

# LOS TEMAS TRANSVERSALES EN LA E.S.O.: EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

**Santiago Orduña Miró**  
I.B. Gracia. La Laguna

## RESUMEN

En el presente trabajo, el autor empieza por analizar el significado de los temas transversales en el contexto de la Enseñanza Secundaria Obligatoria, indicando las ventajas e inconvenientes de su utilización, para, a continuación, justificar la presencia del tema transversal "Educación para el Consumo" en el currículum, describir su evolución histórica, presentar una propuesta didáctica y finalmente elaborar unas conclusiones.

## ABSTRACT

In this project we start by analysing the meaning of special interest topics in the Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO), pointing out the advantages and disadvantages of its use and justifying the application in the curriculum of the transverse subject "Education Consumption". We also describe its historical evolution, put forward a didactic proposal and finally draw some conclusions.

## 1. Los temas transversales en la E.S.O.

La LOGSE, en su artículo 18, indica que una de las finalidades prioritarias de esta etapa educativa es la de **formar culturalmente** a los escolares, prepararlos y capacitarlos para actuar libre y responsablemente en el seno de la sociedad.

Si entendemos la cultura como los múltiples aspectos que resumen la experiencia que un grupo humano ha ido acumulando a lo largo de su historia, ésta puede ser adquirida, en parte, por sus miembros a través de la Educación, mediante una selección de actividades que denominamos "currículum".

Así pues, el currículum expresa el proyecto cultural que desarrolla la institución escolar y puede considerarse como una interacción de varios factores (económico, social, político y pedagógico) que determinan la cultura de la escuela.

Una de las novedades de la Ley General de Ordenación del Sistema Educativo es la de prescribir un currículum sustancialmente abierto, delegando en el Centro Educativo y en el profesorado que lo compone la responsabilidad de confeccionar una parte sustancial del mismo que, entre otras cuestiones, ha de seleccionar, en cantidad no despreciable, los contenidos.

Ahora bien, vivimos en un mundo en el que los conocimientos avanzan con tal rapidez que en la escuela no puede tratarse ni siquiera una mínima parte de ellos, por lo tanto uno de los objetivos de la enseñanza actual ha de ser la de formar ciudadanos y ciudadanas capaces de poder aprender por sí solos, de analizar la información que reciben y a su vez poder actuar responsablemente.

Por otro lado, ese vertiginoso cambio social y cultural hace que los conocimientos sean cada vez más complejos y por tanto difíciles de adquirir mediante el tratamiento analítico, consistente en dividir el todo en sus partes, tomando cada vez más importancia las interrelaciones existentes entre dichas partes.

En consecuencia, en la ESO, la estructuración de los contenidos se efectúa por áreas de conocimiento; pero si lo que se pretende es formar ciudadanos responsables y cultos, en el sentido antes indicado, es decir, conocedores de la tradición de la sociedad a la que pertenecen, parece que ni siquiera esa estructuración de contenidos sea ya suficientemente adecuada y convendría tender hacia una interdisciplinaridad más amplia entre dichas áreas.

Aquí es donde surge la idea de "tema transversal" del currículum, una forma de organizar los contenidos de tal manera que, sin hacer referencia directa o exclusiva a ningún área curricular concreta, afecta a varias o a todas ellas, pudiendo ser desarrollados a lo largo de toda la escolaridad y actuando como elementos orientadores para el trabajo del profesorado.

De entre los numerosos temas transversales propuestos podríamos citar los siguientes: "Educación para el Consumo" "Educación para la Salud" "Educación Ambiental"... Pensamos que la organización de los contenidos por temas transversales tiene una serie de ventajas:

- Responde a una petición de la sociedad en su aspiración a que determinados conocimientos, tradicionalmente alejados del aula, sean integrados en el currículo.
- Favorece el tratamiento de los contenidos de actitud.
- Mejora el proceso de enseñanza-aprendizaje al verse enriquecido el tratamiento de un determinado tema con los enfoques particulares de las distintas áreas.
- Fomenta la interdisciplinariedad entre los profesores del Centro.
- Conecta más fácilmente con los intereses de los alumnos.

