

The header features a light green background with a variety of white line-art icons representing school subjects: pencils, books, musical notes, a calculator, a globe, a leaf, and geometric shapes. A thick, wavy yellow line starts from the top left, curves across the top, and then extends vertically down the left side of the page.

Propuesta Curricular Construcción de Ciudadanía

15 de marzo: Día Mundial de los Derechos de los Consumidores



Propuesta Curricular

Construcción de Ciudadanía

15 de marzo: Día Mundial de los Derechos de los Consumidores

Fundamentación

Este documento está destinado principalmente a docentes, jefes de departamento y autoridades de las diversas instituciones educativas del nivel secundario y tiene por objetivo brindar algunas **propuestas de actividades en el marco del día mundial de los derechos de los consumidores** que se conmemora el día 15 de marzo.

Consideramos que al mismo tiempo es una oportunidad para profundizar la educación del consumidor en el aula, problematizando la dimensión social del consumo, teniendo siempre presentes los valores, derechos y obligaciones que están en juego en estas prácticas cotidianas en las que los/las jóvenes, niñas y niños tienen un rol fundamental como agentes movilizadores del cambio de conducta y como consumidores directos.

En este sentido, el espacio curricular de Construcción de Ciudadanía puede resultar oportuno para encabezar esta tarea, por la metodología de trabajo por proyectos, la posibilidad de establecer debates e intercambios y por su potencial integrador de áreas. Este último punto deja abierta la posibilidad de integrar las actividades con otras materias y desarrollar tareas conjuntas.

Los *lineamientos para la incorporación de la educación para el consumo en la escuela*, surgidos de los intercambios y el trabajo conjunto desarrollado con la Dirección de Defensa del Consumidor, dependiente de la Subsecretaría de Acceso a la Justicia que actúa bajo la órbita del Ministerio de Justicia de la Provincia de Buenos Aires, brindan un cuerpo teórico que va en línea con los propósitos de la educación secundaria y constituyen un aporte innovador para los aprendizajes de nuestros/as estudiantes, entendiendo a la educación como un derecho esencial.

Frente a la necesidad de repensar el actual modelo escolar basado en la enseñanza por disciplinas y transitar progresivamente hacia propuestas escolares renovadas, el MOA (Marco Orientador de los Aprendizajes) constituye también un marco de referencia a fin de integrar las trayectorias escolares a la realidad compleja que se presenta actualmente articulando los aprendizajes de la escuela con el mundo laboral, cultural, académico y social. En este sentido, el eje central del MOA es promover el desarrollo de capacidades en los/las estudiantes a través de saberes prioritarios.

¿Con qué propósitos y por qué se conmemora el 15 de marzo?

El Día Mundial de los Derechos del Consumidor es una celebración que busca promover los derechos fundamentales de todos los consumidores, remarcando la necesidad de resguardarlos para que sean respetados y protegidos, y la importancia de reclamar ante los abusos del mercado y las injusticias sociales que los quebrantan.

Se conmemora todos los años el 15 de Marzo porque ese día, en el año 1962, el presidente estadounidense John F. Kennedy firmó una declaración de cuatro puntos fundamentales de los derechos de los consumidores. Esta declaración, adoptada por muchos países y por las Naciones Unidas, estipula que todos los ciudadanos, sin distinción de sus ingresos u origen social, tienen ciertos derechos fundamentales como consumidores. Este día se celebra demostrando así que el reconocimiento y la defensa de los derechos de los consumidores es un indicador importante



de progreso social y económico.

La ley Nacional N° 26.205 declara expresamente el día para todo el país y lo incorpora al calendario escolar en todos sus niveles con el objeto de difundir y promover el ejercicio de los derechos de consumidores y usuarios consagrados en la Constitución Nacional y en la legislación vigente.

