



## Capitalismo, consumo y autenticidad : Las emociones como mercancías /

Illouz, Eva,  
ed.lit  
Mastrangelo, Stella,  
trad

Katz Editores,  
2019

Monografía

El capitalismo ha hecho de la racionalidad un rasgo casi omnipresente de la acción humana. Sin embargo, la cultura capitalista no carece de emocionalidad sino que, más bien, ha intensificado la vida emocional de un modo inédito. La tesis central de este libro es que los actos de consumo y la vida emocional han llegado a estar estrecha e inseparablemente entrelazados, de modo que cada uno define y permite al otro. En este proceso a la vez cultural y económico, los ideales y los modelos de autenticidad, intimidad y salud emocional se coproducen con el mercado y se cosifican a través de él como commodities emocionales: emodities. Al proponer esta interpretación -que las emociones se han convertido en commodities-, el grupo de autores de este volumen aspira a renovar el marco conceptual en el que se ha concebido la historia del capitalismo, y afirman que, desde la Segunda Guerra Mundial y en particular desde la década de 1960, ha habido una constante expansión de commodities emocionales, que, si se conceptualiza debidamente, revela una dimensión diferente de la historia del capitalismo. Este libro, entonces, espera arrojar nueva luz sobre los modos en que la economía moral de las relaciones sociales organiza intercambios económicos a través de emociones. También nos ayuda a comprender cómo la economía moldea el tejido de nuestros mundos emocionales de una manera que muestra cómo las dicotomías entre racionalidad y emoción, y entre autenticidad y comodificación, se traducen efectivamente con fluidez y sin esfuerzo en prácticas de consumo. El commodity emocional ha volado por debajo del radar de las teorías del consumo, pero, como se intenta demostrar aquí, es uno de los hilos más fuertes para explicar el desarrollo del capitalismo a partir de mediados del siglo XX

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjYwMjg1MzA>

**Título:** Capitalismo, consumo y autenticidad Las emociones como mercancías Eva Illouz (comp.); traducido por Stella Mastrangelo

**Edición:** 1a ed

**Editorial:** Buenos Aires Katz Editores 2019

**Descripción física:** 291 p. 20 cm

**Mención de serie:** Discusiones

**Copyright/Depósito Legal:** M 41555-2018 Oficina de Depósito Legal Madrid

**ISBN:** 9789874001177 9788415917397 9874001178 8415917392

**Materia:** Capitalismo- Aspectos sociales Emociones y sentimientos- Aspectos sociales Consumo- Aspectos psicológicos Consumismo- Aspectos psicológicos Consumer society- Psychological aspects Capitalismo- Aspectos psicológicos Capitalism- Psychological aspects Consumo Consumption (Economics) Sociología Sociology

**Autores:** Illouz, Eva, ed.lit Mastrangelo, Stella, trad

---

## **Baratz Innovación Documental**

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- [informa@baratz.es](mailto:informa@baratz.es)