O Globo, o Rio de Janeiro liderou o ranking de dez destinos mais procurados por nômades digitais, segundo um estudo divulgado pelo portal *Aviation Direct*. A publicação foi citada na sexta edição da revista eletrônica *Tendências do Turismo*, elaborada pelo Ministério do Turismo, em parceria com a Embratur, que diz que o Rio de Janeiro foi eleito o melhor destino para nômades digitais em um ranking internacional, superando cidades como Bangkok e Buenos Aires. O estudo levou em conta fatores como temperatura agradável, baixo custo de vida e boa qualidade da internet. A matéria também menciona o evento *The Nomad World (TNW)*, que reuniu cerca de 300 profissionais do trabalho remoto na cidade em 2025. A pesquisa que colocou o Rio no topo será usada para impulsionar ainda mais o setor turístico na cidade.

O certificado *Rio Digital Nomads*, criado pela Prefeitura do Rio de Janeiro, funciona como um selo de autenticação oferecido pela Riotur (empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro) a hotéis, hostels e espaços de *coworking* que aderirem ao programa de incentivo ao nomadismo digital. De acordo com a reportagem publicada pela Prefeitura do Rio, esse selo identifica os estabelecimentos que oferecem tarifas especiais para estadias de longa permanência e infraestrutura adequada para receber nômades digitais. Até a data de publicação da matéria, já eram 56 hotéis, 14 hostels e 18 espaços de *coworking* cadastrados no Rio. A proposta é estimular o turismo voltado a esse público, garantindo opções com bom custo-benefício para quem deseja viver temporariamente na cidade enquanto trabalha remotamente. Além disso, o programa busca alinhar o Rio de Janeiro a destinos internacionais que já são referência nesse segmento, fortalecendo a imagem da cidade como um polo de acolhimento de nômades digitais na América do Sul (Prefeitura do Rio de Janeiro, 2021).

A *NomadX* atua em parceria com prefeituras de cidades como Rio de Janeiro e Porto - Portugal, além de outros destinos internacionais, com o objetivo de expandir suas comunidades voltadas a nômades digitais. Por meio de colaborações com espaços de *coworking*, iniciativas de *coliving* e marcas de referência no setor, a empresa busca desenvolver comunidades especialmente pensadas para nômades digitais, com gestão e participação ativa desses próprios profissionais itinerantes (NomadX, 2025).

Segundo reportagem de Fernanda Mueller (2023), Florianópolis tem se destacado como um dos principais destinos para nômades digitais no Brasil. Em fevereiro de 2023, a cidade registrou o maior número de nômades cadastrados na plataforma *Nomad List* desde 2014, totalizando 4,4 mil pessoas. Os dados indicam que esses profissionais permanecem, em média, 27 dias na cidade, com uma taxa de retorno de 15% e gasto mensal médio de US\$ 1.910. A repórter destaca ainda depoimentos de viajantes, apontando as belezas naturais e a vida noturna como fatores de atração, comparando Florianópolis a destinos como Bali e Medellín. Ressaltando o ambiente acolhedor, a relativa segurança e a facilidade de integração por falar português.

De acordo com a Prefeitura de Fortaleza, por meio da Secretaria Municipal do Turismo (Setfor), criou o “Projeto Nômades Digitais”, com o objetivo de posicionar a cidade como o principal polo desse público no Nordeste. A iniciativa busca atrair

profissionais que atuam de forma on-line e têm liberdade para escolher onde viver e trabalhar. Para participar, os estabelecimentos interessados podem se credenciar e receber o selo Nômade Digital, concedido àqueles que oferecem boas condições para o trabalho remoto - como internet de alta velocidade, atendimento bilíngue e descontos para estadias prolongadas (no caso de hotéis) ou espaços de *coworking* adequados. Até agosto de 2023, cerca de 20 locais, entre hotéis, restaurantes, bares, barracas de praia e *coworkings*, já foram certificados (Prefeitura de Fortaleza, 2023). Ainda de acordo com a prefeitura, o projeto ajuda Fortaleza a se posicionar como uma cidade inteligente e acolhedora para trabalhadores remotos, atraindo investimentos e estimulando um desenvolvimento urbano mais sustentável e globalizado.

Brasília, por sua vez, foi eleita a melhor cidade do mundo para nômades digitais, superando destinos como Lisboa, Madri e Buenos Aires, segundo a plataforma norte-americana *InsureMyTrip*, conforme reportagem para a Agência Brasília (Jordão, 2025). Segundo a reportagem o ranking considerou fatores como qualidade da internet, custo de vida, segurança, felicidade da população e infraestrutura, nos quais a capital brasileira obteve destaque com nota 7,26. A reportagem também aponta que Alexandre Villain, secretário de Ciência, Tecnologia e Inovação de Brasília atribui o reconhecimento aos investimentos em tecnologia e qualidade de vida, destacando programas como Wi-Fi Social, Gamifica DF e Brasili.IA, além da realização de eventos como a Campus Party e o Innova Summit. Com um custo médio mensal de US\$ 819, voos diretos para todo o país e nove destinos internacionais, além da proximidade da Chapada dos Veadeiros, Brasília vem se consolidando como uma cidade inteligente, acolhedora e atrativa para profissionais que buscam aliar trabalho remoto, cultura e bem-estar (Jordão, 2025). Os eventos para nômades digitais fortalecem o marketing dos destinos ao promover cidades conectadas e inovadoras, atraindo profissionais que impulsionam o turismo, a economia local e a visibilidade internacional do Brasil.

Em um vídeo publicado pelo perfil @travel.projekt na plataforma TikTok, o usuário apresenta a cidade de João Pessoa, capital da Paraíba como um dos melhores destinos para nômades digitais. O perfil compara com outras cidades, como São Paulo e Rio de Janeiro que em sua opinião não seriam páreo para João Pessoa, como também apresenta valores de alimentos, diversão e praias seguras. Ao articular estética e informação, conteúdos como o do perfil @travel.projekt não apenas influenciam a percepção do público, mas também contribuem para decisões de visita

e engajamento, consolidando-se como ferramentas fundamentais no marketing territorial e na atração de novos visitantes.

Portanto, ainda que o tema esteja em consolidação, observa-se um crescente reconhecimento do potencial dos nômades digitais como agentes de dinamização econômica e promoção internacional dos destinos brasileiros, evidenciando a necessidade de políticas públicas para sustentar esse modelo de mobilidade contemporânea. Neste contexto, as políticas públicas voltadas ao nomadismo digital no Brasil representam um movimento recente de adaptação do país às transformações nas formas de trabalho e mobilidade. Ao buscar integrar inovação e turismo, essas iniciativas refletem o esforço de governos locais em atrair profissionais qualificados e impulsionar o desenvolvimento regional.

#### 4.1.2 Políticas Públicas no Contexto Internacional para Nomadismo Digital

A Nova Zelândia adotou em 2025 uma abordagem mais flexível ao permitir o trabalho remoto com visto de visitante, abrindo espaço para que estrangeiros possam permanecer por até 90 dias, com extensão possível para nove meses (Corlett, 2025). Corlett (2025) explica que embora não seja um visto específico, a política da Nova Zelândia facilita a entrada de nômades digitais, estimulando a economia local pelo consumo e investimento desses profissionais sem competir com trabalhadores locais, tornando o país mais atrativo para talentos internacionais e fortalecendo o crescimento econômico.

O artigo de Tenaya e Husain (2024), intitulado “A intersecção da adaptação intercultural de nômades digitais e balineses”, investiga a convivência entre a comunidade local de Bali e os nômades digitais que têm se instalado na ilha.

A adaptação da sociedade balinesa à presença de nômades digitais envolve um complexo processo de comunicação intercultural que se estende além dos aspectos culturais. A forma como os nômades digitais e a sociedade local interagem e se entendem é influenciada pelos diversos padrões de comunicação que utilizam. Diferenças culturais, normas sociais e diferenças linguísticas afetam a forma como esses dois grupos se comunicam (Tenaya; Husain, p.1143, 2024, tradução do autor).

Os autores apontam os aspectos positivos, em que se destaca o aumento das oportunidades econômicas, como o crescimento da demanda por serviços voltados aos nômades digitais (*coworkings*, cafés, acomodações, aulas de surf, entre outros), além da melhoria na infraestrutura de Bali, especialmente em conectividade e serviços

urbanos. Entretanto, Tenaya e Husain (2024) chamam a atenção para os efeitos negativos dessa presença. Um dos principais problemas identificados é a gentrificação, já que o aumento da procura por imóveis por parte de estrangeiros provoca uma elevação nos preços dos aluguéis e do custo de vida, tornando-os inacessíveis para muitos moradores locais. O estudo reforça a necessidade de promover políticas e práticas que estimulem um intercâmbio cultural mais equitativo e respeitoso, visando garantir uma convivência sustentável e benéfica para ambas as partes.