Objetivos

El objetivo de este trabajo es **generar, a partir de una serie de actividades, un espacio de intercambio para abordar la problemática del consumo** *promoviendo una ciudadanía activa, conocedora y respetuosa de sus derechos y comprometida con un consumo socialmente sustentable.*

Asimismo, se apunta también a:

- Promover una actitud crítica y reflexiva ofreciendo herramientas que permitan desarrollar destrezas para transitar críticamente la sociedad de consumo; contemporánea.
- Contribuir al mejoramiento de las condiciones en que se producen las relaciones entre proveedores y consumidores en el mercado, entendiendo a los/las jóvenes como consumidores directos y agentes movilizados del cambio de conducta.
- Concientizar para prevenir los posibles riesgos que pueden derivar del consumo de productos o de la utilización de los servicios.

Propuesta de Contenidos

La educación para el consumo en el nivel secundario, debe consolidar en los alumnos actitudes propias del conocimiento científico, valorando críticamente el impacto de la sociedad de consumo sobre la economía, la sociedad y el ambiente, siendo capaces de actuar responsablemente.

Los contenidos se agrupan, a grandes rasgos, en los siguientes ejes:

- a)** Sanidad, nutrición y prevención de enfermedades.
- b)** Rotulado de productos y seguridad, responsabilidad ante desperfectos.
- c)** Protección al consumidor: legislación y formas de reclamo.
- d)** Derecho a la información: peso, precio, calidad, condiciones de comercialización, medios de pago, financiación, publicidad, etc.
- e)** Protección del medio ambiente y uso eficiente de materiales.
- f)** Prácticas de comercialización, sistemas de ventas, prohibición de determinadas conductas abusivas del proveedor (ventas atadas, precios diferenciados por características del consumidor, imposición de cargos en forma automática, etc.).
- g)** Prestación de servicios en general y de servicios públicos domiciliarios (luz, agua, gas y telefonía fija), límites y derechos de los usuarios.



Expectativas de Logro

- Formar ciudadanos/as comprometidos, capaces de identificar situaciones de abuso de parte de las empresas y proveedores o vulneración de derechos, y poder accionar en torno al bien común.
- Comprender los aspectos principales de la normativa existente, sus derechos fundamentales y obligaciones elementales como consumidores, reconociendo la importancia de su cumplimiento.
- Haber ejercitado y complejizado el análisis sobre quiénes son los sujetos que intervienen en las situaciones, qué posiciones ocupan, qué relaciones establecen, cuáles, cómo y por qué se dan las disputas, consensos, acuerdos y desacuerdos y cuáles son las consecuencias para los mismos sujetos.
- Organizar la búsqueda y el procesamiento de la información necesaria para el análisis de situaciones.
- Desarrollar capacidades específicas inherentes a procesos valorativos e intelectuales de personas comprometidas con el bien común.
- Ejercitar una ciudadanía activa tomando decisiones respecto al consumo de productos y servicios.
- Desarrollar acciones destinadas a la prevención de riesgos derivados del consumo de productos o la utilización de servicios.

Esquema de Trabajo

Teniendo en cuenta que este documento propone introducir o profundizar lo trabajado en torno a la problemática del consumo de productos y servicios, se plantea un esquema de trabajo que puede resultar útil considerando que estas actividades se desarrollarán en la semana del 11 al 15 de marzo pero que tienen potencial para continuarse durante el trimestre.

Con el fin de organizar la tarea y facilitar los procesos de enseñanza – aprendizaje, se plantea el siguiente esquema que enmarcará las actividades:

- 1) Introducir el tema, recabar información y conocimientos previos, indagar hábitos y comportamientos, ideas, percepciones, identificar qué relaciones son de consumo y cuales no lo serían, comentar situaciones en las que han tenido problemas como consumidores (telefonía celular, internet, transporte, servicios públicos, viajes, etc.), analizar las reacciones y respuestas que observaron en su familia, como el Estado brinda soluciones a esos problemas (análisis con herramientas recabadas) y, qué otras opciones podrían haberse dado (como ejercicio final integrador).
- 2) Observar ejemplos, analizar desde diferentes posicionamientos, relacionar con otros temas, repensar hábitos.
- 3) Intercambiar, trabajar en equipos, aunar criterios, producir nuevas ideas o visiones, transformar supuestos o costumbres arraigadas en torno al consumo.
- 4) Socializar lo trabajado, comparar producciones, reflexionar sobre el recorrido, replicar lo producido, establecer compromisos a largo plazo.