Sin embargo, también pueden presentarse algunos problemas:

- Requiere una elevada experiencia docente para poder desarrollarlos adecuadamente.
- Aumenta el tiempo dedicado a la planificación y puesta en común de los contenidos.
- Puede tenderse hacia la globalización, descuidando un cierto tratamiento disciplinar de los contenidos, necesario para garantizar el carácter propedéutico de la ESO.
- Pero, sobre todo, puede presentarse el peligro de diluir el tratamiento de temas importantísimos dentro de nuestra sociedad (salud, trato no sexista, medio ambiente...), al no ser directamente asumidos en los contenidos específicos del área.

## 2. Educación para el Consumo

La elección de la Educación para el Consumo como "tema transversal" responde a una de esas aspiraciones sociales de incluir aspectos nuevos en el currículo.

La necesidad de una educación del consumidor surge a raíz del desequilibrio que aparece, después de la Segunda Guerra Mundial, entre la oferta y demanda de productos y servicios, lo que provoca la aparición de unas técnicas de venta tan sofisticadas que, frente a ellas, el consumidor se encuentra en inferioridad de condiciones para elegir libremente.

Esta postura, que podríamos denominar "liberal", no cuestiona la situación vigente sino que sólo pretende garantizar la libre competencia y que el consumidor pueda elegir la oferta que le resulte más ventajosa económicamente.

El modelo consumista, derivado de las prácticas anteriormente citadas, se empieza a cuestionar a finales de la década de los sesenta y a principios de los setenta, apareciendo dentro de la Educación para el Consumo una postura "reformista" del mismo, en la que se tiende a corregir ciertos hábitos, tales como los que, por ejemplo, se fijan más en el aspecto de los productos o servicios adquiridos que en su calidad o en su necesidad.

El modelo consumista entra definitivamente en crisis en la década de los ochenta y entonces la Educación para el Consumo adquiere una postura "responsable", cuestionando hábitos de consumo poco solidarios tanto con los seres humanos del resto del mundo como con el Medio Ambiente, la utilización de recursos y la salud.

No hay que olvidar la existencia de posturas más "radicales", dentro de la Educación para el Consumo que cuestionan en sí hasta su existencia, ya que la consideran como una herramienta para corregir la problemática consumista pero que no pone en tela de juicio el verdadero problema que es el *consumo*, entendido éste como un uso abusivo de los recursos y una forma de perpetuar la diferencia entre los pueblos y las clases sociales.

Si una de las viejas aspiraciones que tiene la escuela es la de tratar, en las aulas, aspectos que preparen para la vida, es evidente que la Educación para el Consumo es uno de ellos ya que desde muy pequeños estamos inmersos en esa sociedad consumista y es por tanto necesario aprender sus reglas de juego.

Pero hemos de procurar que ese aprendizaje sea significativo. Con el proceso de enseñanza-aprendizaje en materia de consumo se han de ir conformando unos hábitos de actuación en los alumnos y alumnas tales que, a partir de los conocimientos adquiridos, les permitan desarrollar procedimientos que determinen una actitud responsable en materia de consumo.

En ese aspecto y ateniéndonos a los objetivos que el Consejo de Europa propone para la Formación del Consumidor en la Escuela:

- Actuar de una forma "discerniente", es decir, fundamentar su elección de consumo en la información sobre los bienes y servicios disponibles y ser plenamente conscientes de sus derechos y responsabilidades.
- Desarrollar asimismo una actitud crítica y analítica en relación con el consumo y con su lugar en la sociedad así como con la situación de los países no industrializados.
- Responsabilizarse como consumidor en relación con el Medio Ambiente, es decir, conocer el efecto de su elección como consumidor en el entorno y en los recursos energéticos y naturales.

