

ALAVANCAGEM DE APLICATIVOS E REDES SOCIAIS PARA INFLUENCIAR NO PROCESSO DE CONSUMISMO E DESCARTE ECOLÓGICO DE PRODUTOS

Aryadne Pereira da SILVA*
Eliza ZANCANE**
Letícia Alves MAGOGA***
Lucas Mura COLELLA****
Murilo da Silva JOSÉ*****
Elaine Doro Mardegan COSTA*****

RESUMO

Introdução: O crescimento das redes sociais e aplicativos comerciais intensificou os padrões de consumo, impulsionado pelo marketing digital que utiliza estratégias persuasivas. No entanto, a falta de responsabilidade das empresas quanto ao ciclo de vida dos produtos causa descarte inadequado e prejuízos ambientais. As ferramentas publicitárias dessas mídias digitais influenciam significativamente o comportamento dos consumidores, tornando importante compreender seu impacto. **Objetivo:** Analisar como a utilização de aplicativos e redes sociais influencia o processo de consumismo e as práticas de descarte ecológico de produtos, e identificar os impactos positivos e negativos dessa relação no comportamento do consumidor. **Metodologia:** A metodologia utilizada foi uma pesquisa descritiva com o propósito de apresentar as características do fenômeno estudado, combinada com uma pesquisa bibliográfica baseada em materiais já publicados, como livros e artigos científicos. A coleta de dados foi realizada na plataforma Google Acadêmico e em outros sites de alta credibilidade, incluindo publicações dos últimos 10 anos (2015-2025). **Resultados:** Os resultados revelam que as empresas de tecnologia utilizam técnicas de neuromarketing e algoritmos para explorar mecanismos inconscientes do cérebro, influenciando as decisões de compra dos consumidores. Essa dinâmica, associada à prática da obsolescência programada e à rápida inovação tecnológica acelera o consumo e, conseqüentemente, o descarte de produtos. Como reflexo, observa-se um aumento expressivo do lixo eletrônico, que gera poluição e riscos à saúde humana, agravado pela falta de uma consciência coletiva sobre a gestão adequada desses resíduos. **Conclusão:** Conclui-se que a utilização de aplicativos e redes sociais no comércio impulsiona o consumismo e o crescimento do marketing digital, mas também contribui para problemas ambientais ao aumentar o descarte inadequado de produtos, representando um desafio para a sustentabilidade.

Palavras-chave: aplicativos; redes sociais; consumo; venda; descarte ecológico.

* Discente do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP- Unifunec. aryadnesilva244@gmail.com

** Discente do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP-Unifunec. elizzazancane@gmail.com

*** Discente do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP- Unifunec. leticiamagogasfs@gmail.com

**** Discente do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP- Unifunec. lucasmuracolella@gmail.com

***** Discente do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP- Unifunec. murilo010407@gmail.com

***** Orientadora, Mestre, Docente do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP- Unifunec. elamardegan@hotmail.com