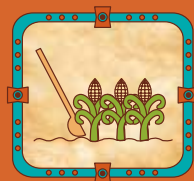


Anexos

Antología de lecturas por tema



Al final de este Manual se encuentra un CD que incluye las lecturas sugeridas para cada tema, con la finalidad de que quienes deseen ahondar en algún tema en particular puedan consultarlas. Las lecturas se describen en las páginas siguientes.



Unidad I. La sociedad de consumo

Tema 1. Consumo y consumismo

- Ayala, M. C. (2004). "El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos". *Sociológica*, 5, pp. 161-188.
- Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, pp. 1-10, 155-176 y 223-229
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: FCE, pp. 43-76.
- Canclini, N. G. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo, pp. 57-71.
- Certeau, M. D. (2000). Valerse de usos y prácticas. En Certeau, M. D. *La invención de lo cotidiano*. Artes de hacer (págs. 35-48). México: Universidad Iberoamericana.
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la Biopolítica*. En Foucault, M. *Nacimiento de la Biopolítica* (págs. 249-274). Buenos Aires: FCE.
- Narotzky, S. (2007). El lado oculto del consumo. *Cuadernos de Antropología Social* (26), pp. 21-37.
- S. D. et al. (2010). Los puntos de decisión: una teoría sobre el consumo. *Harvard Deusto Business Review*. Pp. 73-79.
- Veblen, T. (2000). *Teoría de la clase ociosa*. Pp 3-38. elaleph.com.

Tema 2. Publicidad, moda y diseño

- Amorin, C. (2001). Sublimación y cultura del consumo: notas sobre el malestar en la civilización. En Rabello de Castro, L. (2001). *Infancia y adolescencia en la cultura del consumo*. Buenos Aires: Lumen, pp. 77-89.
- Baudrillard, J. (1969). *La publicidad. El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, pp. 186-222.
- Biolchini, A. E. y Chauvel, M. A. (2010). *Tribu gourmet. El marketing posmoderno y el significado del consumo*. Estudios y perspectivas de turismo. Pp. 1053-1071.
- Ferrer, E. (1990). *La sociedad de consumo y la publicidad. La publicidad. Textos y conceptos*. México: Trillas, pp. 217-252.
- McNeal. (2000). *Los niños como consumidores de productos sociales y comerciales*. Washington D.C.: Organización Panamericana de la Salud-Centro para el Control de las Enfermedades-Fundación W. K. Kellogg, págs. 11-39.
- Ovalle, José. (s/a). *Derechos de los consumidores*. México: Oxford University Press, Págs. 161-190.
- Perret, R. (2008). *¡Las marcas fuertes usan tres cerebros!*. Mundo ejecutivo. Pp. 152-153.

Unidad II. Consumo responsable

Tema 3. Esfera individual, el consumidor

- FAO. (2013). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación*. FAO.
- Initiative, O. B. (2013). *Índice para una vida mejor. Enfoque en los países de habla hispana de la OCDE*. Chile, España, Estados Unidos y México: OECD.
- Marina, José Antonio. *Las arquitecturas del deseo*. España: Anagrama, pp. 11-32.

- Martínez, Emilio. *Por una cultura del consumo responsable*. España: Universidad de Murcia.
- Moulian, Tomás. *El consumo me consume*. Santiago de Chile: LOM Ediciones, pp. 9-73.

Tema 4. Esfera social, la sociedad

- España, G. d. (s/f). *Guía del consumo responsable en Aragón*. Aragón, España: Depto. de Salud, Consumo y Servicios Sociales, pp. 11-25.
- From, E. (2010). *¿Tener o ser?*. En From, E. *¿Tener o ser?*. México: FCE, pp. 19-43.
- Granada, C. D. (s/f). *Guía del consumo responsable. La otra cara del consumo*. Granada, España: Campaña de consumo responsable en Granada, pp. 17-28.
- Martínez-Orozco, S. (2000). *Comercio justo, consumo responsable*. Barcelona: Intermón, pp. 11-34 y 93-107.

