

CHAMPU pH 14 ¡ME LO LLEVO!

Profesora coordinadora: M^a Belén Blanes Hernández

Sara Blanco Varela, Javier del Solar Rico,

Maria de las Montañas García Lydick, Juan Iñiguez García

I.E.S. Francisco Javier de Uriarte.

C/ Almirante Suanzes s/n, Poblado Naval. Parcela 11, C.P. 11500, El Puerto de Santa María (Cádiz).

¿Estamos influenciados por la publicidad? ¿Nos dejamos engañar por los anuncios que aparecen en televisión, radio, prensa, revistas, vallas publicitaria, etc.? ¿Compramos más los productos que se anuncian con términos «raros» (pH, olesan, omega 3, etc.)? En este trabajo pretendemos comprobar si la población «conoce y entiende» los términos científicos que aparecen en los anuncios publicitarios. ¿Ofrece más seguridad el consumo de productos que se anuncian con términos científicos? ¿Se venden más dichos productos? En primer lugar hemos realizado un estudio de anuncios con términos científicos y hemos escogido aquellos en los que aparecían los siguientes términos: pH, oleosan, omega 3, ácido hialurónico, ácido acetilsalicílico. A partir de aquí hemos realizado encuestas a una muestra amplia de población de distintas edades y sexos. En dichas encuestas, pretendemos ver si las personas encuestadas conocen realmente el significado de los términos científicos por los que se les pregunta (incluso preparábamos algunas preguntas trampa (se compraría un champú con pH 14) para verificar si se conoce en realidad el concepto de pH, ya que muchos encuestados mienten por quedar bien). Una vez realizada la encuesta pasamos a la fase de estudio de los resultados, en la que elaboramos tablas y gráficas para llegar a las conclusiones relacionadas con nuestro trabajo.

Palabras claves: *publicidad, términos científicos, pH, consumo.*