Los objetivos en este tema no deben limitarse a dar una información y unos procedimientos que le permitan sólo una elección saludable y adecuada económicamente sino que se ha de intentar superar esa visión antropocéntrica y etnocéntrica del consumo para tender hacia posturas solidarias, actuales y futuras, tanto con el resto de la humanidad como con los demás seres vivos del Planeta.

### **3. Propuesta didáctica**

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente se presente la siguiente propuesta didáctica para el tema transversal Educación para el Consumo:

### **3.1. Objetivos**

En el ámbito escolar y tomando como referencia los Objetivos Generales del Centro, las capacidades a desarrollar serán las siguientes:

- Poseer una actitud crítica y consciente ante la sociedad de consumo, así como los mecanismos de resolución de problemas ante las situaciones que aquella les va a plantear.
- Comprender el funcionamiento del sistema producción-consumo.
- Comprender los mecanismos del *marketing* y conocer sus sistemas.
- Conocer y desmitificar los medios publicitarios.
- Conocer los derechos de los consumidores.
- Saber comprar.
- Saber alimentarse equilibradamente.
- Saber entender y hacer análisis comparativos.
- Tener conciencia clara de las relaciones consumo-influencia en el medio ambiente.

### **3.2. Contenidos**

Los contenidos propuestos abordarán aspectos generales del consumo. Dichos contenidos podrán ser tratados por los profesores participantes en la forma, en la extensión y en el momento que consideren más oportuno dentro de su área.

Se secuencian en dos niveles, uno centrado en los grandes temas del Consumo y otro, más relacionado con la alimentación.

#### **3.2.1. Primer nivel**

Este primer nivel parece más adecuado para alumnos de segundo o tercero de ESO.

##### ***Aspectos generales tratados***

1. Campo que abarca la Educación para el Consumo.
2. La educación como ejemplo de consumo de un servicio.
3. La publicidad.
4. Consumo doméstico.
5. El consumo y el Medio Ambiente.
6. La defensa del consumidor.

##### ***Contenidos***

###### ***• Contenidos de concepto:***

- \* Distintos aspectos que abarca la palabra Consumo.
- \* Diferencias entre Producto y Servicio.
- \* La financiación de los servicios públicos.

- \* La evolución de la educación a lo largo de este siglo.
  - \* La educación en Europa.
  - \* La educación actual y la LOGSE.
  - \* La oferta educativa.
  - \* La educación en el medio urbano y en el medio rural.
  - \* La publicidad y su evolución histórica.
  - \* Distintos tipos de publicidad.
  - \* Técnicas publicitarias.
  - \* Leyes que defienden al consumidor de la publicidad.
  - \* Conocimiento de los componentes más importantes del consumo doméstico: alimentación, energía, vivienda, ocio, transporte...
  - \* Relación entre la alimentación y la salud. Las cosas que conviene comer.
  - \* La energía. Tipos de fuentes de energía utilizadas en el hogar.
  - \* Descripción de los problemas ambientales de la sociedad actual, tanto planetarios como locales.
  - \* Relación entre el consumo y el agotamiento de los recursos. La sociedad del despilfarro.
  - \* Calidad de vida y Medio Ambiente.
  - \* Hacia un consumo responsable con el Medio Ambiente.
  - \* Análisis de algunos artículos de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (Ley 26/1984, de 19 de julio).
- *Contenidos de procedimiento:*
- \* Elección de los métodos y técnicas a utilizar para investigar las cuestiones relacionadas con el consumo.
  - \* Análisis de la conveniencia o no de una determinada elección relacionada con el consumo.
  - \* Investigación de los conocimientos que tienen nuestros compañeros sobre consumo.
  - \* Investigación sobre el conocimiento que tienen los compañeros sobre la financiación de los servicios públicos.
  - \* Investigación sobre el nivel de aceptación del sistema educativo actual.
  - \* Comparación entre la aceptación social de la educación pública y la privada.
  - \* Comparación entre la oferta de la educación en las zonas urbanas y en las rurales.
  - \* Investigación sobre la cantidad de publicidad en televisión y prensa.
  - \* Relación entre el tipo de publicidad y el público a la que va destinado.
  - \* Investigación de la publicidad encubierta.
  - \* Investigación de los usos y costumbres de los distintos aspectos relacionados con el consumo doméstico.

