

## El “capitalismo emocional” en Eva Illouz: Un análisis transversal del concepto y sus ambivalencias

María Tocino Rivas<sup>1</sup>

Recibido: 6 de diciembre 2021 / Aceptado: 16 de enero de 2022

**Resumen.** El propósito es presentar un estudio transversal del concepto “capitalismo emocional” en el marco teórico de la obra de Eva Illouz. Con el fin de aclarar los orígenes de un término que en las últimas décadas ha gozado de creciente repercusión en la literatura académica, se defenderán dos tesis. La primera, que la preocupación por las transformaciones de la cultura emocional a lo largo de los siglos XX y XXI es el principal hilo conductor del pensamiento de Illouz. Y la segunda, que su análisis del fenómeno del capitalismo emocional se encuentra atravesado por una serie de ambivalencias que explican que el sentido de este neologismo no se corresponda estrictamente con el de la mayor parte de trabajos que se han interesado por las relaciones entre el capitalismo contemporáneo y la vida emocional.

**Palabras clave:** capitalismo emocional; Eva Illouz; emocionalización; racionalización; neoliberalismo.

### “Emotional capitalism” in Eva Illouz’s work: An integral study of the concept and its ambivalences

**Abstract.** The objective of this paper is to provide a comprehensive examination of the concept of ‘emotional capitalism’ within the theoretical framework of Eva Illouz’s work. In order to elucidate the origins of this term, which has gained increasing popularity in academic literature in recent decades, two theses will be presented. Firstly, it will be argued that the central theme unifying Illouz’s thought is the concern for transformations in emotional culture throughout the 20th and 21st centuries. Secondly, it will be proposed that the author’s analysis of emotional capitalism is somewhat ambiguous, thereby suggesting that the meaning of this neologism does not strictly align with the majority of works that explore the relationship between contemporary capitalism and emotional life.

**Keywords:** emotional capitalism; Eva Illouz; emotionalization; rationalization; neoliberalism

**Sumario:** 1. Introducción; 2. La hipótesis del capitalismo emocional: sentido y definición; 3. La emocionalización de la conducta económica; 4. La racionalización de la vida emocional; 5. Las ambivalencias del concepto illouziano de capitalismo emocional; 6. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Tocino Rivas, M. (2023): “El “capitalismo emocional” en Eva Illouz: Un análisis transversal del concepto y sus ambivalencias”, en *Revista de Filosofía*, 48 (2), 427-442.

---

<sup>1</sup> Universidad de Salamanca  
mariatocino@usal.es

## 1. Introducción

“Capitalismo emocional” es un término que surge a mediados de la década de los 2000 en la obra de Eva Illouz (Fez, 1961) y que, desde entonces, ha gozado de una notable repercusión en el ámbito de las investigaciones sociológicas y filosóficas sobre las transformaciones del capitalismo contemporáneo y sus implicaciones. La amplia aceptación con la que cuenta hoy este neologismo contrasta, empero, con dos hechos fácilmente contrastables: por un lado, que la producción teórica de Illouz –desarrollada a lo largo de las tres últimas décadas– aún no cuenta con una tradición exegética consolidada y, por otro, que tampoco la propia expresión “capitalismo emocional” ha sido objeto de estudios específicos que indaguen en sus raíces terminológicas<sup>2</sup>. Frente a ello, este trabajo pretende contribuir a invertir esta situación, toda vez que se propone llevar a cabo un análisis transversal del concepto en su contexto original en el marco del pensamiento illouziano.

