

La publicidad y el consumismo: efectos sobre el medioambiente

Día a día somos bombardeados por la publicidad y tienen como objetivo convertir nuestros deseos en necesidades.

La publicidad es una forma muy efectiva que se encarga de comunicarnos los beneficios de ese producto o servicio.

Las personas están empezando a consumir productos innecesarios por su significado y no por su uso. El primer objetivo de la publicidad es persuadirnos, su segundo objetivo es convencernos de que realmente necesitamos ese producto, su siguiente objetivo es confirmar y por último se encargan de concienciarnos.

El consumismo se está refiriendo a toda aquella tendencia de adquirir cosas innecesarias.

La publicidad solo ayuda a comunicarnos las nuevas tendencias de consumo y provocarnos nuevas necesidades.

Hay cinco tipos de consumismo.

- Consumo racional.
- Consumo experimental.
- Consumo sugestionado.
- Consumo ocasional.
- Consumo compulsivo.

Cuanto más consumimos más recursos naturales se extraen. Además se multiplican la generación de residuos y la contaminación.

Las consecuencias de un consumo irresponsable.

- La deforestación.
- La pérdida de cantidad y calidad del aire.
- La contaminación del aire.
- La modificación y contaminación del suelo.
- La pérdida de biodiversidad.

Consejos para frenar el consumo irresponsable.

- Evitar productos de un solo uso.
- Adquirir un producto cuando sea realmente necesario.
- No comprar productos que tengan obsolescencia programada.
- Usar los residuos que se pueda para crear nuevos productos.
- No comprar de forma compulsiva.
- Eliminar o reducir el consumo de carne.
- Hacer un uso eficiente del agua y la energía.