

CON UN PAR DE JABONES

Profesora coordinadora: Ana Isabel Barranco Tirado

Andrea Bravo, Pedro Ponce, Noemí Sara García

I.E.S. J. Ibáñez Martín.

C/ Jerónimo Santa Fe s/n, C. P 30800, Lorca (Murcia).

barranco20@hotmail.com

Uno de los productos que invierten más tiempo y dinero en publicidad son los limpiahogares. Estos productos, necesarios en la vida cotidiana, lanzan eslóganes constantemente sobre su supuesta actividad reforzada con la presencia de compuestos, algunas veces no fácilmente identificables o de dudosa utilidad. Pero ¿qué es un limpiahogar?, ¿qué se espera de un limpiahogar? ¿Cuáles son las características que consideramos necesarias en él? Estas sencillas preguntas son la base de nuestra investigación. La investigación se divide en dos fases: en la primera fase una vez identificadas las cualidades que definen un jabón determinamos las variables que vamos a medir y diseñamos los experimentos que vamos a llevar a cabo. Para poder identificarse en el mercado publicitario suelen destacar una característica en especial: la presencia de oxígeno activo, su poder bactericida etc. ¿Son éstas realmente un valor añadido?, ¿cumplen las promesas que aparecen en su publicidad? En la segunda fase una vez conseguidos los datos realizamos un análisis de los mismos. Los resultados obtenidos serán expuestos mediante tablas y gráficas. Paralelamente, hemos tenido que recabar información sobre los componentes de este tipo de sustancias y diseñar experimentos con materiales de uso habitual.

Palabras claves: *limpiahogar, publicidad, variables, búsqueda.*