

Como o marketing digital pode auxiliar na conscientização ambiental em prol da coleta seletiva

Anna Luiza Almeida Gomes

Adriana Ventola Marra

ODS 12 Consumo e Produção Sustentável

Pesquisa

Introdução

A coleta seletiva tem papel crucial na promoção da sustentabilidade, especialmente em comunidades onde atuam as organizações de catadores. Este estudo tem como objetivo analisar como o marketing digital pode contribuir para conscientizar a população na coleta seletiva. Este trabalho faz parte do projeto “A Astriflores e a coleta seletiva em Florestal”, que visa fortalecer a associação por meio da conscientização.

Resultados e/ou Ações Desenvolvidas

Instagram
Vídeos: média de 1.114 visualizações e 54 interações.
Imagens: média de 688 visualizações e 24 interações.
Conclusão: vídeos geram maior engajamento.
Questionários (Florestal)
Preocupação ambiental: 7,8/10.
Contribuição pessoal: 7,04/10.

Objetivos

Analisar como o marketing digital pode contribuir para a conscientização e o engajamento da população na coleta seletiva, investigando o papel das organizações de catadores, em especial a Astriflores, na promoção da sustentabilidade por meio de ações educativas.

Conclusões

Os resultados obtidos demonstraram a efetividade das ações em diferentes contextos. Conteúdos digitais em formato de vídeo e materiais visuais apresentaram maior engajamento, evidenciando que a escolha do formato e da linguagem impacta diretamente na recepção e participação do público. As atividades presenciais possibilitaram interações diretas com estudantes e membros da comunidade, promovendo reflexão sobre hábitos de consumo e descarte de resíduos e fortalecendo a consolidação de conceitos teóricos por meio de experiências práticas.

Material e Métodos ou Metodologia

Abordagem mista: qualitativa (percepções, atitudes e comportamentos) e quantitativa (métricas digitais e participação em eventos).
Coleta: questionários sobre hábitos ambientais e uso de redes sociais.
Ações presenciais: oficinas de reciclagem e Dia D da Coleta Seletiva.
Produção: materiais educativos digitais.

Bibliografia

BOO, Elizabeth. Ecotourism: the potentials and pitfalls. 1990.

DE SANTI, P. V. et al. Marketing digital para empreendimentos sociais – aplicação: catadores de materiais recicláveis. In: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade (SINGEP), 8., 2020, São Paulo. Anais do VIII SINGEP. São Paulo: Universidade Nove de Julho, 2020. p. xx-xx.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

Apoio Financeiro