Tubba (2025), em seu vídeo “Quanto Custa Morar na Tailândia em 2025”, analisa as experiências e condições de vida na Tailândia para diferentes perfis de viajantes, incluindo nômades digitais, mochileiros e aposentados, destacando as particularidades do estilo de vida remoto no país. Portanto, essas estratégias se manifestam de formas distintas, evidenciando como a comunicação audiovisual contribui para consolidar cidades nacionais e internacionais como atrativas para nômades digitais e influenciar decisões de deslocamento desse público.

De acordo com a reportagem de Danai Kupemba (2024) para a BBC News, cada nômade digital gasta em média US\$ 2.700 durante sua estadia na Cidade do Cabo, na África do Sul, o que contribui significativamente para a economia local e tornou a cidade um destino cada vez mais popular entre os nômades digitais. Com paisagens deslumbrantes, clima agradável e custo de vida relativamente baixo (especialmente para quem recebe em moeda estrangeira), a Cidade do Cabo atrai, sobretudo, estrangeiros ocidentais e os benefícios econômicos desse fenômeno são ressaltados pelas autoridades locais da região.

A reportagem cita que a infraestrutura urbana da Cidade do Cabo, aliada à possibilidade de integrar trabalho e lazer, torna a cidade ideal para esse público. De acordo com Kupemba (2024), o governo sul-africano chegou, inclusive, a propor a criação de um visto especial para trabalhadores remotos internacionais. Muitos visitantes relatam experiências positivas, destacando a receptividade da comunidade e a variedade de atividades disponíveis, como trilhas, surfe e mergulho livre.

No entanto, a presença crescente desses profissionais estrangeiros tem gerado críticas por parte de moradores locais. A criadora de conteúdo Az’emahle Dyubeni afirma estar sendo “expulsa” da cidade onde viveu toda a vida, devido à alta nos preços de moradia. Segundo ela, o aumento no número de nômades digitais, impulsionado especialmente após a pandemia de Covid-19, tornou a Cidade do Cabo

praticamente inabitável para quem nasceu lá. O impacto é especialmente visível no setor imobiliário. Embora o governo municipal afirme estar comprometido em proteger as comunidades locais e promover um desenvolvimento equilibrado, muitos moradores sentem que suas necessidades estão sendo ignoradas em prol do turismo de elite (Kupemba, 2024).

Como descreve Dobson (2025) em reportagem para a Revista Forbes, com base em um estudo da empresa britânica *Dojo*, foi divulgado um ranking das 20 melhores cidades para nômades digitais em 2025. A pesquisa avaliou 237 cidades ao redor do mundo considerando fatores como velocidade da internet, custo de vida, opções de visto, liberdade na internet e qualidade de vida. A análise revelou que a Itália domina a lista, sendo Gênova a cidade mais bem avaliada devido à sua excelente infraestrutura digital, baixo custo de vida e a introdução de um novo visto para nômades digitais. Além de Gênova, outras cidades italianas que se destacaram no ranking foram Bari, Catânia, Florença, Palermo, Roma, Turim e Bolonha. A Espanha também aparece com força na lista, com Valência, Las Palmas, Sevilha, Zaragoza, Madri, Bilbao e Múrcia entre as cidades mais bem avaliadas. O Canadá se mostrou um destino atrativo para nômades digitais, destacando-se com Quebec, Ottawa, Montreal, Oshawa e Hamilton.

Conforme Medeiros e Abreu (2025), a Itália apresenta a mais elevada média etária dos nômades digitais entre os países europeus, o que coloca desafios significativos em termos de renovação demográfica e sustentabilidade socioeconômica. Segundo Diaz (2024), a Itália implementou em 2024 um visto específico para nômades digitais, voltado a profissionais altamente qualificados que atuam de forma remota para empresas estrangeiras. O programa permite residência de até um ano, com possibilidade de renovação, e exige renda mínima anual de cerca de US\$ 30 mil, além de seguro de saúde (Diaz, 2024). Paralelamente, de acordo com Medeiros e Abreu (2025), o governo italiano tem direcionado investimentos em áreas como tecnologia da informação, transporte e infraestrutura, com o intuito de criar condições atrativas para a instalação de trabalhadores móveis, em especial nômades digitais. A expectativa é de que a presença desses profissionais contribua para dinamizar o desenvolvimento econômico, sobretudo em regiões rurais e menos povoadas, tradicionalmente marcadas por processos de despovoamento (Medeiros; Abreu, 2025).

Em seu estudo de caso, realizado na ilha de Gran Canaria, destino popular na

Europa, Hannonen *et al* (2023) dizem que a presença de profissionais qualificados na ilha contribuiu para uma troca informal de conhecimentos com os residentes e provocou transformações nas dinâmicas de trabalho entre prestadores de serviços e nômades digitais. O estudo mostrou que integrar sistematicamente os nômades digitais às estratégias de marketing e comunicação dos destinos pode ser altamente vantajoso - especialmente para comunidades que desejam atrair esse perfil de visitante.

Hannonen *et al* (2023) afirmam que impulsionada tanto pela popularização do trabalho remoto quanto por ações de marketing bem direcionadas, a cidade de Las Palmas, capital da ilha, rapidamente ascendeu no ranking do site *nomadlist.com*, tornando-se um dos destinos mais procurados do mundo por nômades digitais. O site *nomadlist.com* é uma plataforma interativa que reúne dados e recursos voltados a nômades digitais, compilando avaliações de usuários sobre diversas cidades ao redor do mundo, com o objetivo de auxiliar esses profissionais a identificar os destinos mais adequados para viver e trabalhar de forma remota (Lemos; Dantas, 2024).

A compreensão das demandas profissionais dos nômades digitais em Las Palmas estimulou o surgimento de novos empreendimentos, como espaços de *coworking* e co-living. Hannonen *et al* (2023) dizem que paralelamente, diversas empresas buscaram ajustar seus serviços para se alinhar à rotina de trabalho desse público - incluindo estilo de vida, lazer, trabalho remoto, conectividade digital. Entre as mudanças mais significativas no período pós-pandemia, destaca-se não apenas o crescimento e a diversificação dos espaços de *coworking*, mas também a adaptação do setor hoteleiro, que passou a integrar ambientes adequados ao trabalho remoto em suas estruturas (Hannonen *et al*, 2023).

De acordo com Poulaki *et al* (2023), ao falarem especificamente sobre a Grécia, os nômades digitais, como um segmento de mercado, podem contribuir significativamente para o fortalecimento do país enquanto marca de destino. Em primeiro lugar, ao optarem por viver temporariamente em regiões menos povoadas, esses profissionais colaboram com a revitalização de áreas que enfrentam declínio populacional. Além disso, sua presença impulsiona novas formas de hospitalidade e amplia a oferta de serviços voltados para esse perfil de viajante. Os autores apontam que a atividade econômica também é beneficiada, tanto por meio do consumo direto em empresas locais e do aluguel de imóveis quanto pelo aumento da arrecadação tributária para o Estado. Por fim, os autores dizem que os nômades digitais exercem

um papel relevante na promoção espontânea dos destinos que frequentam, utilizando redes sociais e suas comunidades virtuais para compartilhar experiências e divulgar as qualidades dos locais onde residem temporariamente.

Mendoza, Herrera e Martínez (2024) analisam o impacto socioeconômico e espacial dos nômades digitais em três cidades turísticas mexicanas. Os autores demonstram que esses destinos passaram por um processo de reconfiguração urbana e econômica, impulsionado por políticas públicas locais que buscaram atrair trabalhadores remotos de alta renda. Segundo os autores, em La Paz (capital do estado mexicano de Baja California), as ações governamentais enfatizaram o turismo sustentável e a conservação ambiental, projetando a cidade como um polo “ecológico” para nômades. Eles acrescentam que em Mazatlán o foco foi a revitalização patrimonial e modernização urbana voltadas à turistificação, resultando em tensões culturais e gentrificação. Já em Puerto Vallarta destacam a promoção de incentivos à infraestrutura digital e espaços de *coworking*, alinhando-se à imagem de destino cosmopolita e conectado. Essas políticas, embora gerem benefícios econômicos e aumento da arrecadação turística, também provocaram impactos sociais significativos, como o aumento do custo de vida, deslocamento de residentes locais e perda de identidade cultural (Mendoza; Herrera; Martínez, 2024).

