

Luiz Felipe Pondé

Marketing existencial

A produção de bens de significado
no mundo contemporâneo

Sumário

8 Alerta

13 PARTE I – Os fundamentos do marketing existencial

CAPÍTULO 1 – Filosofia da existência: os modos de enfrentamento da falta de sentido da vida, ou A raça de abandonados de Horkheimer 14

CAPÍTULO 2 – As condições de possibilidade da “marketização” do significado no mundo atual 28

CAPÍTULO 3 – Marketing como ontologia: Capitu traiu Bentinho? 32

CAPÍTULO 4 – O *self* narcisista consumidor de significados e o contrato utilitário como modelo de sociedade avançada de direitos 38

CAPÍTULO 5 – O marketing e os estágios da existência: estético, ético e espiritual 50

63 PARTE II – As diferentes formas de marketing existencial e seus produtos

CAPÍTULO 1 – Bens de significado de luxo e de massa: o que é uma “personalidade luxuosa”? 64

CAPÍTULO 2 – Religião e espiritualidade de consumo 72

CAPÍTULO 3 – Qual o significado de uma viagem? O gosto do vulcão na alma 90

CAPÍTULO 4 – O futuro da personalidade é o estilo: o marketing de comportamento 96

	CAPÍTULO 5 – O “mal” ou a indiferença como significado e estilo	108
	CAPÍTULO 6 – A moda do bem: o risco de você virar um idiota	112
	CAPÍTULO 7 – Comida como <i>statement</i>	116
	CAPÍTULO 8 – Amar como sentido	120
	CAPÍTULO 9 – Valores negativos como significado: inveja e ressentimento na alma em busca de reconhecimento	124
	CAPÍTULO 10 – Significados para pobres	130
	CAPÍTULO 11 – Significados para pobres de espírito	134
	CAPÍTULO 12 – Consumo humanista: o capitalismo criou corvos que comerão os próprios olhos	138
	CAPÍTULO 13 – Desconexão como estilo de vida: a solidão como bem invisível clássico e contemporâneo	144
	CAPÍTULO 14 – <i>Business</i> do bem	148
	CAPÍTULO 15 – A geração Milênio	152
	CAPÍTULO 16 – Produtos niilistas: a elegância de não crer em nada	158
	CAPÍTULO 17 – Marketing existencial e mídias sociais	162
167	PARTE III – Desafios e impasses do marketing existencial	
	CAPÍTULO 1 – Existe alguma verdade possível no marketing existencial?	168
	CAPÍTULO 2 – A autenticidade como herança romântica	174
	CAPÍTULO 3 – Desespero, medo e ressentimento como fundamentos da vida em sociedade na época atual	178