

PLATAFORMAS DIGITAIS PARA CONSUMO CONSCIENTE: IMPACTOS E PERSPECTIVAS PARA A SUSTENTABILIDADE

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o impacto das plataformas digitais no incentivo ao consumo consciente, avaliando seu papel na disseminação de práticas sustentáveis. O uso dessas plataformas tem se expandido como um facilitador de decisões de consumo mais informadas, através da transparência nas informações sobre produtos e serviços, contribuindo para a redução dos impactos ambientais e sociais negativos. Por meio de uma revisão bibliográfica e análise de estudos de caso, observou-se que essas ferramentas, embora eficientes em promover mudanças de comportamento, enfrentam desafios em termos de padronização de critérios e acessibilidade para diferentes públicos. Conclui-se que as plataformas digitais podem se tornar agentes de transformação no comportamento do consumidor, desde que sejam ampliadas em sua acessibilidade e aprimoradas em termos de critérios sustentáveis e transparência.

1 INTRODUÇÃO

O conceito de consumo consciente refere-se a práticas de consumo que buscam minimizar os impactos ambientais e sociais, promovendo a sustentabilidade. Com o aumento da conscientização sobre os danos causados pelo consumo excessivo e irresponsável, surgem diversas iniciativas tecnológicas para orientar o comportamento dos consumidores. Nesse contexto, plataformas digitais, como aplicativos e websites, se destacam por fornecerem informações transparentes e acessíveis sobre produtos e serviços, permitindo que os consumidores façam escolhas mais responsáveis e sustentáveis (SILVA, 2021; CARVALHO e LIMA, 2020).

Plataformas como Good On You, Buycott e Ecosia vêm ganhando relevância por oferecerem ferramentas que avaliam o impacto ambiental e social de marcas e produtos, além de promoverem o uso de recursos de maneira consciente (MOURA, 2019). No entanto, ainda existem desafios relacionados à padronização das informações fornecidas e à acessibilidade dessas tecnologias em diferentes regiões. Esta pesquisa busca avaliar o impacto dessas plataformas na promoção do consumo consciente e discutir suas potencialidades e limitações.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o impacto das plataformas digitais no incentivo do consumo consciente e suas contribuições para a sustentabilidade.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as principais funcionalidades das plataformas digitais voltadas ao consumo consciente.
- Avaliar o impacto dessas plataformas no comportamento dos consumidores.
- Analisar os desafios e barreiras na utilização dessas ferramentas por diferentes públicos.

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada por meio de uma abordagem qualitativa, com uma revisão da literatura existente sobre plataformas digitais e consumo consciente. Além disso, foram analisados estudos de caso das plataformas Good On You, que avalia marcas de moda com base em critérios éticos e ambientais, Buycott, permite que consumidores rejeitem empresas por razões políticas, e Ecosia, um motor de busca que utiliza sua receita para plantar árvores (SANTOS e OLIVEIRA, 2020; FREITAS e SILVA, 2019). A análise dos casos buscou entender como essas ferramentas influenciam o comportamento dos consumidores e quais são as barreiras para uma adoção mais ampla.

As fontes bibliográficas incluem estudos que abordam o impacto das tecnologias digitais no comportamento do consumidor e as barreiras para a implementação dessas práticas em larga escala, como questões de acessibilidade e padronização das informações (FERREIRA, 2020; MENEZES, 2018).

4 RESULTADOS

A análise dos casos revelou que as plataformas digitais têm um papel significativo na conscientização dos consumidores. A Good On You, por exemplo, oferece uma classificação de marcas de moda com base em seu impacto ambiental, condições de trabalho e bem-estar animal, facilitando a escolha de marcas éticas pelos consumidores. Já o Buycott permite que os usuários evitem produtos de empresas que não estejam alinhadas com seus valores, como questões de direitos humanos ou sustentabilidade (CARVALHO e LIMA, 2020; SILVA e GOMES, 2019). O Ecosia incentiva o uso de seu motor de busca ao oferecer uma contrapartida ambiental direta, como o plantio de árvores a cada busca realizada (SILVA, 2021). Plataformas digitais têm desempenhado um papel essencial no fomento ao consumo consciente, oferecendo aos consumidores ferramentas para avaliar o impacto ambiental, social e ético de suas escolhas. A Tabela 1 apresenta algumas das plataformas mais populares e suas principais funcionalidades.

Tabela 1: Funções de Plataformas Digitais para Consumo Consciente.

| Plataforma | Função Principal | Foco em Sustentabilidade |
|-------------|---|---|
| Good On You | Avaliação de marcas de moda | Impacto ambiental, condições de trabalho |
| Buycott | Rejeitam a empresas baseado em critérios pessoais | Direitos humanos, responsabilidade social |
| Ecosia | Motor de busca que planta árvores | Reflorestamento, redução de CO ₂ |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados sugerem que essas plataformas auxiliam os consumidores sobre as implicações de suas escolhas, gerando impactos positivos na forma de consumo. No entanto, a falta de padronização de critérios de avaliação e a limitada acessibilidade digital em regiões menos desenvolvidas foram destacadas como desafios importantes (FREITAS e SILVA, 2019).