Diante do exposto, Mendoza, Herrera e Martínez (2024) evidenciam que o México, sem uma legislação federal específica para nômades digitais, opera com lacunas regulatórias, o que agrava os efeitos da gentrificação. Contudo, ainda de acordo com os autores, parcerias como a do governo de Baja California Sur com a plataforma Airbnb, e propostas legislativas de criação de vistos para teletrabalho internacional, indicam um movimento político para formalizar e aproveitar o potencial econômico do fenômeno. Assim, os autores sugerem que a ausência de regulação coordenada entre níveis federal e local compromete o equilíbrio entre o desenvolvimento turístico e a preservação das dinâmicas socioculturais dos destinos receptores.

No que se refere à América Latina, Vega (2024) afirma que a Colômbia tem se destacado como destino atraente para nômades digitais devido a fatores como custo de vida acessível, infraestrutura digital em expansão e políticas governamentais de incentivo ao turismo e à tecnologia. A autora evidencia que variáveis socioeconômicas, como qualidade de vida, segurança, conectividade e custo de vida, são determinantes para essa atratividade, tanto em grandes cidades quanto em outras

regiões do país. Vega (2024) diz que ao alavancar seus pontos fortes - diversidade cultural, belezas naturais e tecnologia em crescimento - a Colômbia pode consolidar-se como um polo global de inovação, empreendedorismo e nomadismo digital. A autora conclui que será necessário continuar aprimorando conectividade, simplificando processos de imigração, garantindo segurança urbana e digital, e desenvolvendo serviços turísticos adaptados às demandas dos nômades digitais.

O relatório da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2022) sobre vistos para digitais nômades trata de aspectos complementares do fenômeno do nomadismo digital e das políticas públicas associadas a ele. O documento da OCDE analisa o surgimento dos vistos para nômades digitais como resposta à crise do turismo durante a pandemia e à crescente digitalização do trabalho. Mostra que tais políticas buscam atrair trabalhadores estrangeiros com renda externa, oferecendo residência temporária e, em alguns casos, incentivos fiscais. Entretanto, o texto ressalta as limitações e desafios dessas políticas: a dificuldade de mensurar benefícios econômicos locais, o risco de competição fiscal entre países e os custos administrativos de gestão desses programas. Assim, a OCDE evidencia que os vistos para nômades digitais se tornaram instrumentos de política pública voltados à recuperação econômica e à atração de talentos, mas ainda carecem de dados que comprovem sua eficácia real no desenvolvimento dos destinos turísticos.

Já o parecer do Comitê Econômico e Social Europeu (2024), amplia o debate ao abordar os impactos tributários globais da mobilidade digital e o crescimento do teletrabalho transfronteiriço. O comitê aponta que o atual sistema internacional de tributação, baseado na presença física do trabalhador, está desatualizado frente às novas formas de trabalho remoto e nômade. Propõe, portanto, mecanismos de partilha de receitas fiscais entre países e possíveis revisões nos tratados bilaterais, de modo a equilibrar o direito de tributação entre o país do empregador e o país de residência do trabalhador. Essa discussão é crucial para destinos turísticos que buscam atrair nômades digitais, pois revela a necessidade de harmonizar políticas migratórias, fiscais e territoriais. Em conjunto, os artigos da OCDE (2022) e do Comitê Europeu (2024) mostram que o nomadismo digital não é apenas um fenômeno de mobilidade e turismo criativo, mas também um desafio de governança pública internacional, exigindo políticas coordenadas que unam inovação, regulação fiscal e sustentabilidade local.

Em conclusão, as políticas públicas internacionais para o nomadismo digital

refletem um esforço crescente dos governos em adaptar suas legislações e programas de vistos às novas dinâmicas do trabalho remoto, buscando atrair profissionais qualificados, estimular o consumo e investimento no país e fortalecer o crescimento econômico local. Essas iniciativas evidenciam a valorização do trabalho remoto como instrumento estratégico de desenvolvimento, mostrando que o nomadismo digital é cada vez mais reconhecido como um componente relevante para a competitividade internacional.

#### **4.2 Diretrizes para o Nomadismo Digital em Destinos Turísticos**

Nômades digitais, profissionais que utilizam recursos tecnológicos para trabalhar de qualquer lugar do mundo, representam uma oportunidade estratégica para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos. Para que os municípios possam aproveitar esse fenômeno de forma planejada e eficiente, torna-se fundamental estabelecer diretrizes específicas que orientem políticas públicas, investimentos e parcerias voltadas à atração e à permanência desse novo perfil de visitante-trabalhador.

Com base na experiência empírica, é essencial que os destinos desenvolvam infraestruturas adequadas de conectividade e espaços de trabalho remoto. A qualidade da internet é um primeiro fator determinante para a decisão dos nômades digitais na escolha de um local de estadia. Assim, municípios podem priorizar investimentos em redes de fibra óptica, sinal de Wi-Fi público em áreas centrais e turísticas, além da criação ou incentivo à instalação de *coworkings* municipais, hubs de inovação e espaços colaborativos de trabalho. Tais locais não apenas fortalecem a atratividade do destino, mas também promovem a interação entre moradores locais, empreendedores e visitantes estrangeiros, fomentando a economia criativa.

É necessário que o poder público incentive e regule opções de locação temporária de médio e longo prazo, com normas claras que conciliem o interesse dos moradores e a oferta para trabalhadores remotos. Parcerias com o setor privado podem resultar em programas de moradia flexível, com benefícios fiscais ou certificações de “acomodação amigável ao nômade digital”. Esse tipo de iniciativa contribui para a descentralização do turismo, estimulando o uso de imóveis ociosos e o fortalecimento do comércio local. Além disso, recomenda-se que os destinos desenvolvam estratégias de promoção voltadas especificamente a nômades digitais.

Por outro lado, também se faz necessária a elaboração de políticas de sustentabilidade e responsabilidade social relacionadas ao nomadismo digital. O aumento da permanência de visitantes em áreas residenciais pode gerar impactos ambientais e sociais, como o encarecimento de aluguéis e o aumento da demanda por serviços urbanos. Assim, os municípios devem estabelecer mecanismos de monitoramento, com indicadores que avaliem os efeitos da presença de nômades digitais no território. Políticas de compensação ambiental, programas de educação para o consumo consciente e incentivo ao uso de meios de transporte sustentáveis são exemplos de medidas que conciliam desenvolvimento econômico e preservação dos recursos naturais.

Outra diretriz de relevância é a integração entre o setor público, o setor privado e a comunidade local. Os nômades digitais tendem a valorizar experiências autênticas e contato com a cultura do destino. Assim, recomenda-se a criação de redes colaborativas entre empreendedores locais, associações comunitárias e espaços de convivência, de modo a fomentar a oferta de eventos, feiras, encontros culturais e iniciativas de economia solidária. A prefeitura pode atuar como articuladora dessas ações, apoiando financeiramente ou logisticamente atividades que promovam a interação social e a valorização da identidade local.

A presença de nômades digitais pode representar uma oportunidade de intercâmbio de conhecimentos e geração de novas competências. Oficinas, cursos de idiomas, treinamentos em ferramentas digitais e programas de mentoria são iniciativas que fortalecem a integração entre residentes e visitantes, ampliando o potencial de inovação local. Além disso, o estímulo a empreendedores e prestadores de serviços turísticos pode impulsionar o surgimento de novos negócios voltados à hospitalidade digital, como cafés conectados, hospedagens temáticas e serviços personalizados.

A comunicação institucional pode incluir campanhas que apresentem o destino como um “lugar para viver e trabalhar”, destacando seus diferenciais em qualidade de vida, segurança, hospitalidade e infraestrutura tecnológica. Prefeituras podem criar plataformas online multilíngues com informações sobre moradia, *coworkings*, transporte, cultura local e oportunidades de voluntariado, além de oferecer orientações sobre documentação e permanência legal para estrangeiros. Essa integração comunicacional reforça a imagem do município como destino inovador e conectado.

E do ponto de vista da governança, recomenda-se a criação de um programa e a designação de um ou mais servidores responsáveis por coletar dados, acompanhar tendências e orientar políticas públicas a respeito de nomadismo digital no município. Esse programa pode funcionar em parceria com universidades, associações empresariais e o conselho municipal de turismo. Podendo atuar como um canal de escuta ativa, recebendo sugestões de moradores e visitantes para aprimorar continuamente as estratégias do destino.

