

Come la spiritualità orientale è diventata un prodotto commerciale

Arredamento in stile zen, dieta zen, moda zen, mindfulness per lo shopping, mindfulness nel trading, ricette yoga: queste sono solo alcune delle innumerevoli voci che si trovano sui motori di ricerca, dove la spiritualità viene sempre trasformata in uno strumento di marketing. Negli ultimi anni, i prodotti legati alle pratiche di benessere hanno conosciuto un boom senza precedenti. Da libri, corsi e masterclass, a oggettistica di ogni tipo, capi di abbigliamento, pezzi d'arredamento e persino pacchetti vacanze, tutti contraddistinti da termini pseudoreligiosi ispirati da un qualche credo mille...

Questo è un articolo di approfondimento riservato ai nostri abbonati. Scegli l'abbonamento che preferisci (al costo di un caffè la settimana) e prosegui con la lettura dell'articolo.

Se sei già abbonato effettua l'accesso qui sotto o utilizza il pulsante "accedi" in alto a destra.

ABBONATI / SOSTIENI

L'Indipendente non ha alcuna pubblicità né riceve alcun contributo pubblico. E nemmeno alcun contatto con partiti politici. **Esiste solo grazie ai suoi abbonati.** Solo così possiamo garantire ai nostri lettori un'informazione veramente libera, imparziale ma soprattutto senza padroni.

Grazie se vorrai aiutarci in questo progetto ambizioso.

Username

Password

Ricordami

Accedi

[Password dimenticata](#)