



Frédéric, Beigbeder

(Neuilly-sur-Seine, 1965) es autor de varias novelas, un libro de cuentos y un ensayo. Durante diez años simultaneó su trabajo publicitario con colaboraciones en diferentes medios de comunicación como cronista de la noche o crítico literario en revistas, periódicos y programas de radio y televisión. Con 13.999 euros tuvo un éxito extraordinario, encabezó durante meses las listas de best sellers y además fue despedido fulminantemente de la agencia de publicidad en la que era un brillantísimo creativo. En España, dicha novela tuvo también una acogida espectacular: «Impagable testimonio de un profesional que durante años ha alimentado las calderas de la publicidad con un afilado ingenio» (Llätzer Moix, La Vanguardia). En esta colección han aparecido también otras tres novelas, El amor dura tres años, Windows on the World y Socorro, perdón, así como Último inventario antes de liquidación, en el que reseña de forma aguda y desenvuelta los cincuenta mejores libros del siglo XX según una encue

riverside
agency

13,99 euros

Autor: Frédéric, Beigbeder

688, Compactos

Ficción moderna y contemporánea

Anagrama

ISBN: 978-84-339-7792-2 / Rústica / 272pp | 135 x 205 cm

Precio: \$ 29.900,00

Octave Parango, creativo publicitario, es un joven triunfador; forma parte de quienes deciden lo que el público deseará mañana. Pero, asqueado de esa industria y sus manipulaciones, decide escribir un libro en el que denunciará sus entresijos para que le despidan de la poderosa agencia en la que trabaja. Éste es el punto de partida de 13,99 euros, un enloquecido viaje a los infiernos rituales ¿drogas, sexo y violencia? con un estilo afín al de Bret Easton Ellis y al de Michel Houellebecq, que fue quien animó a su autor a escribir «el libro auténtico sobre el medio publicitario». Cruel e insolente, alegato contra la manipulación consumista, 13,99 euros se convirtió en un verdadero fenómeno de masas en Francia, uno de los mayores bestsellers de los últimos años. «Esta novela describe el maravilloso mundo de la comunicación moderna: un mundo en el que se gastan miles de millones para despertar entre personas que no pueden permitírselo el deseo de comprar cosas que no necesitan. Es un libro sobre nuestra sociedad, la vuestra, la mía, la que yo mismo contribuí a forjar durante mis diez años de presencia en las agencias de publicidad, la que todos hemos dejado crecer por despecho», dice el autor, que recuerda que la experiencia de Octave se inspira en la suya: poco antes de publicar su novela, Frédéric Beigbeder fue despedido de Young & Rubicam, la agencia en la que trabajaba.

Octave Parango, creativo publicitario, es un joven triunfador; forma parte de quienes deciden lo que el público deseará mañana. Pero, asqueado de esa industria y sus manipulaciones, decide escribir un libro en el que denunciará sus entresijos para que le despidan de la poderosa agencia en la que trabaja.