ACTIVIDADES

Primer Momento

Para comenzar a trabajar sobre los derechos de los consumidores, se propone la proyección de imágenes que permitan indagar qué conocimientos, ideas o percepciones tienen los estudiantes sobre el tema. A través de las preguntas, se buscará crear un clima de debate crítico para recopilar y documentar los primeros datos y conclusiones sobre el tema.

Teniendo en cuenta los tiempos y momentos de clase, el docente podrá elegir trabajar con algunas de estas imágenes y algunas de las preguntas que se proponen.

RECURSOS: proyector, tv, computadora o notebook (en caso de no contar con estos recursos pueden utilizarse imágenes impresas o de revistas) – pizarrón o afiche y rotulador.

1. Observamos imágenes y debatimos:

Imagen N°1: con o sin precio

Se utilizará con el fin de reflexionar sobre el derecho a la información y la exhibición de precios en los productos, en particular trabajando sobre el artículo 4 de la Ley N° 24240. A partir de la comparación de dos situaciones en un ámbito similar, se busca indagar sobre cómo nos perjudica la falta de información, los errores u omisiones en la confección de los precios de la mercadería.



Posibles preguntas disparadoras:

- Como consumidores: ¿Cuál es la diferencia más importante que observan entre estas imágenes?
- ¿Por qué consideran que deberían estar exhibidos los precios de toda la mercadería? ¿Qué derechos pueden encontrarse vulnerados?
- ¿Cuál es la consecuencia de que no haya un precio a la hora de elegirlo? ¿Cómo podría comparar el precio de productos por peso o cantidad sin el precio en la misma medida?
- ¿Han vivido situaciones en donde sus compras se ven dificultadas por la falta de información en los productos? ¿Cómo actúan frente a estas problemáticas?

Imagen N°2: precios al contado o con débito y/o crédito

Se propone esta imagen para reflexionar sobre lo estipulado en el artículo 37 de la Ley N° 25.065 respecto a la obligación del proveedor de no efectuar diferencias de precio entre operaciones al contado y con tarjeta de débito y crédito en un pago.



Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Consideran que estos precios son correctos? ¿Qué observaciones pueden realizar al respecto?
- ¿Conocen comercios que efectúen este tipo de promociones?
- ¿Alguna vez reclamaron por estas diferencias de criterios? ¿Qué respuestas obtuvieron?

Imagen N°3: ley de talles

A partir de la observación de esta imagen se buscará reflexionar acerca de la Ley de talles y las problemáticas que naturalizamos en torno a la diversidad de productos, los estereotipos de belleza y la discriminación hacia los cuerpos.





Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Encuentran alguna contradicción o paradoja en esta imagen? ¿Cuál creen que es?
- ¿Por qué creen que algunos locales de ropa tienen sólo “talle único”?
- ¿Han oído frases como: “se usa así, ajustadito”, “no tenemos talle para vos”? ¿Qué otras frases o situaciones ocurren en relación a los talles de las prendas tanto de hombres como de mujeres?
- ¿Conocen alguna normativa que nos ampare ante estas problemáticas?
(Tener como guía o apoyatura la Ley N° 12.665)

Imagen N°4: trato digno

Se plantea el uso de esta imagen de un cartel ubicado en un supermercado, para debatir respecto al artículo 8 bis de la Ley N° 24240 sobre el trato digno a los consumidores.



Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Alguna vez fueron revisados o les pidieron observar sus pertenencias? ¿Cómo fue la situación? ¿Qué sintieron cuándo fueron revisados?
- ¿Consideran que es legal esta práctica en comercios? Los que opinan que no es legal: ¿Por qué creen que podría denunciarse al proveedor?



Imagen N°5: cambios de ropa o productos

A partir de esta imagen la propuesta es trabajar sobre las normas implementadas por algunos comercios que difieren de las estipuladas por la ley.



Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Les ha pasado que han querido cambiar una prenda o un producto y les especifican qué días pueden hacerlo?
- ¿Qué motivos les dieron para no realizarles el cambio?
- ¿Cómo actuaron en esa situación? ¿Qué piensan al respecto?
- ¿Por qué creen que los comercios atienden de una manera a los consumidores cuando venden un producto y de otra cuando la venta ya se realizó?
- ¿En qué observan que se diferencia la atención para la venta y para la atención posterior (sean cambios, reclamos, consultas, etc.)?
- ¿Hay otros casos en los que conozcan que te atienden de una manera cuando te ofrecen un producto o servicio y de otra cuando reclaman por algún problema con la compra?
- ¿Conocen alguna normativa que nos ampare ante esta problemática?
(Tener en cuenta la Ley N° 14.374)

Imagen N°6: garantía de productos

El uso de esta imagen tiene por objetivo reflexionar sobre el artículo 11 de la Ley N° 24240 sobre la garantía de productos nuevos y productos usados para que comprendan que todo producto debe tener garantía. A su vez, se puede tomar como referencia lo estipulado en el artículo 23 respecto a las deficiencias en la prestación de servicios.



PRODUCTO NUEVO SIN GARANTIA

(Embalado de fábrica remanente de stock)

*Imagen Ilustrativa

Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Todos los productos tienen garantía o sólo los nuevos? ¿Qué piensan?
- ¿Alguna vez viste algún producto o servicio vendido sin garantía por ser usado o de “segunda selección”?
- ¿Han vivido alguna situación en donde un producto recién comprado les falle y quieran cobrarles la reparación? (plantear por ejemplo el caso de la telefonía celular)
- ¿Puede haber productos que no tengan garantía? ¿Pueden establecerse plazos de garantía menores a los indicados en la Ley 24.240? ¿Y mayores?
- ¿Por qué crees que los productos tienen que tener una garantía? ¿Qué quiere decir que los productos tienen garantía?
- ¿Alguna vez te pasó que un comercio te derivara al “fabricante” o al “servicio técnico” para la garantía? ¿Quiénes son los proveedores responsables por el cumplimiento de la garantía?
- ¿Cuándo tienen un problema con un producto, lo llevan ustedes al servicio técnico o lo vienen a buscar a sus domicilios?
- Los servicios prestados por reparaciones, arreglos, services, etc. ¿tienen garantía?