- \* Reflexión y propuesta de cómo mejorar esas costumbres.
- \* Relación entre el consumo doméstico y el nivel económico.
- \* Seguimiento de la pista de distintos productos que entran en el hogar, desde las materias primas que se requieren para su fabricación hasta los residuos que producen, así como las posibles técnicas de reutilización de dichos desechos.
- \* Consideración de todos los efectos ambientales posibles de una determinada decisión de consumo.
- \* Toma de decisiones de cómo actuar ante los abusos o estafas en materia de consumo.

• *Contenidos de actitud:*

- \* Aspectos positivos y negativos que conlleva cualquier acto de consumo.
- \* Crítica a las prácticas consumistas.
- \* Valoración del sistema educativo actual.
- \* Valoración crítica de la oferta de educación pública. Proposición de alternativas.
- \* Consideraciones éticas sobre la publicidad.
- \* Crítica al uso de la imagen femenina en la publicidad.
- \* Valoración de la publicidad de bebidas alcohólicas y de tabaco.
- \* Valoración crítica de nuestras costumbres de consumo doméstico.
- \* Responsabilidad individual ante el consumo.
- \* Reflexión sobre el consumo abusivo actual y las generaciones futuras.
- \* Reflexión sobre el consumo en el primer mundo y en los países no industrializados.
- \* Reflexión sobre el consumo de los ricos y el de los pobres dentro de nuestra sociedad.
- \* Responsabilización personal y social para denunciar los abusos o estafas en materia de consumo.

### 3.2.2. Segundo nivel

Adecuado para alumnos de los últimos cursos de la ESO

***Aspectos generales tratados***

1. La alimentación. Aspectos generales.
2. Las dietas alimenticias.
3. El precio de los alimentos.
4. La publicidad en el consumo de alimentos.
5. La calidad de los alimentos. Los aditivos.
6. Estudio de algunos alimentos. La leche y derivados. Los embutidos. Las conservas.

## **Contenidos**

### • *Contenidos conceptuales:*

- \* Clasificación de los alimentos en distintos grupos.
- \* La finalidad de los alimentos.
- \* Los principios inmediatos: glúcidos, lípidos y proteínas.
- \* Las necesidades alimenticias del hombre.
- \* Factores de los que depende el precio de los alimentos.
- \* Relación entre calidad y precio en los alimentos.
- \* La cesta de la compra.
- \* La política alimentaria.
- \* Descripción de las técnicas publicitarias referidas a la alimentación. Las técnicas de publicidad encubierta en grandes supermercados.
- \* Efectos de la publicidad en los cambios de las costumbres alimentarias.
- \* La publicidad y los riesgos para la salud.
- \* La legislación de la defensa del consumidor relacionada con la publicidad.
- \* Influencia de la publicidad en el precio de los alimentos.
- \* Los monocultivos de exportación en los países no industrializados.
- \* Las condiciones sanitarias de los alimentos.
- \* La conservación de alimentos.
- \* Técnicas de congelación de alimentos.
- \* Los aditivos.
- \* Composición y valor nutritivo de una serie de alimentos básicos.
- \* Ventajas e inconvenientes de su uso.