Em conclusão, é importante ressaltar que a implementação dessas diretrizes deve ocorrer de forma participativa e gradual, respeitando as particularidades culturais, econômicas e ambientais de cada destino. O nomadismo digital, quando bem planejado, pode se tornar uma ferramenta de desenvolvimento regional, atraindo renda, promovendo a diversidade sociocultural e estimulando práticas inovadoras de gestão pública e turística. Dessa maneira, ao adotar políticas claras, integradas e sustentáveis voltadas aos nômades digitais, os municípios brasileiros podem posicionar-se de forma competitiva no cenário global, fortalecendo suas economias locais e consolidando-se como destinos inteligentes, acolhedores e preparados para o futuro do trabalho e do turismo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo compreender como o nomadismo digital se relaciona com as políticas públicas em destinos turísticos com um enfoque na promoção, identificando estudos e conceitos relacionados ao nomadismo digital e destinos turísticos; caracterizando as políticas públicas no Brasil e em outros países voltadas para os nômades digitais com enfoque no turismo e propondo diretrizes para o desenvolvimento do nomadismo digital em destinos turísticos.

Para alcançar os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com procedimentos metodológicos que envolveram a definição das categorias de análise, a coleta dos dados documentais, a organização do material e a análise qualitativa dos conteúdos selecionados. Procedeu-se à coleta de diferentes tipos de materiais relacionados ao fenômeno dos nômades digitais em destinos turísticos, incluindo vídeos, reportagens jornalísticas, documentos oficiais e textos de blogs especializados. Após a coleta, foi realizada a análise de conteúdo, conduzida a partir da observação da frequência com que cada tema aparecia, do posicionamento e da forma como eram apresentados, em relação às categorias centrais derivadas do referencial teórico, as quais orientaram toda a investigação.

Os nômades digitais são profissionais que utilizam as tecnologias da informação e comunicação para trabalhar de forma remota, sem depender de um local fixo (Zhou *et al*, 2024). Esse estilo de vida permite que desempenhem suas atividades laborais enquanto viajam e vivem em diferentes destinos, conciliando trabalho e lazer. Assim, o nomadismo digital representa uma nova forma de mobilidade contemporânea, impulsionada pela globalização e pela digitalização do trabalho, que desafia os modelos tradicionais de emprego e residência, ao mesmo tempo em que cria novas oportunidades para o turismo, a economia criativa e o desenvolvimento local (Hannonen, 2020; Tenaya; Husain, 2024).

Os estudos revisados reforçam a importância de políticas públicas e iniciativas locais que reconheçam o potencial econômico e cultural desse grupo, promovendo infraestrutura adequada, conectividade, incentivos à inovação e integração com as comunidades anfitriãs (Bednorz, 2024; Wang *et al*, 2018). Além disso, observou-se que o nomadismo digital traz desafios relacionados à sustentabilidade, à gentrificação e à gestão equilibrada do território, exigindo abordagens de planejamento que conciliem desenvolvimento e preservação (Woldoff; Litchfield, 2022; Machado, 2023).

Dessa forma, conclui-se que compreender o nomadismo digital sob a ótica do turismo é fundamental para que os destinos possam adaptar-se às novas formas de mobilidade global e posicionar-se de maneira estratégica, sustentável e competitiva diante das tendências contemporâneas do trabalho e do turismo.

Nesse cenário, o Brasil passou a adotar medidas específicas, como a criação de regras voltadas à concessão de visto e residência temporária para estrangeiros, utilizadas também por nômades digitais que desejam permanecer legalmente no país. Em consonância com essa tendência, a Embratur firmou, em 2025, um protocolo de intenções com a plataforma internacional NomadX, com o propósito de promover o Brasil como um destino competitivo e acolhedor para esse público emergente. Além disso, conforme destacam Amarante e Caliendo (2025), torna-se urgente que o país atualize suas normas fiscais e regulatórias, de modo a adequá-las às novas dinâmicas do trabalho remoto e à crescente presença de profissionais que adotam o nomadismo digital como estilo de vida.

Diversos contextos internacionais têm demonstrado um crescente interesse em adaptar suas políticas públicas às transformações decorrentes do nomadismo digital. Observou-se a implementação de medidas que buscam equilibrar o estímulo à mobilidade profissional com a necessidade de regulamentação e sustentabilidade local. Países como Itália, Espanha, Canadá, Indonésia e Nova Zelândia estão exercendo ações que incluem a criação de marcos legais específicos, programas de incentivo à permanência temporária de trabalhadores remotos e investimentos em infraestrutura tecnológica voltada à conectividade e à inovação. De modo geral, nota-se uma tendência global de reconhecer o nomadismo digital como uma oportunidade para dinamizar economias regionais, diversificar fluxos turísticos e promover o desenvolvimento territorial de forma integrada e sustentável.

Este estudo apresentou algumas limitações inerentes ao tema e ao recorte adotado. A escassez de dados oficiais sobre o número de nômades digitais no Brasil e a ausência de indicadores específicos de políticas públicas dificultam uma análise quantitativa mais precisa. Além disso, o caráter recente do fenômeno impõe desafios teóricos, visto que muitos conceitos ainda estão em consolidação na literatura acadêmica.

Mesmo com essas restrições, a pesquisa contribui ao reunir reflexões que ampliam a compreensão sobre a presença dos nômades digitais em destinos turísticos e seus impactos sociais, econômicos e culturais, oferecendo subsídios para

gestores públicos, pesquisadores e profissionais do setor turístico. O estudo também contribui com a comunidade acadêmica e o poder público ao oferecer uma compreensão mais clara sobre como o nomadismo digital impacta a economia, o cotidiano dos moradores, o mercado imobiliário, os serviços e a dinâmica cultural dos destinos turísticos. Ao mapear benefícios e desafios, a pesquisa fornece informações que podem orientar decisões mais conscientes, promover práticas sustentáveis e favorecer uma convivência equilibrada entre visitantes de longa duração e a população residente. Assim, o trabalho amplia o entendimento sobre um fenômeno ainda recente, ajudando a identificar necessidades de infraestrutura, estratégias de acolhimento e possíveis políticas públicas voltadas para inovação, trabalho remoto e promoção de destinos.

Portanto, abrem-se possibilidades para estudos futuros que aprofundem o entendimento das relações entre o nomadismo digital, o turismo e o desenvolvimento de destinos. De igual modo, se propõe a execução de pesquisas de campo em municípios com potencial para receber nômades digitais, permitindo mapear boas práticas, avaliar impactos e orientar políticas públicas mais eficazes. Examinar postagens em redes sociais, blogs e vídeos produzidos por nômades digitais que compartilham suas experiências nos destinos estudados, bem como as interações geradas por esses conteúdos são formas de compreender ainda mais o impacto desse público em destinos turísticos.

Por fim, sugere-se que estudos futuros abordem a relação entre o nomadismo digital e as questões geracionais, com especial atenção à Geração Z. Estas investigações podem fortalecer o diálogo entre academia e poder público, contribuindo para o planejamento de destinos turísticos mais inclusivos, conectados e preparados para as novas dinâmicas do trabalho e da mobilidade contemporânea.

## REFERÊNCIAS

AIRES, Jussara Danielle Martins *et al.* Nomadismo digital, pandemia e perspectivas laborais no turismo em tempos de incertezas. **Revista GeoNordeste**, v. 35, n. 2, p. 90–108, 2024. Disponível em:

<https://ufs.emnuvens.com.br/geonordeste/article/download/21957/16865>. Acesso em: 20 Mar 2025.

ALBERNAZ, Livia. **Reunião de ministros do Turismo do BRICS termina com aprovação da Declaração do Cerrado**. Brasília, 12 maio 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/reuniao-de-ministros-do-turismo-do-brics-termina-com-aprovacao-da-declaracao-do-cerrado>. Acesso em: 29 Jul 2025.

ALMEIDA, Ítalo D'Artagnan. **Metodologia do trabalho científico**. Recife - PE: Editora Universitária da UFPE, 2021. Disponível em: <https://editora.ufpe.br/books/catalog/book/674>. Acesso em: 21 Set 2025.

ALVES, Bruna Leticia Gamileira. **As formas de trabalho que ganharam destaque durante e após o estado pandêmico e a implantação da modalidade do nômade digital no Brasil**. 2023. 58 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Direito) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo – SP, 2023. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/bitstreams/33ef9526-71fb-42ad-a3d9-318e0afa92eb/download>. Acesso em: 26 Mar 2025.