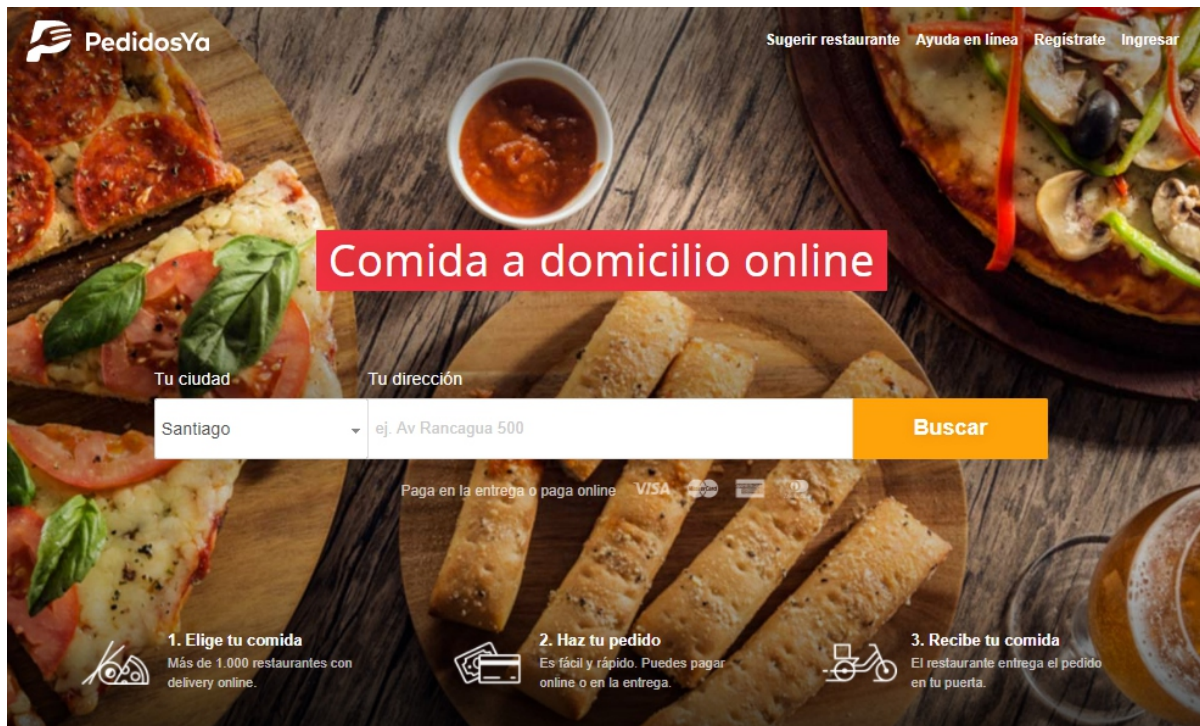
Imagen N°7: Información de créditos



Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Sobre qué informan estas imágenes?
- ¿Conocen a alguien que haya sacado un préstamo/préstamo o tenga una tarjeta para pagar en cuotas? ¿Creen que hay alguna diferencia entre un préstamo y una tarjeta de crédito?
- ¿Qué entienden por cuotas “sin interés” y “fijas”?
- Cuando compras algo en cuotas: ¿Cómo sabemos cuánto vamos a pagar en total?
- ¿Saben que es lo que nos tienen que informar para ofrecernos un préstamo?
- ¿Por qué creen que hay información grande y chica en las imágenes? ¿Qué dice en la “letra chica”?
- ¿Saben para qué sirve el Costo Financiero Total y de qué manera nos ayuda a saber cuánto tenemos que pagar?

Imagen N°8: Compras a distancia



Posibles preguntas disparadoras:

- ¿Alguna vez hicieron compras virtuales?
- ¿Cómo les resulta esta modalidad de compra?
- ¿Qué inconvenientes podrían surgir en este tipo de transacciones? ¿Tuvieron alguna vez un problema al comprar de esta manera?
- ¿Creen que hay legislación que regule esta actividad a pesar de no realizar directamente en el local?
- ¿Qué me tienen que informar cuando compro algo a distancia? ¿Cómo se a quién le compro?
- Bajo esta modalidad: ¿Se puede contratar un servicio? ¿Qué ejemplos de este tipo conoces? (internet, cable, telefonía, turismo, etc.).
- Cuando compro en un portal de compras a distancia: ¿a quién le tengo que reclamar? ¿Al portal? ¿Al vendedor que me envía las cosas? ¿A ambos?
- ¿Y dónde te parece que tengo que hacer el reclamo? ¿dónde está el comercio o en el municipio donde se encuentra mi casa?
- Cuando compro a distancia: ¿puedo conocer lo mismo del producto comprado en el lugar de venta o menos? ¿Por qué crees que para esta clase de compras hay más protección todavía?
- ¿Qué es la economía colaborativa? ¿Qué problemas trae? ¿Y qué beneficios?

2. Analizamos imágenes publicitarias:

Ahora se proyectarán diferentes publicidades que presentan problemáticas respecto a los derechos de los consumidores. Los alumnos harán de jueces y en base a lo que estuvieron debatiendo anteriormente deberán determinar cuál es la problemática que plantea la publicidad (detectar si es abusiva, engañosa, discriminatoria, etc.)

PUBLICIDAD N°1: Coca Cola

¿Tomar una Coca Cola es como andar 22 minutos en bicicleta?



PUBLICIDAD N°2: Faja reductora Quebaré

¿Usar esta faja reemplaza el gimnasio o el deporte?



PUBLICIDAD N°3: Burger King

¿Una persona se merece un premio por ser pelirroja?



PUBLICIDAD N°4: Old Spice

¿Cómo debe oler un hombre y cómo debe oler una mujer?