### • *Contenidos de procedimiento:*

- \* Confección de dietas alimentarias.
- \* Investigación de usos y costumbres alimentarias.
- \* Aspectos a tener en cuenta para comprar adecuadamente los alimentos que necesitamos.
- \* Estudios comparativos para determinar la mejor relación calidad-precio.
- \* Pequeñas investigaciones sobre la influencia de la publicidad en los hábitos de consumo alimentario.
- \* Investigación de las técnicas publicitarias en los grandes supermercados.
- \* Pequeñas investigaciones sobre la presencia de aditivos en los alimentos, la finalidad de los mismos y su influencia en la salud.
- \* Relación entre el consumo de alimentos y sus efectos en el Medio Ambiente.
- \* Análisis comparativos sencillos sobre la calidad de algunos alimentos.
- \* Realización de pequeños análisis cualitativos para poner de manifiesto los principios inmediatos de algunos alimentos básicos.
- \* Realización de análisis comparativos para determinar su calidad.



• *Contenidos de actitud:*

- \* Valoración de la conveniencia o no de comer lo que uno quiera.
- \* Valoración de la alimentación tradicional.
- \* Valoración de los alimentos como un bien limitado y mal repartido en la humanidad.
- \* Valoración de la importancia que le damos, dentro de nuestras posibilidades económicas, a la compra de alimentos.
- \* Valoración crítica de las ventajas e inconvenientes de la publicidad.
- \* Análisis ético de los mensajes publicitarios.
- \* Valoración crítica de los alimentos naturales en relación con los manufacturados.
- \* Ventajas e inconvenientes de la agricultura biológica.
- \* Valoración del consumo de algunos alimentos básicos en nuestro entorno social.

### **3.3. Criterios de evaluación**

Dado el carácter interdisciplinar del tratamiento del tema transversal, los criterios de evaluación serán aquellos que determine cada área. A modo de orientación podemos señalar algunos de los que aparecen en la resolución de 5 de marzo de 1992 (BOC 25-4-92) y que consideramos más relacionados con este tema.

*Área de Ciencias de la Naturaleza:*

- \* Explicar los procesos fundamentales que ocurren en los alimentos desde su ingestión hasta su llegada y aprovechamiento en las células y justificar, a partir de ellos, unos hábitos alimentarios y de higiene saludables, independientes de prácticas consumistas inadecuadas.

*Área de Ciencias Sociales:*

- \* Localizar y caracterizar los principales espacios industriales y centros de producción de materias primas y fuentes de energía en el mundo y en España, analizando las relaciones de intercambio que se establecen entre países desarrollados y subdesarrollados en el comercio de estos productos.
- \* Identificar los principales agentes e instituciones económicas, así como las funciones que desempeñan en el marco de una economía internacional cada vez más interdependiente, y aplicar este conocimiento al análisis y valoración de algunos problemas y realidades económicas de la sociedad actual.

*Área de la Educación Plástica y Visual:*

- \* Analizar una imagen teniendo en cuenta algunos elementos básicos constitutivos de la síntesis visual y establecer las relaciones entre imagen y contenido.

- \* Analizar ambientes (naturales y artificiales), objetos e imágenes presentes en la vida cotidiana, valorando sus cualidades estéticas y su adecuación con el entorno.

#### ***Área de Lengua Española y Literatura:***

- \* Identificar en textos orales y escritos de distinto tipo imágenes y expresiones que denoten alguna forma de discriminación social, racial, sexual, etc, explorar alternativas que eviten el uso de las mismas y utilizar dichas alternativas en las producciones propias.

#### ***Área de Matemáticas:***

- \* Utilizar los números enteros, decimales y fraccionarios y los porcentajes para intercambiar información y resolver problemas y situaciones de la vida cotidiana.

#### ***Área de Música:***

- \* Identificar en el ámbito cotidiano situaciones en las que se produce un uso indiscriminado del sonido, analizando sus causas y proponiendo soluciones posibles.

#### ***Área de Educación Física:***

- \* Analizar y enjuiciar los factores económicos, políticos y sociales que condicionan la ejecución y la valoración social de las actividades físicas y deportivas.