AMARAL, Marta; ALBINO, Sara; RODRIGUES, Ana Isabel. O potencial do nomadismo digital para o desenvolvimento turístico do Alentejo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 47, p. 163-188, 30 dez. 2024. Disponível em: <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/38814>. Acesso em: 04 Out 2025.

AMARANTE, Djenifer do; CALIENDO, Paulo. Nômades digitais e a tributação transnacional: uma reflexão sobre imposto de renda e desafios fiscais no Brasil. **Revista de Direitos Fundamentais e Tributação**, v. 8, n. 1, p. 1–19, 2025. Disponível em: <http://rdft.com.br/index.php/revista/article/view/101>. Acesso em: 27 Set 2025.

ANDRADE, Daniel Frederico Fagundes de Lima; MEDEIROS, Fernando Cassiano de. The use of digital influencers by brazilian tourists to choose tourist destinations abroad: a proposal using the technology acceptance model - TAM. **Revista Gênero e Interdisciplinaridade**, v. 4, n. 02, p. 3-22, 2023. Disponível em: <https://www.periodicojs.com.br/index.php/gei/article/view/1316>. Acesso em: 14 Jul 2025.

ANUBHA, Anubh *et al.* Digital nomads: redefining tourism success or complicating destination challenges. *In*: ZHENG, Danni; KOZAK, Metin; WEN, Jun. **Handbook of Tourism and Consumer Behavior**, Elgar Online, 2024, n. 1, p. 12-20. Disponível em: <https://doi.org/10.4337/9781035309801.00009>. Acesso em: 12 Jun 2025.

ARANTES, Thiago Ramalho de Rezende. Pesquisa Documental, Pesquisa Bibliográfica e Revisão Sistemática: Aspectos Definidores e Breves Considerações. **Cadernos de Estudos Interdisciplinares**, v. 7, n. 2, p. e722501, 2025. Disponível

em: <https://publicacoes.unifal-mg.edu.br/revistas/index.php/cei/article/view/2662>. Acesso em: 23 Jul 2025.

ARAUJO, Camila. **Melhor cidade para nômades digitais**: temperatura média, custo de vida e internet boa levam Rio a liderar ranking internacional. O Globo, Rio de Janeiro, 19 mar. 2025. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2025/03/19/melhor-cidade-para-nomades-digitais-temperatura-media-custo-de-vida-e-internet-bom-levam-rio-a-liderar-ranking-internacional.ghtml>. Acesso em: 29 Jul 2025.

ARAUJO, Nathália D'hervellyn Rabelo de Barros. A imagem do destino turístico como ferramenta dos influenciadores digitais. **Turismo, Sociedade & Território**, v. 5, n. 1, n.p., 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/revtursoer/article/view/32044>. Acesso em: 30 Jun 2025.

ARAUJO, Nayara Louise Soares de.; **Nômadias digitais**: perfil, tendências e desafios para o futuro do turismo em Portugal. 2023. 124 f. Dissertação (Mestrado em Turismo de Interior: Educação para a Sustentabilidade) – Escola Superior de Educação, Politécnico de Coimbra - Portugal, 2023. Disponível em: [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/46437/1/NAYARA\\_ARAUJO.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/46437/1/NAYARA_ARAUJO.pdf). Acesso em: 17 dez 2024.

AY, Esref; GUZEL, Melik Onur. Digital nomads in destination marketing. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, v.16, n. 3, p. 316-328, 2024. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/1755-4217.htm>. Acesso em: 1 jul 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997. Disponível em: <https://share.google/0M1HwFLGlexSLES3Q>. Acesso em: 15 set 2025.

BASARAN, Altan. Digital Nomads, the New Frontier of Work in the Digital Age: A Bibliometric Analysis. **Sustainability** 2025, v.5, n. 17, p. 1-21, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su17051906>. Acesso em: 12 Jun 2025.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. Disponível em: [https://www.academia.edu/96724521/Zygmunt\\_Bauman\\_Modernidade\\_Liquida?auto=download](https://www.academia.edu/96724521/Zygmunt_Bauman_Modernidade_Liquida?auto=download). Acesso em: 15 set 2025.

BEDNORZ, Jan. Working from anywhere? Work from here! Approaches to attract digital nomads. 2024. 14 f. **Annals of Tourism Research**, v. 105, p. 1-14, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103715>. Acesso em: 22 Mai 2025.

BERETTA, Giorgio. "Trabalho em movimento": repensando a tributação da renda do trabalho nos tratados fiscais. **REI: Revista Estudos Institucionais**, v. 11, n. 2, p. 406–467, 2025. Disponível em: <https://estudosinstitucionais.emnuvens.com.br/rei/article/view/917>. Acesso em: 5 Out 2025.

BOKUNIEWICZ, Jane F.; SHULMAN, Jason. Influencer identification in Twitter

networks of destination marketing organizations. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, v. 8, n. 2, p. 205-219, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2016-0057>. Acesso em: 2 Jul 2025.

BORGES, Caio Afonso. Influenciadores digitais e trabalho: categorias de análise. **Estudos de Sociologia**, v. 1, n. 31, p. 18-43, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.51359/2317-5427.2025.264513>. Acesso em: 3 Jul 2025.

BOZZI, Alberica. Digital nomadism from the perspective of places and mobilities: a literature review. **European Transport Research Review**, v. 16, n. 50, p. 1-15, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s12544-024-00663-z>. Acesso em: 22 Mai 2025.

BOZZI, Nicola. #digitalnomads, #solotravellers, #remoteworkers: A Cultural Critique of the Traveling Entrepreneur on Instagram. **Social Media + Society**, v. 6, n. 2, p. 1-15, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2056305120926644>. Acesso em: 1 Jul 2025.

BRADDELL, Andy. **Digital Nomads: Influencers Living and Working Around the World**. Pucker Mob, 2025. Disponível em: <https://www.puckermob.com/travel/digital-nomads-influencers-living-and-working-around-the-world/>. Acesso em: 3 Jul 2025.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Resolução Normativa nº 45, de 9 de setembro de 2021**. Disponível em: <https://portaldeimigracao.mj.gov.br/pt/nav-guiada/rn-45>. Acesso em: 24 Mar 2025.

BUHALIS, Dimitrios. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, v. 21, n. 1, p. 97-116, 2000. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3). Acesso em: 1 Jul 2025.

BUHR, Franz. Estilos de vida móveis e suas infraestruturas: notas sobre Lisboa. **Revista Brasileira de Sociologia**, v. 11, n. 28, p. 98-118, 2023. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5957/595776119005/595776119005.pdf>. Acesso em: 19 Mar 2025.

CARDOZO, Poliana Fabíula; FERNANDES, Diogo Lüders; HOLM, Carla Caroline. Análise da promoção turística de Prudentópolis (PR) por meio de vídeo em mídias sociais. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, v. 10, n. 23, p. 1-15, 2017. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/turydes/23/turismo-prudentopolis.html>. Acesso em: 7 Jul 2025.

CÉSAR, Rozevania Valadares de Meneses. **Nomadismo digital e educação: limites e potencialidades das táticas de convergência**. 2018. 124 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Tiradentes, Aracaju - SE, 2018. Disponível em: <https://openrit.grupotiradentes.com/xmlui/handle/set/2544>. Acesso em: 18 Mar 2025.

CORLETT, Eva. **New Zealand relaxes visa rules to lure digital nomads and influencers**. The Guardian, Wellington, 28 Jan 2025. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2025/jan/28/new-zealand-relaxes-visa-rules-to>

[lure-digital-nomads-and-influencers?utm\\_source](#). Acesso em: 22 Out 2025.

COSTA, Helena Araújo; MARQUES, Nayara; WEBER, Marina. Políticas públicas de turismo: análise crítica dos planos de marketing turístico federais brasileiros.

**Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 3, p. 1-15, 2020. Disponível em:

<https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/1579>. Acesso em: 16 Out 2025.

CRUVINEL, Aline Cristina Fortunato. Airbnb como urbanismo de plataforma:

aspectos gerais e caminhos para uma abordagem multiescalar. **Pos FAUUSP**, São Paulo, Brasil, v. 31, n. 58, p. 1-11, 2024. Disponível em:

<https://revistas.usp.br/posfau/article/view/214821>. Acesso em: 27 Set 2025.