Segundo Momento

RECURSOS: proyector, tv, computadora o notebook – fragmentos de noticias periodísticas impresas – fragmentos de diferentes artículos de leyes vinculadas a la defensa de los derechos de los consumidores – cuaderno o carpetas y lapicera.

1. Observamos el siguiente video:

“Sociedad de consumo y obsolescencia programada: combinación que amenaza la existencia” (en Youtube)

https://www.youtube.com/watch?v=fll_Lr5Rf5A

Descripción:

Es un corto animado de Steve Cutts, que, poniendo el centro en el consumismo y la obsolescencia programada, nos ilustra como la sociedad de consumo actual, proyecta patrones de comportamiento irracionales, no sostenibles en el tiempo, que amenazan la existencia de la especie humana y el equilibrio ambiental.

¿Por qué trabajar con este video?

Porque permite abarcar muchos de los temas de la educación para el consumo que deberían conocer o comprender nuestros estudiantes: desde el funcionamiento de la sociedad de consumo, las nuevas tecnologías y la publicidad, hasta la compra y el impacto en el medio ambiente.

2. Se organizan grupos y se distribuyen por equipo uno de los siguientes bloques temáticos que deberán servir como guía para esta actividad:

- a) Funcionamiento de la sociedad de consumo (tecnologías, consumo, inclusión)
- b) Acceso al consumo (necesidades e identidad)
- c) Consumo y ambiente (consumo sustentable, impacto ambiental)
- d) Publicidad y consumo
- e) Consumo y producción
- f) El dinero y el ahorro

Mediante la orientación del docente se promueve un espacio de reflexión y producción que podrá sentar algunas bases para el trabajo final. Los integrantes de cada grupo, en relación con el video observado, jugarán a ser Influencers¹. Deberán pensar, escribir y actuar un mensaje que consideren efectivo para concientizar a otros jóvenes sobre alguna problemática que plantea el tema que se les asignó.

¹ Instagram es la red social de los influencers por excelencia. Las imágenes que se suben, acompañadas de los hashtag pertinentes y de unas fotos originales, han hecho que las personas más influyentes no hayan dudado un instante en estar ahí.



Lo interesante será que puedan poner en juego también, todos los códigos y recursos que utilizan los influencers en las redes sociales como Instagram.

Para socializar la producción se recomienda que creen un grupo con el/la docente para poder descargar el video y proyectarlo en clase.

3. Trabajamos con noticias periodísticas:

Proponemos seleccionar algunas de estas noticias y trabajar de acuerdo a los centros de interés que se generen en el aula.

NOTICIA N°1:

“Cómo darte de baja de un servicio contratado: ahora será más fácil”

<https://www.perfil.com/noticias/sociedad/como-darte-de-baja-de-un-servicio-contratado-ahora-sera-mas-facil.phtml>

NOTICIA N°2:

“Obligan a abonarle al damnificado 30 mil pesos por daño moral, más otros 30 mil por multa civil”

https://www.clarin.com/sociedad/fallo-inedito-empresa-debera-pagar-dano-punitivo_0_BJuecYAaYx.html

NOTICIA N°3:

“Furia en las redes: los bots de Cablevisión y Fibertel: miles de reclamos y una respuesta”

<https://www.0221.com.ar/nota/2018-8-4-7-28-0-los-bots-de-cablevision-y-fibertel-miles-de-reclamos-y-una-sola-respuesta>

Posibles preguntas para el trabajo en equipos:

- Observando el listado de leyes y artículos: ¿Cuáles consideran que podrían tener en cuenta los consumidores para efectuar un reclamo en cada una de las situaciones planteadas en las noticias que leyeron?
- Ahora que conocen algunas leyes vinculadas a la defensa de los derechos de los consumidores: ¿Cuáles creen que tienen que ver con las imágenes que observaron al comienzo de la clase?
- Reflexionando sobre todo lo trabajado hasta el momento: ¿Cuáles consideran que son las ventajas que tienen los consumidores cuando conocen en profundidad sus derechos?

Listado de leyes que se utilizarán como apoyatura teórica:

Existen varias leyes nacionales y provinciales que se relacionan con los contenidos por abordar. Agregamos solo las principales.

