

Consumo y felicidad

En la sociedad contemporánea se relaciona, de manera explícita o implícita, el aumento del consumo con la felicidad y la satisfacción con la vida. Este libro revisa los fundamentos psicosociales y éticos que determinan los efectos que sobre el bienestar subjetivo se derivan del acto cotidiano de consumo. El consumo posmoderno se caracteriza por una concepción hedonista de la felicidad, y por las creencias de que un mayor consumo es mejor que menos, que es inocuo y racional, que el consumo del grupo de referencia es el correcto, además de un optimismo exacerbado acerca de sus beneficios. El libro plantea la hipótesis de que las características del consumo posmoderno provocan un incremento sustancial en las aspiraciones de consumo que se enfrentan a unos medios de consumo relativamente fijos, lo que genera sentimientos de frustración en las personas. El autor propone varios elementos para el diseño de un código de conducta para el consumidor actual con el objetivo de atemperar (no eliminar) el crecimiento de las aspiraciones de consumo.



Abraham Aparicio

Doctor en Economía por la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México, institución donde se desempeña como profesor de tiempo completo desde 2009. Ha publicado diversos artículos en revistas científicas arbitradas, un libro sobre microeconomía, capítulos de libros, artículos de divulgación y artículos periodísticos.



978-3-8454-9623-8

editorial académica española

Consumo y felicidad



Abraham Aparicio

Consumo y felicidad

Hacia una deontología del consumo

Abraham Aparicio