DIAZ, Adriana. **Italy establishes digital nomad visa for remote workers — how to qualify**. New York Post, New York, 10 Abril 2024. Disponível em:

<https://nypost.com/2024/04/10/lifestyle/italy-launches-digital-nomad-visa-to-welcome-remote-workers/>. Acesso em: 22 Out 2025.

DOBSON, Jim. **As 20 melhores cidades para morar se você é nômade digital**.

Forbes Brasil, 17 fev. 2025. Disponível em: <https://forbes.com.br/carreira/2025/02/as-20-melhores-cidades-para-morar-se-voce-e-nomade-digital/>. Acesso em: 24 Mar 2025.

EMBRATUR. **Brasil firma parceria para atrair nômades digitais**. Brasília:

Embratur, 16 abr. 2025. Disponível em: <https://embratur.com.br/2025/04/16/brasil-firma-parceria-para-atrair-nomades-digitais/>. Acesso em: 29 Jul 2025.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz *et al.* O que define um Destino Turístico?. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 15, n. 4, p. 1064-1084, 2023.

Disponível em:

<https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/11670>. Acesso em: 15 Jul 2025.

COMITÊ ECONÔMICO E SOCIAL EUROPEU (CESE). Parecer do Comité

Económico e Social Europeu - Tributação dos teletrabalhadores transfronteiriços a nível mundial e impacto na EU. **Jornal Oficial da União Europeia**, Série C, C/2024/2479, 23 Abr 2024. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52023IE0860>. Acesso em: 10 nov. 2025.

FARIAS, Tainah Paiva Viana de. Do trabalho remoto ao nomadismo digital: o desenvolvimento desse estilo de vida e a insuficiência regulamentar. **Revista**

**Contribuciones a Las Ciencias Sociales**, v.18, n.1, p. 01-20, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/items/54322e63-3ae6-4ce0-9b41-a453f6b9ce3b>. Acesso em: 27 Set 2025.

FERREIRA, Luciana Brandão; SOUZA, Ingrid Cristina Marinho Rial de. A influência do marketing digital via Instagram na imagem de um destino turístico e na intenção de visitaço. **Marketing & Tourism Review**, v. 10, n. 1, p. 1-34, 2025. Disponível

em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/8927>. Acesso em: 14 Jul 2025.

FREITAS, Maria Ester de. A mobilidade como novo capital simbólico nas organizações ou sejamos nômades?. **Organizações & Sociedade**, v. 16, n. 49, p. 247–264, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1984-92302009000200003>. Acesso em: 12 Jun 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008. Disponível em: <https://share.google/w1XpKq01niMWFT2vN>. Acesso em: 15 Set 2025.

GOMES, Bruno Martins Augusto. **Políticas Públicas de Turismo e os Empresários**. São Paulo: All Print Editora, 2020. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/327623993\\_Políticas\\_Publicas\\_de\\_Turismo\\_e\\_os\\_Empresarios](https://www.researchgate.net/publication/327623993_Políticas_Publicas_de_Turismo_e_os_Empresarios). Acesso em: 16 Out 2025.

GOMES, Ewerton Lemos; NUNES, Mylena Palazzo. Promoção e comercialização de destinos e produtos turísticos, um estudo da aplicação de estratégias de comunicação no turismo. In: XXI SEMANA PARANAENSE DE TURISMO DA UFPR. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2014, p. 1- 16. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/92788>. Acesso em: 29 Jul 2025.

GOMES, Nathália Silva. **Nômades digitais: quem são estes novos turistas?** 2019. 156 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos) – Escola de Ciências Sociais, Universidade de Évora, Portugal, 2019. Disponível em: [https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/25455/1/Mestrado-Turismo\\_e\\_Developolvimento\\_de\\_Destinos\\_e\\_Produtos-Nathalia\\_Silva\\_Gomes-Nomades\\_digitaes....pdf](https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/25455/1/Mestrado-Turismo_e_Developolvimento_de_Destinos_e_Produtos-Nathalia_Silva_Gomes-Nomades_digitaes....pdf). Acesso em: 18 mar 2025.

HANNONEN, Olga. In search of a digital nomad: defining the phenomenon. 2020. 19 f. **Information Technology & Tourism**, v. 22, p. 335-353, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00177-z>. Acesso em: 22 Mai 2025.

HANNONEN, Olga; QUINTANA, Teresa Aguiar; LEHTO, Xinran Y. A supplier side view of digital nomadism: The case of destination Gran Canaria. 2023.15 f. **Tourism Management**, v. 97, n. 104744, p. 1-15, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104744>. Acesso em: 03 Jun 2025.

HERMANN, Inge; PARIS, Cody Morris. Digital Nomadism: the nexus of remote working and travel mobility. **Information Technology & Tourism**, v. 22, n. 3, p. 329–34, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00188-w>. Acesso em: 7 Jul 2025.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2020. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=QXH1DwAAQBAJ&lpg=PA1&ots=5tnhQRv2gq&dq=turismo&lr&hl=pt-BR&pg=PT11#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 21 Mar 2025.

JORDÃO, Fernando. **Brasília é eleita a melhor cidade do mundo para nômades digitais**. Agência Brasília, Brasília, 06 Jan 2025. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/w/brasil-e-eleita-a-melhor-cidade-do-mundo->

para-nomades-digitais. Acesso em: 20 out. 2025.

KILIPIRI, Eleni; PAPAIOANNOU, Eugenia; KOTZAIVAZOGLU, Iordanis. Social Media and Influencer Marketing for Promoting Sustainable Tourism Destinations: The Instagram Case. **Sustainability** v. 15, n.8, p. 1-18, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su15086374>. Acesso em: 7 Jul 2025.

KOROSSY, Nathália; HOLANDA, Luciana Araujo de; CORDEIRO, Itamar José Dias e. Framework para avaliação de organização de festão de destino turístico municipal. *In*: PIMENTEL, Thiago Duarte; GOMES, Bruno Martins Augusto; QUADROS, Vania Lucia. **Políticas públicas de turismo no Brasil: Estado da arte e balanço do campo - Turismo: economia e sociedade - Volume 2**. Salvador - BA: Editora Motres, 2022, p. 142-172. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/Pol%C3%ADticas\\_P%C3%BAblicas\\_de\\_Turismo\\_no\\_Brasi.html?id=ASxmEAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/Pol%C3%ADticas_P%C3%BAblicas_de_Turismo_no_Brasi.html?id=ASxmEAAQBAJ&redir_esc=y). Acesso em: 13 Nov 2025.

KUNAR, Daniel. Efficacy of Social Media in Destination Popularity and Digital Marketing. **Journal of Socialomics**, v. 13, n. 3, p. 1-2, 2024. Disponível em: <https://www.walshmedicalmedia.com/open-access/efficacy-of-social-media-in-destination-popularity-and-digital-marketing-131228.html>. Acesso em: 7 Jul 2025.

KUPEMBA, Danai Nesta. Cape Town's digital nomads: Where idyllic lifestyle clashes with local needs. **BBC News**, 7 abr. 2024. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-africa-68721072>. Acesso em: 03 Jun 2025.

LACÁRCEL, Francisco Javier S. Digital technologies, sustainable lifestyle, and tourism: How digital nomads navigate global mobility?. 2025. 11 f. **Sustainable Technology and Entrepreneurship**, v. 4, n. 2, p. 1-11, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.stae.2025.100096>. Acesso em: 22 Mai 2025.

LACERDA, Caroline Silva de. **Desafios na determinação da fonte tributária no contexto da tributação dos nômades digitais**. 2023. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/23901/1/CSLacerda-min.pdf>. Acesso em: 20 Mar 2025.

LEMO, Famara de Souza; DANTAS, Eugênia Maria. Mobilidade, nomadismo e o sentido de lugar na contemporaneidade. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 18, 2024, Niterói, **Anais...** Universidade Federal Fluminense, 2024, p. 1-17. Disponível em: [https://www.sisgeenco.com.br/anais/simpurb/2024/arquivos/GT14\\_COM\\_327\\_663\\_2\\_0240804071112.pdf](https://www.sisgeenco.com.br/anais/simpurb/2024/arquivos/GT14_COM_327_663_2_0240804071112.pdf). Acesso em: 04 Out 2025.

LUCILLA, Marcos. A tecnologia como modernização dos costumes sociais, os nômades digitais. *In*: FARIAS, Bruno Matos de. **Inovação e sociedade: uma abordagem multidisciplinar**. Rio de Janeiro - RJ: Epitaya E-books, 2023, p. 153-170. Disponível em: <https://portal.epitaya.com.br/index.php/ebooks/article/download/871/741>. Acesso em: 18 mar 2025.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1986. Disponível em: <https://share.google/mv938B4VwcX4ImJex>. Acesso em: 15 Set 2025.