5 DISCUSSÃO

Os resultados obtidos mostram que as plataformas digitais têm grande potencial para promover o consumo consciente, principalmente ao fornecer transparência sobre o impacto dos produtos. Contudo, a falta de uma padronização clara nas informações fornecidas pelas plataformas pode gerar confusão entre os consumidores, dificultando a tomada de decisões informadas (COSTA, 2019; NASCIMENTO e FERREIRA, 2020). Nos últimos anos, o aumento da conscientização sobre questões ambientais e sociais levou a um crescimento

significativo no uso de plataformas digitais voltadas ao consumo consciente. A tabela 2 mostra a evolução do número de usuários globais dessas plataformas entre 2017 e 2022, evidenciando a crescente popularidade dessas ferramentas.

Tabela 2: Crescimento do Uso de Plataformas Digitais de Consumo Consciente.

| Ano | Número de Usuários Globais (em milhões) |
|------|---|
| 2017 | 50 |
| 2018 | 75 |
| 2019 | 110 |
| 2020 | 150 |
| 2021 | 190 |
| 2022 | 220 |

Fonte: Euromonitor Internacional, 2023.

Outro desafio identificado foi a acessibilidade limitada de muitas dessas ferramentas, principalmente em regiões com menor acesso à internet ou baixa alfabetização digital. Isso aponta para a necessidade de políticas públicas que incentivem a inclusão digital e a criação de programas educativos, que facilitem o uso dessas plataformas por um público mais amplo (FERREIRA, 2020; MENEZES, 2018).

Apesar dessas barreiras, as plataformas analisadas demonstram um impacto positivo, tanto ao nivelar o acesso à informação quanto ao criar um canal direto entre consumidores e práticas mais sustentáveis. No entanto, para que esse impacto seja mais abrangente, é necessário que haja maior colaboração entre empresas, governos e sociedade civil para superar as barreiras de acesso e padronização (FREITAS e SILVA, 2019).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As plataformas digitais para consumo consciente desempenham um papel crucial no incentivo a práticas de consumo mais sustentáveis, proporcionando maior transparência e facilitando a tomada de decisões informadas. Contudo, os desafios relacionados à padronização das informações e à acessibilidade ainda precisam ser superados para maximizar seu potencial transformador. Sugere-se que futuras pesquisas explorem maneiras de melhorar a acessibilidade dessas plataformas, especialmente em regiões menos desenvolvidas, e que governos e empresas colaborem para padronizar os critérios de avaliação de sustentabilidade.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, R.; LIMA, F. Boicotes digitais: como plataformas influenciam o consumo ético. *Revista de Tecnologias Sociais*, v. 7, n. 1, p. 45-58, 2020.

COSTA, A. M. O impacto das plataformas digitais no comportamento de consumo consciente. *Revista de Sustentabilidade*, v. 8, n. 2, p. 123-134, 2019.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. Relatório de tendências de consumo digital sustentável 2023. Disponível em: <https://www.euromonitor.com>.

FERREIRA, J. S. Barreiras para a adoção de tecnologias sustentáveis no consumo digital. *Jornal de Inovação e Sustentabilidade*, v. 15, n. 1, p. 98-110, 2020.

FREITAS, D.; SILVA, P. D. A influência das plataformas digitais no comportamento de consumo consciente. *Revista de Tecnologia e Consumo*, v. 6, n. 3, p. 12-25, 2019.

MENEZES, J. L. Inclusão digital e sustentabilidade: desafios para a adoção de plataformas sustentáveis. *Jornal de Políticas Tecnológicas*, v. 10, n. 2, p. 55-69, 2018.

MOURA, L. G. Plataformas digitais e sustentabilidade: o potencial do consumo consciente. *Revista Brasileira de Tecnologia Sustentável*, v. 9, n. 2, p. 112-126, 2019.

NASCIMENTO, T.; FERREIRA, R. Plataformas de consumo consciente: uma revisão sistemática. *Revista de Inovação e Tecnologia Sustentável*, v. 5, n. 4, p. 45-63, 2020.

SANTOS, M.; OLIVEIRA, L. Consumo consciente e plataformas digitais: uma revisão da literatura. *Jornal de Pesquisa em Sustentabilidade*, v. 12, n. 4, p. 67-78, 2020.

SILVA, P. R.; GOMES, A. Consumo consciente e boicotes digitais: impacto das redes sociais na escolha de produtos. *Revista de Estudos de Consumo*, v. 4, n. 3, p. 29-42, 2019.

SILVA, P. R. O papel da tecnologia no consumo sustentável: uma análise das plataformas digitais. *Revista Brasileira de Tecnologia e Sustentabilidade*, v. 5, n. 3, p. 75-89, 2021.