A este respecto, en las páginas que siguen se procura defender al menos dos tesis claramente delimitadas. La primera es que el capitalismo emocional –que como vocablo apareció por primera vez en las Conferencias Adorno que Illouz impartió en el Instituto de Investigación Social de Fráncfort del Meno (Alemania) en 2004– es el principal hilo conductor que enhebra la diversidad de temáticas de las que se ha ocupado la autora. Esta idea, que puede resultar evidente para el lector no especializado –acostumbrado a asociar el neologismo al nombre de Illouz–, no lo es tanto si se tiene en cuenta que “capitalismo emocional” es una expresión que apenas cuenta con una decena de entradas entre los dos textos en los que aparece explícitamente mencionada: *Cold intimacies* [2007] y *Saving the modern soul* [2008]<sup>3</sup>. A pesar de ello, como se intentará mostrar, existen motivos de peso para sostener que, si bien la autora no hace un uso reiterado del término, la preocupación por las transformaciones de la cultura emocional del capitalismo desde principios del siglo XX –y ese es el interrogante cuya respuesta es el concepto que aquí se va a tratar– actúa como una suerte de eje vertebrador que da continuidad a sus escritos.

En segundo lugar, una vez analizado el significado del concepto y su presencia latente a lo largo del conjunto de la producción teórica illouziana, se argumentará que su significado original no se corresponde estrictamente con el que otros autores han otorgado a esta o a otras expresiones anejas –como, por ejemplo, “capitalismo afectivo”– ni, en general, con el sentido más común de los análisis que en las últimas décadas han indagado en la relación entre el capitalismo contemporáneo y la vida emocional. Pues, si bien la mayoría estudia esta vinculación situándola en el marco del capitalismo neoliberal (Hardt 1999; Gori y Le Coz 2006; Rose 2009; Marzano 2011; Han 2014; Lordon 2015, por citar solo algunos; también en el ámbito hispanohablante, Hernández 2016; Rendueles 2017; Santamaría 2018; Arroyo y Dobles 2020), como se verá, esto no sucede así en el caso de Illouz. La hipótesis

<sup>2</sup> Si bien a lo largo de la última década han comenzado a aparecer algunos trabajos que analizan aspectos concretos del pensamiento de Illouz (Hippert 2011; Musiał 2013; Bianchi 2015; Carter y Arocha 2020), lo cierto es que estas referencias son aún escasas y no cuentan con relaciones de diálogo entre sí. Esta falta de recepción consolidada del pensamiento illouziano es especialmente notable en el ámbito hispanohablante, en el que las excepciones son contadas (García *et al.* 2017).

<sup>3</sup> En castellano traducidas como *Intimididades congeladas* y *La salvación del alma moderna* respectivamente. La primera de ellas es, justamente, la transcripción de las citadas conferencias que Illouz imparte en el Instituto de Investigación Social por invitación de Axel Honneth.

que aquí se plantea es que este hecho se debe –al menos en parte– a la existencia de ciertas ambivalencias o puntos ciegos en la fundamentación del pensamiento de la autora, que le impiden contextualizar de forma consistente la cultura del capitalismo emocional.

Así las cosas, y con el fin de justificar las dos tesis fuertes a las que se ha hecho referencia, este trabajo comenzará mostrando cuál es el sentido que Illouz otorga al concepto en cuestión, para lo cual será necesario poner de manifiesto el problema teórico que motiva su formulación de la hipótesis del capitalismo emocional (2). Junto a ello se hará imprescindible reconstruir los dos procesos históricos que articulan dicho fenómeno, a saber, la “emocionalización de la conducta económica” y la “racionalización de la vida emocional”, prestando especial atención a su génesis y contextualización históricas y poniendo en evidencia su carácter transversal en el conjunto de la obra de la autora (3 y 4). Finalmente, y a modo de conclusión crítica de la exposición precedente, se dirigirá la atención hacia las ambigüedades e insuficiencias que lleva consigo el tratamiento illouziano de la hipótesis del capitalismo emocional y, en consecuencia, hacia las aporías teóricas a las que inevitablemente lo conducen (5).