MACHADO, Ivânia Eloisa Teixeira. **Nomadismo digital em cidades de média dimensão: o caso de Amarante**. 2023. 87 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Turismo) – Escola Superior de Hotelaria e Turismo, Politécnico do Porto – Portugal. Disponível em: <https://recipp.ipp.pt/entities/publication/a9dbc625-5fa0-46e1-9cdc-94b726dc02ab>. Acesso em: 16 Jun 2025.

MAFRA, Kennedy Kaufummam Costa *et al.* Análise do marketing turístico e da promoção do destino Lençóis Maranhenses a partir de uma operadora de turismo Potiguar. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, v. 13, n. 2, p. 116-132, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.28998/10.28998/RITURritur.V13.N2.A15958pp.116-13215958>. Acesso em: 30 Jun 2025.

MAGALHÃES, Fernando. Os grandes desafios do Turismo no século XXI: da pré à pós-pandemia. 2021. 4 f. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, v. 11, n. 2, p. 1-4, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/download/13202/9346>. Acesso em: 18 dez. 2024.

MAKIMOTO, Tsugio; MANNERS, David. **Digital nomad**. Nova York: Wiley, 1997. Disponível em: <https://archive.org/details/digitalnomad0000maki/page/n3/mode/2up>. Acesso em: 15 Set 2025.

MAKOZA, Frank. The role of digital nomadism in COVID-19 recovery strategy of the tourism sector: Case of Cape Town, South Africa. 2023. **Working paper ICTD**, n. 7, p.1-25, 2023. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10419/270980>. Acesso em: 11 Jun 2025.

MANTHIOU, Aikaterini; ULRICH, Isabelle; KUPPELWIESER, Volker. The travel influencer construct: An empirical exploration and validation. **Tourism Management**, v. 101, p. 1-12, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104858>. Acesso em: 7 Jul 2025.

MARCOLINO, Gabriela da Costa Melo. **Nômades digitais e criadores de conteúdo de viagem: entendendo a produção, distribuição e rentabilização dos relatos de viagem**. 2018. 168 f. Dissertação (Mestrado em Multimédia) – Departamento de Comunicação e Artes, Universidade de Aveiro – Portugal, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10773/25844>. Acesso em: 3 jul 2025.

MARTINS, Heloisa Helena Teixeira de Souza. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e pesquisa**, v. 30, n. 02, p. 289-300, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1517-97022004000200007>. Acesso em: 22 Jul 2025.

MATOS, Renata Santos da Frota. **Nômades digitais: Perfis, motivações e viabilidade**. 2016. 65 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio

de Janeiro - RJ, 2016. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/17554>. Acesso em: 21 Mar 2025.

MEDEIROS, Breno; ABREU, Karine Vaz de Melo Mattos. O trabalho no nomadismo digital: liberdade, oportunidade e desafios. **Revista do Tribunal Superior do Trabalho**, v. 91, n. 1, p. 19–33, 2025. Disponível em: <https://revista.tst.jus.br/rtst/article/view/129>. Acesso em: 29 Set 2025.

MENDOZA, Hernández Abdiel; HERRERA, Martha Cecilia; MARTÍNEZ, Arón Miguel Hernández. Nómadas digitales en el Pacífico mexicano: La Paz, Mazatlán y Puerto Vallarta. **PORTES: Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico**, v. 2, n. 4, p. 163–195, 2025. Disponível em: <https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/portes/article/view/portes-iv-vol-2-no-4-nomadas-digitales>. Acesso em: 11 Nov 2025.

MIGUEL, Cristina, *et al.* Working from paradise? An analysis of the representation of digital nomads' values and lifestyle on Instagram. **New Media & Society**, v. 27, n.4, p. 2230-2252, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/14614448231205892>. Acesso em: 3 Jul 2025.

MIRANDA, Giovanna Bessa; FIGUEIREDO, Guilherme Barbosa de; PAIVA, Ana Rosa Gato de. O papel dos influenciadores digitais na promoção de um destino turístico. **Revista Brasileira dos Observatórios de Turismo - ReBOT**, v. 3, n. 1, p. 434-439, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.59776/2764-5835.2024.6415>. Acesso em: 30 Jun 2025.

MONLEVADE, Ana Paula Bistaffa de. Por uma Sociologia do Turismo: Estudo Introdutório. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6, 2010, Caxias do Sul, **Anais...** Universidade de Caxias do Sul, 2010, p.1-15. Disponível em: [https://www.uces.br/ucs/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_6/arquivos/09/Por%20uma%20Sociologia%20do%20Turismo%20Estudo%20Introdutorio.pdf](https://www.uces.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/09/Por%20uma%20Sociologia%20do%20Turismo%20Estudo%20Introdutorio.pdf). Acesso em: 21 Mar 2025.

MOURATO, Inês; DIAS, Álvaro; PEREIRA, Leandro. Estimating the Impact of Digital Nomads' Sustainable Responsibility on Entrepreneurial Self-Efficacy. **Multidisciplinary Digital Publishing Institute Social Sciences**, v. 12, n. 97, p. 1-14, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/socsci12020097>. Acesso em: 03 Jun 2025.

NASH, Caleece, *et al.* Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies. In: iCONFERENCE 2018: TRANSFORMING DIGITAL WORLDS. **Anais...** The University of Sheffield, Northumbria – UK, 2018, p. 1-10. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/322923942\\_Digital\\_nomads\\_beyond\\_the\\_buzzword\\_Defining\\_digital\\_nomadic\\_work\\_and\\_use\\_of\\_digital\\_technologies](https://www.researchgate.net/publication/322923942_Digital_nomads_beyond_the_buzzword_Defining_digital_nomadic_work_and_use_of_digital_technologies). Acesso em: 7 Jul 2025.

NOMADX. **About NomadX**. Lisboa: NomadX. Disponível em: <https://www.nomadx.com/about>. Acesso em: 30 Jul 2025.

OLIVEIRA, Adriana Leonidas de; FREITAS, Maria Ester de. Motivações para mobilidade acadêmica internacional: a visão de alunos e professores universitários. **Educação em Revista**, v. 32, n. 3, p. 217-246, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-4698148237>. Acesso em: 12 jun 2025.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Should OECD countries develop new Digital Nomad Visas? **Migration Policy Debates**, n. 27, jul. 2022. Paris: OECD Publishing, 2022. Disponível em: [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/07/should-oecd-countries-develop-new-digital-nomad-visas\\_4d283d33/4d425e15-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/07/should-oecd-countries-develop-new-digital-nomad-visas_4d283d33/4d425e15-en.pdf). Acesso em: 10 Nov 2025.

PEREIRA, Adriana Soares *et al.* **Metodologia da pesquisa científica**. UFSM, 2018. Disponível em: <https://share.google/wY1hgq7pXky78Otf>. Acesso em: 15 Set 2025.

POULAKI, Loulia, *et al.* Digital Nomads: Advances in Hospitality and Destination Attractiveness. **Tourism and Hospitality**, v. 4, n. 3, p. 483-498, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/tourhosp4030030>. Acesso em: 7 Jul 2025.

PREFEITURA DE FORTALEZA. **Projeto Nômades Digitais Fortaleza certifica estabelecimentos na Capital**. Fortaleza: Secretaria Municipal do Turismo; 09 ago. 2023. Disponível em: <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/projeto-nomades-digitais-fortaleza-certifica-estabelecimentos-na-capital>. Acesso em: 09 Out 2023.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **Prefeitura lança o programa Nômades Digitais para quem quer visitar a cidade sem deixar o trabalho de lado**. Disponível em: <https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-lanca-o-programa-nomades-digitais-para-quem-quer-visitar-a-cidade-sem-deixar-o-trabalho-de-lado/>. Acesso em: 27 Set 2025.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013. Disponível em: <https://share.google/Menm1WMmAysLi5uvt>. Acesso em: 15 Set 2025.

RIBEIRO, Juliana Amaral. **A importância de um destino turístico ser “Instagramável”**: O papel dos influenciadores digitais de viagens portuguesas na promoção dos destinos turísticos. 2021. 109 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Negócios) – Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo, Porto – Portugal, 2021. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstreams/509be2cc-c6f4-4b0f-94a8-c76edd2b31b6/download>. Acesso em: 15 Jul 2025.

