

Do Discurso à Prática: Como Startups Brasileiras de Turismo Comunicam a Sustentabilidade

RESUMO

Introdução

As startups de turismo, em especial as Traveltechs, vêm ganhando relevância no ecossistema de inovação brasileiro, articulando tecnologia e novos modelos de negócio. No campo do turismo sustentável, a literatura privilegia destinos e políticas públicas, deixando pouco explorado como atores emergentes constroem suas estratégias de sustentabilidade. Este artigo analisa narrativas digitais de Traveltechs brasileiras como práticas estratégicas, discutindo seu alinhamento e tensões com os ODS.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Este estudo parte do seguinte problema: como startups brasileiras de turismo, em especial as Traveltechs, constroem e comunicam estratégias de sustentabilidade em ambientes digitais e de que modo tais práticas evidenciam vínculos com os ODS 8, 12 e 13? O objetivo é analisar narrativas digitais de sustentabilidade em um corpus de 22 Traveltechs brasileiras, identificando práticas declaradas e impactos associados, examinando o alinhamento à Agenda 2030 e considerando tensões entre inovação, impacto socioambiental e riscos de greenwashing.

Fundamentação Teórica

pesquisa articula três eixos teóricos. O primeiro discute estratégia e sustentabilidade, abordando paradoxos entre crescimento e responsabilidade socioambiental (Hart & Milstein, 2003; Edwards, 2021) e perspectivas críticas do turismo (Higgins-Desbiolles, 2020; Leff, 2006; 2011). O segundo analisa startups e inovação, Traveltechs como agentes de transformação (Ries, 2011; Weaver, 2023). O terceiro envolve a Agenda 2030, com foco nos ODS 8, 12 e 13, em diálogo com a estratégia como prática (Whittington, 1996; Jarzabkowski, 2005), examinando narrativas digitais como práticas estratégia.

Metodologia

Trata-se de pesquisa qualitativa, de caráter exploratório-descritivo, baseada em uma abordagem netnográfica documental (Kozinets, 2010). O corpus reúne 22 Traveltechs brasileiras selecionadas a partir de base de mapeamento realizada anterior. Foram coletadas evidências em websites institucionais, redes sociais, reportagens e certificações. Os dados foram organizados em fichas analíticas, classificando práticas de sustentabilidade, impactos sociais/ambientais e vínculos com os ODS 8, 12 e 13. A análise seguiu Bardin (2011), incluindo codificação em escala 0-4 e elaboração de memos analíticos.

Análise e Discussão dos Resultados

Os resultados preliminares indicam que 15 das 22 startups mencionam sustentabilidade, mas apenas 7 apresentam práticas associadas a indicadores e 3 reportam resultados comprovados. ODS 8 aparece de forma recorrente, sobretudo em iniciativas ligadas a inclusão e trabalho decente. Já ODS 12 e 13 surgem de modo mais genérico e pontual. Observa-se tensão entre narrativas aspiracionais e práticas efetivas, revelando riscos de greenwashing. Ainda assim, há sinais de inovação socioambiental em alguns casos, apontando potencial de fortalecimento estratégico.

Considerações Finais

O estudo evidencia que as startups de turismo brasileiras encontram-se em estágio inicial de incorporação da sustentabilidade, predominando discursos genéricos frente a práticas comprovadas. Apesar disso, emergem experiências que articulam inovação tecnológica e impacto socioambiental, sobretudo no âmbito do ODS 8. A pesquisa contribui ao ampliar o debate sobre sustentabilidade em Traveltechs, mostrando tensões entre discurso e prática. Como próximos passos, propõe-se aprofundar a análise comparativa por segmentos e consolidar indicadores para avaliar estratégias consistentes com os ODS.

Referências

Bardin, L. (2011). Análise de conteúdo. Delmas, M., & Burbano, V. (2011). Drivers of greenwashing. Hart, S., & Milstein, M. (2003). Creating sustainable value. Higgins-Desbiolles, F. (2020). The critical turn in tourism. Jarzabkowski, P. (2005). Strategy as Practice. Kozinets, R. (2010). Netnography. Leff, E. (2006; 2011). Racionalidade ambiental. Ries, E. (2011). The Lean Startup. Weaver, D. (2023). Tourism and sustainability. Whittington, R. (1996). Strategy as Practice.

Palavras-Chave: Sustentabilidade / Startup / Turismo