

PUBLICIDAD Y CONSUMO: EFECTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

Cuanto más consumimos, más recursos naturales se extraen del planeta y se multiplican los residuos y la contaminación. Hoy en día se emplean un 50% más de recursos naturales que hace 30 años. En la U. Europea se consumen más de 100.000.000 de bolsas de plástico y solo se recicla un 7%.

Las 5 mayores consecuencias del consumo irresponsable en el medio ambiente:

1. Deforestación: La necesidad de obtener materias primas en grandes cantidades para fabricar más productos acaba provocando deforestación masiva, aunque no es solo provocada por estas causas.

2. Pérdida de cantidad y calidad de agua: Algunas industrias tiran sus desechos al agua, esta basura y los residuos que llegan a ríos y mares provocan la pérdida de cantidad y calidad de agua. Sin agua de calidad es imposible tener equilibrio ambiental.

3. Contaminación del aire: La calidad de aire de algunas ciudades está perjudicada como consecuencia de la emisión de gases contaminantes. Existen muchos tipos de contaminación atmosférica.

4. Modificación y contaminación de suelo: En algunos sitios, la basura se va acumulando por una mala recogida de basura, además del uso de pesticidas y herbicidas y extracción de minerales, acaban afectando sobre todo el suelo. La contaminación del suelo pone en peligro las ecosistemas y la salud de quienes los habitan.

5. Pérdida de biodiversidad: En los sitios de naturaleza se construyen industrias, o incluso edificios con fines turísticos, eso afecta a la fauna y flora del lugar. Vertemos basura en la naturaleza, cose que afecta a seres vivos que la habitan provocando grave pérdida de biodiversidad, tiene consecuencias muy graves.

Cómo ser un buen consumidor responsable: Evita productos de un solo uso, adquiere un producto cuando sea necesario, no compres productos con obsolescencia programada, usa residuos para crear nuevos productos, deja de comprar de forma compulsiva, reduce el consumo de carne roja, haz un uso eficiente de agua y energía.

La publicidad quiere que nuestros deseos se conviertan en necesidades. Comunican beneficios de productos. Las personas están comprando productos que no necesitan. Sus objetivos:

- Persuadirnos: pensar que el producto que se muestra se necesita.

- Convencer nos: de que las necesidades tienen relación con marcas que publicitan.

- Confiar en: cuando adquirimos el producto/servicio, nos dice que fue la mejor decisión que pudimos tomar.