- Ley 24.240 “Defensa al consumidor”. Decreto Reglamentario N° 1.798/94.
- Ley 25.065 “Tarjetas de crédito”
- Ley N° 22.802 “Lealtad Comercial”
- Ley 13.891 “Exhibición de precios”



- Ley 12.665 “Ley de talles”. Decreto Reglamentario N° 866/05. Disposición de la Dirección Provincial de Comercio N° 888/06.
- Ley N° 13.133 “Código Provincial de Implementación de Los derechos de los consumidores y usuarios” (de inclusión obligatoria por ser la que aplica en todo el territorio provincial).
- Código Civil y Comercial de la Nación

Considero útil mencionar los sitios web donde encontrar las leyes redactadas en lenguaje claro:

- Ley 24.240 “Defensa al consumidor”. Decreto Reglamentario N° 1.798/94.:
<http://www.derechofacil.gob.ar/leysimple/defensa-del-consumidor/>
- Ley 25.065 “Tarjetas de crédito”: <http://www.derechofacil.gob.ar/leysimple/tarjeta-de-credito/>
- Ley N° 22.802 “Lealtad Comercial”: <http://www.derechofacil.gob.ar/leysimple/lealtad-comercial/>
- Ley N° 13.133 “Código Provincial de Implementación de Los derechos de los consumidores y usuarios” (de inclusión obligatoria por ser la que aplica en todo el territorio provincial).: <http://justiciacolectiva.org.ar/wp-content/uploads/2018/04/Leyes-de-defensa-del-consumidor-de-la-Provincia-de-Buenos-Aires-en-lenguaje-claro.pdf> (incluye las otras leyes provinciales citadas)

Tercer Momento

RECURSOS: fotocopias con teoría vinculada a cada uno de los temas que se repartirán por grupos – hojas blancas para dibujo – lápices, pinturas, tijera, pegamento y demás materiales de uso artístico para construir un collage – celular con cámara fotográfica.

1. Se repartirá a cada equipo de trabajo ya conformado, uno de los siguientes temas con el cual deberán realizar una producción a partir del intercambio, la lectura y la reflexión²:

- a) Sanidad, nutrición y prevención de enfermedades.
- b) Rotulado de productos y seguridad.
- c) Protección al consumidor: legislación y reclamos.
- d) Derecho a la información: peso, precio, calidad, condiciones de comercialización, etc.
- e) Protección del medio ambiente y uso eficiente de materiales.

(En el caso de que haya más de 5 grupos se podrán repetir temas)

² En este punto previamente el docente con las autoridades podrá prever y organizar la posibilidad de integrar esta actividad con otras áreas de estudio teniendo como orientación el cuadro adjunto al final.



2. El docente hará una breve explicación introductoria de cada uno de estos temas (ver Anexo 3).

Entre todos los/las alumnos/as del aula votarán y elegirán un producto de consumo habitual o masivo. En relación al producto elegido (por ejemplo: un paquete de galletitas) cada grupo deberá bocetar una idea para realizar una publicidad gráfica y luego construirla con recortes de imágenes o fotografías de diferentes revistas, dibujos, pintura o mezclando técnicas.

El objetivo de la imagen creada será concientizar a los consumidores sobre el aspecto en particular que les tocó trabajar (por ejemplo: las enfermedades vinculadas al uso excesivo de ese producto o servicio, o el engaño que puede existir en la información brindada en este tipo de publicidades).

3. Para replicar el tema se propone fotografiar las imágenes construidas por cada grupo y que entre todo el curso piensen una manera de socializar por las redes lo que trabajaron, con el objetivo de persuadir a otros estudiantes de la escuela o de la comunidad en general.

(Por ejemplo: se puede crear una campaña virtual utilizando hashtags, crear un blog, realizar un corto, etc.)

Cuarto Momento

Como cierre de las actividades, el docente creará un espacio de reflexión para que intercambien puntos de vista sobre lo trabajado y entre todos asumirán un compromiso vinculado al punto anterior, pautando una fecha del año para evaluar el recorrido y los resultados obtenidos a partir de haber socializado el trabajo en diferentes medios.