#### ***Área de Tecnología:***

- \* Describir las razones que hacen necesario un objeto o servicio tecnológico cotidiano y valorar los efectos positivos y negativos de su fabricación, uso y desecho, sobre el Medio Ambiente y el bienestar de las personas.
- \* Ilustrar con ejemplos los efectos económicos, sociales y ambientales de la fabricación, uso y desecho de una determinada aplicación Tecnológica, valorando sus ventajas e inconvenientes.

### **3.4. Material de apoyo al profesorado**

Es conveniente proporcionar un material de apoyo al profesorado en forma de fuentes bibliográficas, propuestas metodológicas y actividades:

En cuanto a las primeras, se facilitarán al profesorado una serie de referencias bibliográficas así como tablas y datos estadísticos que permitan desarrollar actividades en clase.

Respecto a la metodología se proporcionarán una serie de técnicas aplicables al trabajo en pequeño grupo.

En cuanto a las actividades se procurará que éstas partan de los conocimientos previos que tengan los alumnos sobre el aspecto tratado para, a continuación, realizar actividades de lectura y de pequeñas investigaciones tendentes a desarrollar nuevos conocimientos y, por último, actividades de reflexión basadas en la investigación y comparación de la opinión de los compañeros del Centro con las conclusiones elaboradas en clase.

A continuación se presenta un ejemplo de actividad relacionada con la investigación del *Merchandising* en los grandes supermercados, incluida en el apartado 4 del segundo nivel.

## LA PUBLICIDAD EN LOS GRANDES SUPERMERCADOS

### Introducción

Nos proponemos realizar una actividad encaminada a estudiar las técnicas publicitarias utilizadas por los grandes supermercados para vender sus productos. Para ello te propongo las siguientes actividades:

#### a) Estudio del aspecto del supermercado

Nos encontramos dentro del recinto del supermercado X, concretamente en la zona destinada a la venta de los productos de alimentación:

- 1.- Observa el aspecto de la gente que está comprando y describe brevemente los grupos sociales a los que crees que pertenecen.
- 2.- Observa el aspecto del supermercado, fijándote en la intensidad de la luz, la altura del techo, el color de las paredes. ¿Qué sensaciones te hace experimentar este lugar?
- 3.- Es un lugar que calificarías como: elegante, cálido, sofisticado, vulgar, corriente, agradable desagradable, excitante, aburrido, (escoge un solo adjetivo).
- 4.- Si no tuvieras hora, ¿ves algún reloj por algún sitio? ¿A qué crees que es debido esto?

**b) El *merchandising*** es la parte del *marketing* que pretende presentar el producto en las mejores condiciones de venta.

Una técnica muy utilizada es colocar los alimentos imprescindibles muy separados unos de otros de tal manera que el comprador se vea obligado a recorrer mucha distancia y pueda comprar cosas que no había pensado en adquirir previamente. Es lo que se conoce como CIRCUITO ÓPTIMO. El supermercado que estamos analizando tiene la siguiente distribución:

C	
A	
J	
A	
S	

- 5.- Sitúa en el plano de arriba dónde se encuentran los siguientes productos, señalando su colocación con el número que les corresponde:  
 1. Leche 2. Legumbres 3. Carne 4. Verduras 5. Productos de limpieza  
 6. Embutidos 7. Galletas  
 Intenta encontrar, sin preguntar a los empleados, donde está el 8. Azúcar.
- 6.- Fíjate en la distribución de las distintas marcas de un mismo producto en una misma estantería.

Observa la estantería de los cereales para desayuno. A primera vista que resalta más:

- 7.- Observa desde el pasillo central la zona de la venta de fruta y verdura. ¿Qué es lo que más llama la atención de la colocación de los productos? ¿A qué crees que es debido esto?
- 8.- Observa la colocación de las distintas marcas de leche envasadas en *tetrabrick*. ¿Qué es lo más sobresaliente?

