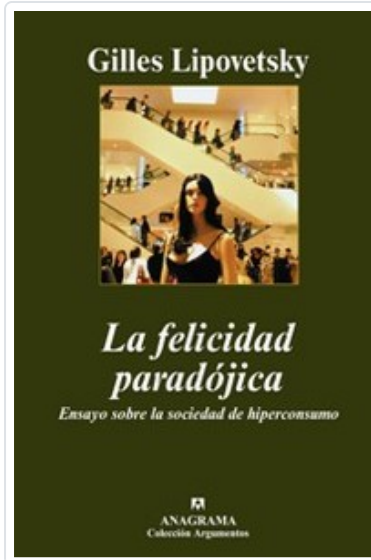


# FELICIDAD PARADOJICA , LA

LIPOVETSKY, GILLES



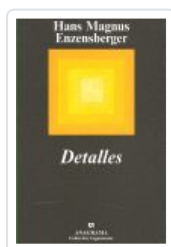
## SINOPSIS

El vivir mejor se ha convertido en una pasión de masas. Hemos entrado en una nueva etapa del capitalismo, hemos entrado en la sociedad de hiperconsumo. Nace un Homo consumericus de tercer tipo, un turboconsumidor desatado, con gustos imprevisibles, al acecho de nuevas experiencias emocionales y de mayor bienestar, de calidad de vida y de salud, de marcas y de autenticidad, de inmediatez y de comunicación. El espíritu de consumo ha conseguido infiltrarse hasta en las relaciones con la familia y la religión, con la cultura y el tiempo disponible. Pero estos placeres privados descubren una felicidad herida: jamás el individuo contemporáneo ha alcanzado tal grado de desamparo. «Un libro muy informado, lleno de matices y razonablemente optimista» (Jean-Maurice de Montremy, Livres Hebdo); «¡Una anatomía turbadora de las sociedades hipermodernas!» (Elias Levy, Voirontré); «No se trata de culpar de todo a la sociedad de consumo, sino de intentar analizar lo que, a priori, aparece como contradictorio» (Sophie Péters, Les Echos). ...

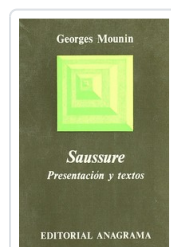


Editorial	ANAGRAMA
Materia	<Genérica>
Colección	ARGUMENTOS
EAN	9788433962669
Status	Disponible
Páginas	416
Tamaño	140x0x mm.
Peso	532
Precio (Imp. inc.)	20,00€

## Títulos relacionados



DETALLES  
ENZENSBERGER,  
HANS MAGNUS



SAUSSURE  
MOUNIN, GEORGES



CLAVES PARA  
LA LINGUISTICA  
MOUNIN,  
GEORGES



INTRODUCCION A LA  
CIENCIA POLITICA  
ABENDROTH,WOLFGANG