## 2. La hipótesis del capitalismo emocional: sentido y definición

El punto de partida de la teorización de Illouz sobre las relaciones entre el capitalismo y la vida emocional es la paradoja que Daniel Bell ya planteó en su clásico texto de la década de los 70 *Las contradicciones culturales del capitalismo*, en el que destacó la contradicción existente entre el ascetismo de la disciplina laboral demandado en la esfera de la producción y los ideales hedonistas de autenticidad, liberación y satisfacción emocional propios de la esfera de consumo. En su reciente trabajo sobre los procesos de emocionalización del consumo, Illouz ha formulado el problema de fondo que se encuentra detrás de sus investigaciones actualizando esta paradoja: “¿cómo es posible que la acción esté cada vez más racionalizada y al mismo tiempo sea cada vez más intensamente emocional?” (2019, p. 17). En otras palabras, para la autora se trataría de buscar una explicación para el hecho de que, por un lado, “el capitalismo ha[ya] hecho de la racionalidad un rasgo omnipresente de la acción humana” (*ibid.*, p. 13) –en la medida en que, cada vez más, los individuos actúan siguiendo su propio interés y utilizando conocimientos más abstractos para tomar decisiones y alcanzar sus objetivos– y, por otro, “la cultura capitalista [...] ha[ya] venido acompañada de una intensificación sin precedentes de la vida emocional” (*idem*) –en tanto que la vida personal y la satisfacción emocional se han convertido en dos de las preocupaciones centrales de los sujetos<sup>4</sup>.

Dicho brevemente, el trasfondo que subyace a la investigación illouziana en torno a la cultura emocional del capitalismo es la disyuntiva que aparentemente se abre entre lo que algunos autores han denominado el “giro hacia el emocionalismo”

<sup>4</sup> Illouz (2019, p. 13) ejemplifica esta intensificación de la emocionalidad, que según ella se ha desarrollado especialmente a partir de la segunda mitad del siglo XX, en el hecho de que la vida personal haya llegado a orientarse por la realización de proyectos emocionales (como “hallar la paz interior”, “superar una depresión”, “ser más compasivo”, etc.), así como en la creciente legitimación social de la que gozan las acciones basadas en puras emociones (como abandonar una carrera o una relación sentimental porque no proporcionan suficiente satisfacción emocional).

(Furedi 2004) de las sociedades contemporáneas y la tradición que, desde Weber (2012a) y Simmel (2013) en los albores del siglo pasado, ha analizado el capitalismo como un sistema cultural que impone sus lógicas racionalizadoras en cada vez más áreas de la vida no económica. Como es sabido, la solución ofrecida por Bell a este problema teórico consistió en el simple reconocimiento de “contradicciones culturales” inherentes al capitalismo postindustrial, asentadas sobre la división de la sociedad en órdenes diferentes –la “estructura tecnoeconómica”, el “orden político” y la “cultura”– que “no son congruentes entre sí y tienen diferentes ritmos de cambio; siguen normas diferentes, que legitiman tipos de conducta diferentes y hasta opuestos” (Bell 1989, p. 23). Frente a esta hipótesis, y siguiendo el trabajo pionero de la antropóloga del dinero Viviana Zelizer (1996, 2005), Illouz defenderá que no existe oposición entre las relaciones económicas supuestamente “racionales” y la vida íntima pretendidamente “irracional”<sup>5</sup>; y, *a fortiori*, que, desde la aparición de los estudios de António Damásio (2011) y, en general, de los desarrollos de la sociología de las emociones en las últimas décadas<sup>6</sup>, resulta difícil sostener posiciones teóricas que presenten la racionalidad y las emociones en términos dicotómicos y mutuamente excluyentes (Illouz 2009a, 2009b, 2019; Illouz *et al.* 2014; Illouz y Yaara 2015).