SANTOS, Patrícia Matos dos. **Nômades digitais**: um estudo etnográfico sobre trabalho móvel contemporâneo e estilo de vida. 2020. 204 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói - Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/22652/N%C3%B4mades%20Digitais%20%2>

[8Tese%20Patricia%20Matos%202020%20com%20ficha%29%20-%20Patricia%20Matos.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#). Acesso em: 14 Jul 2025.

SEIBEL, Gleice. The impact of influencer marketing on destination choice - A quantitative study among Brazilian and German millennials. **RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber**, v. 3, n. 3, p. 41–150, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.51473/rcmos.v1i1.2021.44>. Acesso em: 2 jul. 2025.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Cortez, 2014. Disponível em: <https://presencial.moodle.ufsc.br/mod/resource/view.php?id=353540&forceview=1>. Acesso em: 15 Ago 2025.

SETTEE. **Relatório Internacionalização do Brasileiro 2023**. Disponível em: <https://www.settee.io/article/relatorio-de-internacionalizacao-do-brasileiro>. Acesso em: 27 set 2025.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos, **Qualitas Revista Eletrônica**, v.17, n. 1, p. 1-14, 2015. Disponível em: <https://www.fepiam.am.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/2113-7552-1-PB.pdf>. Acesso em: 29 Jul 2025.

SILVA, Edimar da Cruz. **Quarta Revolução Industrial x Relações Trabalhistas: uma análise dos impactos oriundos do avanço tecnológico**. 2023. 16 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) - Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, Juazeiro do Norte - CE, 2023. Disponível em: <https://sis.unileao.edu.br/uploads/3/DIREITO/D1355.pdf>. Acesso em: 26 Mar 2025.

SILVA, Juliana Ferreira da; GOMES, Bruno Martins Augusto; PESSALI, Huáscar Fialho. Conselhos de políticas públicas de turismo como uma instituição de voz. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; GOMES, Bruno Martins Augusto; QUADROS, Vania Lucia. **Políticas públicas de turismo no Brasil: Estado da arte e balanço do campo - Turismo: economia e sociedade - Volume 2**. Salvador - BA: Editora Motres, 2022, p. 142-172. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/Pol%C3%ADticas\\_P%C3%BAblicas\\_de\\_Turismo\\_no\\_Brasi.html?id=ASxmEAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/Pol%C3%ADticas_P%C3%BAblicas_de_Turismo_no_Brasi.html?id=ASxmEAAQBAJ&redir_esc=y). Acesso em: 13 Nov 2025.

SILVA-MELO, Marta Regina da. **Turismo: uma viagem de conhecimento**. Campo Grande - MS: Editora Ecodidática, 2025. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=v-8\\_EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=o+papel+do+turismo&ots=SmV3TXHLDH&sig=MtdGFzQk0qi-4m-wECuOhMbmBuE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=v-8_EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=o+papel+do+turismo&ots=SmV3TXHLDH&sig=MtdGFzQk0qi-4m-wECuOhMbmBuE#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 21 Mar 2025.

SILVA, Yara Pereira da. **Avanço do nomadismo digital e sua relação com o Turismo**. 2024. 70 f. Monografia (Bacharel em Turismo) - Escola de Direito, Turismo e Museologia, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto – MG, 2024. Disponível em: [https://monografias.ufop.br/bitstream/35400000/6681/3/MONOGRAFIA\\_AvançoNom](https://monografias.ufop.br/bitstream/35400000/6681/3/MONOGRAFIA_AvançoNom)

[adismoDigital.pdf](#). Acesso em: 18 mar 2025.

SONGUR, Aysegul Gunduz; TURKTARHAN, Gozde. The role of social media marketing in the travel planning and decision-making processes of today's travelers. *In: OZTURK, Ahmet B.; HANCER, Murat. **Digital Marketing and Social Media Strategies for Tourism and Hospitality Organizations**. Oxford, UK: Goodfellow Publishers, 2022, p. 57-90. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/jj.28209984>. Acesso em: 30 Jun 2025.*

SOUSA, Angélica Silva de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v.20, n.43, p.64-83, 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336/1441>. Acesso em: 24 Jul 2025.

SOUZA, Elias de; CALDANA, Valter; PAVONE, Daniela Mascaretti. Os impactos dos nômades digitais nos espaços urbanos: a hipermobilidade. *In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL AEAULP*, 5, 2023; Brasília, **Anais...** Academia de Escolas de Arquitetura e Urbanismo de Língua Portuguesa, 2023, p. 587-594. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Elias-De-Souza/publication/380542864\\_Os\\_impactos\\_dos\\_nomades\\_digitais\\_nos\\_espacos\\_urbanos\\_a\\_hipermobilidade/links/6642e08508aa54017a07fccd/Os-impactos-dos-nomades-digitais-nos-espacos-urbanos-a-hipermobilidade.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Elias-De-Souza/publication/380542864_Os_impactos_dos_nomades_digitais_nos_espacos_urbanos_a_hipermobilidade/links/6642e08508aa54017a07fccd/Os-impactos-dos-nomades-digitais-nos-espacos-urbanos-a-hipermobilidade.pdf). Acesso em: 18 mar 2025.

TENAYA, Luh Made Kirana Medhawi; HUSAIN, A. Hasan Al. The Intersection of Cross-Cultural Adaptation of Balinese and Digital Nomads. **Jurnal Multidisiplin Madani**, v. 4, n. 8, p.1142–1151, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.55927/mudima.v4i8.10054>. Acesso em: 02 Jun 2025.

THOMPSON, Beverly Yuen. Digital Nomads Employment in the Online Gig Economy. **Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation**, n. 1, p. 1-26, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.12893/gjcpi.2018.1.11>. Acesso em: 16 Jun 2025.

TRAVEL.PROJEKT. **Yet to find a better digital nomad destination than João Pessoa Brazil!**. TikTok, 21 Abr 2021. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMAHY6uRa/>. Acesso em: 5 Out 2025.

TUBBA, Felipe. **Quanto custa morar na tailândia em 2025 (nômade digital, mochileiro ou aposentado)**. YouTube, 18 Feb 2025. Disponível em: <https://youtu.be/WL1KVIQrBK0?si=0yQK49fZLg6KeFNS>. Acesso em: 5 Out 2025.

VEGA-VEGA, Grace. **Análisis de la Tendencia Nómada Digital como Estrategia de Crecimiento en el Sector Turístico de Colombia**. 2024. 165 f. Trabajo de Grado (Comercio Exterior, Ciencias Económicas, Administrativas y Contables) - Universidad de Santander, Cúcuta - Colombia, 2024. Disponível em: <https://repositorio.udes.edu.co/entities/publication/b9f6535d-8f63-4a48-a7f5-f2d7c4dae5a2>. Acesso em: 27 Set 2025.

VIEIRA, Thiago Gontijo. Creator economy e nômades digitais: desafios tributários da nova geração de empreendedores. 2024. **Instituto Brasileiro de Estudos Tributários**. Disponível em: <https://www.ibet.com.br/creator-economy-e-nomades-digitais-desafios-tributarios-da-nova-geracao-de-empreendedores-por-thiago-gontijo-vieira/>. Acesso em: 16 Jun 2025.

WANG, Blair *et al.* Digital Work and High-Tech Wanderers: Three Theoretical Framings and a Research Agenda for Digital Nomadism. *In: AUSTRALASIAN CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS*, 29, 2018. **Anais...** Sydney – Australia, UTS e PRESS, 2018, p.1-12. Disponível em: <https://doi.org/10.5130/acis2018.bl>. Acesso em: 16 Jun 2025.

WILLMENT, Nina. The travel blogger as digital nomad: (Re-)imagining workplace performances of digital nomadism within travel blogging work. **Information Technology & Tourism**, v. 22, p. 391-416, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00173-3>. Acesso em: 7 Jul 2025.

WOLDOFF, Rachael A.; LITCHFIELD, Robert. **As countries ranging from Indonesia to Mexico aim to attract digital nomads, locals say ‘not so fast’**. The Conversation, 2 de Setembro de 2022. Disponível em: <https://theconversation.com/as-countries-ranging-from-indonesia-to-mexico-aim-to-attract-digital-nomads-locals-say-not-so-fast-189283>. Acesso em: 21 Set 2025.

ZHOU, Lingxu *et al.* Attracting digital nomads: Smart destination strategies, innovation and competitiveness. 2024. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 31, p. 1-12, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100850>. Acesso em: 22 Mai 2025.