Otra técnica muy utilizada es la COLOCACIÓN DE PRODUCTOS similares en una misma estantería; los que están en la parte baja son los de venta más segura y los de venta más difícil se colocan a la altura de los ojos y en el centro de la estantería.

- 9.- Analiza lo anterior en la estantería de la leche en polvo. A simple vista, ¿cuál crees que se ve con más facilidad? ¿es realmente la de más demanda?
- 10.- En la estantería de los productos higiénicos, busca una oferta de fósforos. ¿Qué te parece su colocación? ¿Cómo se llaman?

- 11.- Otra de las técnicas más utilizadas son las ofertas que, en el supermercado analizado, se colocan en las estanterías frontales que dan al pasillo central. Analiza la colocación de las distintas ofertas. Señala en el plano del supermercado la colocación de tres ofertas de las estanterías y la colocación del resto de los productos de su clase, por ejemplo, si es una oferta de atún donde se colocan las otras marcas de atún. ¿Por qué crees que es así?
- 12.- Para finalizar, seguro que has observado cosas que te han llamado la atención y que no se han tratado. Exponlas a continuación, ya que ello puede enriquecer el cuestionario para próximas visitas.

#### **4. Conclusiones**

En vista de lo dicho anteriormente podemos obtener las siguientes conclusiones:

- Los *temas transversales* constituyen una forma de organizar los contenidos.
- La Educación para el Consumo puede ser tratada perfectamente desde distintas áreas.
- Los contenidos de este tema transversal se entrecruzan con aquellos de los demás temas propuestos en la Reforma.
- El tratamiento en el aula de los temas transversales facilita la inclusión de los contenidos de actitud en el currículum y su uso se verá favorecido por la existencia de materiales de apoyo para el profesorado.
- Con este tema se pretende formar a ciudadanos y ciudadanas que, conociendo los mecanismos básicos del consumo, sean capaces de analizar la información recibida y de dar una respuesta solidaria con la sociedad y a la vez respetuosa con el Medio Ambiente.
- Su desarrollo en el aula dependerá de las decisiones que tomen los profesores de cada Centro reflejados en el Proyecto Curricular de Centro.

## BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1992) *Fundamentos de los diseños en Canarias*. Gobierno de Canarias. Santa Cruz de Tenerife.
- AA.VV. (1991) *Diseños curriculares. ESO. Ciencias de la Naturaleza*. Gobierno de Canarias. Santa Cruz de Tenerife.
- AA.VV. (1987) *Técnicas alimentarias*. Alhambra.
- (1992) *Aditivos, conservantes y colorantes. ¿Qué son, qué peligros entrañan?* Obelisco. Barcelona.
- ÁLVAREZ, M.N. (1992) *Educación del Consumidor*. Ministerio de Educación y Ciencia. Madrid.
- BANDO, H.C. (1986) *Planteamientos básicos sobre la defensa del consumidor*. Ministerio de Sanidad y Consumo. Madrid.
- (1991) *Dieta Alimentaria Española*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. D.G. de Política Alimentaria. Madrid.
- COLL, C. (1987) *Psicología y Curriculum*. Laia. Barcelona.
- COOPERATIVA DE CONSUMO EROSKI (1984) *La educación del consumidor en la escuela*. Instituto Nacional del Consumo. Ministerio de Sanidad y Consumo. Madrid.
- DELEUZE, P. (1992) *Código alimentario español y disposiciones complementarias*. Tecnos. Madrid.
- ELKINGTON, J. y HAILES, J. (1990) *Guía del consumidor verde*. A. Bosch. Barcelona.
- RADIO ECCA (1988) *Talleres sobre El Consumo y la Escuela*. Dirección General de Comercio y Consumo. Las Palmas de Gran Canaria.
- (1984) *Guía del Consumidor*. Instituto Nacional del Consumo. Madrid.
- REGUERO, M. (1990) *Ecología y Consumo*. Mondadori. Madrid.