CUADRO DE POSIBLES CONTENIDOS POR ÁREA REFERIDOS A LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

A partir de este cuadro se pueden pensar diferentes integraciones de áreas:

1°	2°	3°	CONTENIDOS DEFENSA AL CONSUMIDOR
Prácticas del Lenguaje	Prácticas del Lenguaje	Prácticas del Lenguaje	Redacción de un reclamo enmarcado en las leyes; Lectura crítica de publicidades.
Matemática	Matemática	Matemática	Porcentajes de descuentos; Precios con IVA y sin IVA; Peso neto, peso bruto, venta al peso, por unidad o fracción; Crédito y financiación; tasas de interés, TNA, CFT, etc.
Ciencias Naturales	Biología	Biología	Rotulado de productos e información: alimentos transgénicos, productos grasos, productos diet, light, etc. / Salud y alimentación: ley de talles / Riesgos en la salud y el ambiente derivados del consumo de productos o servicios.
	Físico Química	Físico Química	Instalaciones eléctricas domiciliarias, normativa vigente y organismos de control. Prevención y acciones reparadoras frente al deterioro ambiental vinculado al consumo de energía.



Ciencias Sociales	Historia	Historia	Evolución histórica de los Derechos de los Consumidores y el fenómeno del consumo en las sociedades modernas.
	Geografía	Geografía	Mercado, libre competencia, Monopolio, etc. / Mapa del consumo en el país y en el mundo.
Educación Física	Educación Física	Educación Física	Consumo, cuerpo, deporte y salud. Alimentación, ley de talles. "Ser" vs "tener": el deporte como práctica saludable y el consumismo.
Educación Artística	Educación Artística	Educación Artística	El análisis de la imagen y el discurso publicitario. Los mensajes implícitos en la publicidad. La retórica y la persuasión.
Construcción de Ciudadanía	Construcción de Ciudadanía	Construcción de Ciudadanía	Evolución histórica de los Derechos de los Consumidores / El derecho a la información en relación al consumo / Riesgos que pueden derivar del consumo de productos o servicios.
Inglés	Inglés	Inglés	Términos en inglés asociados al consumo: "light", "diet", "sale", "off", etc.



Recursos Utilizados

- <https://www.facebook.com/BAconsumidor/photos/a.1417211391850993/2149717038600421/?type=1&theater>

Bibliografía y páginas de referencia:

- STIGLITZ, Gabriel y HERNÁNDEZ, Carlos, Directores. Tratado de Derecho del Consumidor, Thomson Reuters, La Ley, 2015.
- RUSCONI, Dante D., Director. Manual de Derecho del Consumidor, Abeledo Perrot, 2015.
- ÁLVAREZ LARRONDO, Federico M., Director. Manual de Derecho del Consumo, Erreius, 2017.
- ALTERINI, Atilio A. Como desbaratar la protección del consumidor. LL - 1999-A. p. 783.
- ALTERINI, Atilio A., El consumidor en la sociedad postmoderna, La Ley, 1996E, 818.
- FARINA Juan M, "Defensa del Consumidor y del Usuario, 3º edición ampliada, Astrea, 2004.
- MOSSET ITURRASPE, Jorge y LORENZETTI Ricardo L., Defensa del Consumidor. 1994. Editorial Rubinzal Culzoni.
- SCHILMAN, Gloria. Prácticas ilegítimas en Publicidad.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=121&id_articulo=769

Organismos Gubernamentales

- <https://defensaconsumidor.mjus.gba.gob.ar/>
- <https://www.argentina.gob.ar/tema/consumidores/conocer-mis-derechos>
- <https://www.buenosaires.gob.ar/defensaconsumidor/como-denunciar/consejos-utiles>

Asociaciones de defensa del consumidor

- <http://justiciacolectiva.org.ar/recomendaciones/>
- <http://www.proconsumer.org.ar/>
- <http://www.protectora.org.ar/consejos/>

Otras páginas

- <https://www.derechoenzapatillas.com/>



Buenos Aires
Provincia