Tema 5. Esfera medioambiental, el medio ambiente

- Bauman, Z. (2002). *The Crisis of the Human Waste Disposal Industry*. *Tikkun*, 17, 5, pp. 41-47.
- Leonard, A. (2010). *Desecho. La historia de las cosas*. México: FCE, pp. 245-304.
- SEMARNAT. (2008). *Más de 100 consejos para cuidar el ambiente desde mi hogar*. México: SEMARNAT, pp. 1- 41.
- SEMARNAT. (2012). *Consumo sustentable: un enfoque integral*. En SEMARNAT. *Consumo sustentable: un consumo integral*. México: SEMARNAT, pp. 7-20.
- Usuarios, C. D. (2006). *Manual de consumo sostenible en nuestra vida cotidiana*. Madrid, España: Ayuntamiento de Madrid, pp. 1-20.

Unidad III. Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor y los derechos del consumidor

Tema 6. Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y derechos del consumidor

- Arratía, A. (2002). Derecho a los derechos del consumidor. Santiago de Chile: Ministerio de Educación, Gobierno de Chile, pp. 16-29.
- Bordieu, P. (2001). Las estructuras sociales de la economía. Buenos Aires: Manantial, pp. 15-28.
- Ley Federal de Protección al Consumidor. (2012). Textovigente. Última reforma publicada DOF 09-04-2012. México.
- Lomelí, A. (1997). Los modelos de protección y defensa del consumidor. En El consumo al final del milenio. México: Profeco, pp. 107-118.
- Ovalle, José. (2008). Derechos de los consumidores. México: Oxford University Press, pp. 5-38.
- García, F. (2012). Características de las normas protectoras del consumidor en Jurisprudencia del Consumidor. México: ITAM, pp. 47-85.

Tema 7. Profeco y sus servicios

- Ovalle, José. Derechos de los consumidores. México: Oxford University Press, pp. 103-160.
- García, F. (2012). Jurisprudencia del consumidor. México: ITAM, pp. 163-169.

Unidad IV. Antes de una compra: la prevención

Tema 8. La información

- ExpokNews. (11 de julio de 2013). Con México y ANPRAC promueven el consumo informado: lanzan campaña de etiquetado para bebidas. México: S/E.
- Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. Journal of Consumers Research. 22,1, pp.1-16.

Tema 9. Los riesgos

- Ovalle, José. Derechos de los consumidores. México: UNAM-Oxford University Press, pp. 277-287.
- Ovalle, Julieta. (2001). La responsabilidad civil por productos en México, Canadá y Estados Unidos. México: UNAM-IIJ, pp. 138-157.

Tema 10. Los contratos

- Arce, Javier. (2009). Contratos mercantiles atípicos. México: Porrúa, pp. 35-68 y 101-131.
- Ovalle, José. Derechos de los consumidores. México: Oxford University Press, pp. 289-318.
- Sepúlveda, Carlos. (2006). Contratos civiles. Teoría general y análisis en particular de sus diversas clases. México: Porrúa, pp. 3-10.

Unidad V. Después de una compra: reacción

Tema 11. El resarcimiento

- Benjamín, A. H. (s.f.). El derecho del consumidor. 10-26. Brasil, Sao Paulo. Pp. 10-27.
- Ruíz, S. L. (s.f.). El derecho de los consumidores y los patrones de consumo.
- Ovalle, José. Derechos de los consumidores. Pp. 319-328.
- (s/a). (2012). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. México. 1,5-6.

Tema 12. Organización y acciones colectivas

- Gidi, Antonio y Ferrer, Eduardo (coordinadores). (2004). Procesos colectivos. La tutela de los derechos difusos colectivos e individuales en una perspectiva comparada. México: Porrúa, pp. 1-25
- Ginebra, Xavier (coordinador). (2013). Las acciones colectivas en el derecho mexicano. CIDAC. Red Mexicana de Competencia y Regulación. México: Tirant lo Blanche, pp. 34-45.
- Ginebra, Xavier (coordinador). Las acciones colectivas en el derecho mexicano. México: Tirant lo Blanch, pp. 153-167.
- Memoria documental. (2012). Acciones jurídicas novedosas en representación de los consumidores (2007-2012). México: Profeco.
- Ovalle, José. Las acciones para la tutela de los intereses colectivos y de grupo. México: UNAM, pp. 133- 176.
- (s/a). 125 ideas para mejorar tus finanzas. México: Banamex

Te recomendamos visitar la página promotores. profeco.gob.mx donde podrás encontrar:

- Histórico del material educativo elaborado desde 2004.
- Foro en donde podrás intercambiar opiniones y conocimientos sobre los temas presentados a los grupos de consumidores.
- Material educativo más reciente.

