

Índice

Capítulo 1.	PRÓLOGO	1
Capítulo 2.	AUTOTRASCENDENCIA Y ONTOLOGÍA DEL MERCADILLO	9
Capítulo 3.	LA AUTOTRASCENDENCIA	15
Capítulo 4.	ONTOLOGÍA DEL MERCADILLO	25
Capítulo 5.	LUGAR Y COMUNICACIÓN DEL MERCADILLO	29
	5.1. Nueva sociedad y nuevas comunicaciones.....	36
Capítulo 6.	LA ACCIÓN	49
	6.1. El ensanchamiento por la acción	57
Capítulo 7.	RASTREAR DEL PENSAMIENTO A TRAVÉS DE LA NOVELA (LA ACCIÓN DEL TEXTO PARA ACTUAR EN NUESTRO MUNDO). PENSAMIENTO DE LA DIVERSIDAD Y EL ACCIDENTE	67
Capítulo 8.	NECESIDAD DE CONFIAR EN EL SER HUMANO	85
Capítulo 9.	SOBRE «LOS HÁBITOS DEL CORAZÓN»	103

Capítulo 10. UNA CHICA, EL ROCK, DOS O TRES AMIGOS, LA FAMILIA Y EL TRABAJO: LA «GENERACIÓN X»	111
Capítulo 11. SIN ESPERAR A QUE SE CUMPLA EL DESTINO	127
Capítulo 12. DE LA INMEDIATEZ A LA RENOVACIÓN	141
Capítulo 13. LA AUTOTRASCENDENCIA NON-PROFIT	153
Capítulo 14. CURIOSIDAD POR OTROS RELATOS, OTROS ESFUERZOS	165
14.1. L.M.M. (Refugiada-inmigrante)	172
14.2. J.G.S. (Inmigrante económico-político)	175
14.3. H.P. y M.A.B. (Refugiados)	175
14.4. R.B.B. (Mujer trabajadora).....	184
14.5. E.G.B. (Joven universitaria).....	190
Capítulo 15. RELLENOS DE PROVISIONALIDAD-PERMANENCIA	197
Capítulo 16. EL «OLOR DE EXISTENCIA»	209
Capítulo 17. EN EL MERCADILLO CON MASCARILLA	219
BIBLIOGRAFÍA	229