Así, contra la respuesta de Bell, basada en la idea de que las discordancias irreconciliables entre los diferentes ámbitos sociales se traducen en personalidades escindidas y contradictorias, Illouz muestra junto a Shoshannah Finkelman cómo las relaciones entre emoción y racionalidad en la estructura cognitiva y motivacional de los sujetos, lejos de definirse en términos de oposición, en realidad son “de complementariedad” [*complementary*] (Illouz y Finkelman 2009, p. 402), “coincidencia” [*coterminous*] (*ibid.*, p. 405), “interdependencia” [*interdependent*] (*ibid.*, p. 407) y “entrelazamiento” [*intertwined*] (*idem*). Para las autoras, esta relación de coproducción se concreta en dos fenómenos complementarios que intervienen en la acción: la “racionalidad emocional”, que se refiere al “modo en que defendemos nuestros intereses y perseguimos metas estratégicas a través de las emociones” (*ibid.*, p. 409) –como, por ejemplo, expresar enfado como modo de hacer valer los propios intereses– y la “emocionalidad racional”, o “el modo por el cual las decisiones emocionales se fundamentan y toman forma a partir de razones” (*idem*) –como sucede cuando un sujeto se enamora de alguien “compatible” en el plano social, económico y educativo<sup>7</sup>.

Pues bien, este análisis de la estructura motivacional de los sujetos en términos psicosociales encuentra su correlato histórico-cultural en la hipótesis del capitalismo emocional, que Illouz (2007, pp. 19-20; 2010b, pp. 83-84) presenta como un fenómeno de configuración y producción recíproca de las prácticas y los discursos emocionales y económicos:

<sup>5</sup> La principal conclusión de los estudios que Zelizer ha desarrollado a lo largo de las tres últimas décadas es que las transacciones económicas y la vida íntima mantienen una relación de determinación recíproca, en la que “la actividad económica es primordial y esencial para un amplio espectro de las relaciones íntimas, pero la presencia de la intimidad otorga a la actividad económica un significado particular” (Zelizer 2005, pp. 290-291. La traducción es mía).

<sup>6</sup> Uno de los principales frentes de trabajo de la sociología de las emociones –que surge en el ámbito anglosajón en la década de 1970 como reivindicación de que el estudio de los afectos posee una legitimidad propia dentro de los estudios sociológicos– es precisamente la desestabilización de la dicotomía clásica del pensamiento occidental entre razón y emoción (Hochschild 1983; Lutz y Abu-Lughod 1990; Collins 2004).

<sup>7</sup> Las traducciones son mías.

A lo largo del siglo XX, bajo la égida del discurso terapéutico, la vida emocional se vio imbuida de las metáforas y de la racionalidad de la economía; y a la inversa, la conducta económica fue sistemáticamente moldeada por la esfera de las emociones y los sentimientos. La racionalización de las emociones creó su propia realidad inversa, que podría ser caracterizada como la “emocionalización de la conducta económica”. Este proceso recíproco señala un proceso cultural más amplio que denomino capitalismo emocional. En el capitalismo emocional, los discursos emocional y económico se moldean mutuamente de modo tal que el afecto es convertido en aspecto esencial de la conducta económica, y la vida emocional –especialmente la de las clases medias– sigue la lógica de las relaciones y el intercambio económico (2010b, pp. 83-84).

De este modo, el término “capitalismo emocional” permite explicar la simultaneidad de la intensificación de la vida emocional y de la expansión de los modos de conducta crecientemente racionalizados a lo largo del siglo XX. De acuerdo con la definición illouziana, se trataría de un proceso cultural en el que, por un lado, “los repertorios [...] basados en el mercado configuran e informan las relaciones emocionales e interpersonales” (2007, p. 20) y, por otro, “las relaciones interpersonales se encuentran en el epicentro de las relaciones económicas” (*idem*). Dicho de otro modo, en el capitalismo emocional las constituciones emocionales de los sujetos son moldeadas a partir de lógicas propias del ámbito económico y, a su vez, se convierten en un aspecto esencial de las nuevas relaciones de producción y consumo. Al primer fenómeno Illouz lo denomina la “racionalización de la vida emocional” –retratada paradigmáticamente en sus escritos sobre las transformaciones culturales del amor romántico (2010a, 2012, 2014b, 2020)<sup>8</sup>–, que, como se verá más adelante, se desarrolló paradigmáticamente a partir de la alianza que en la década de 1970 se estableció entre la psicología y el feminismo de la segunda ola. Por su parte, como se pretende mostrar a continuación, los orígenes históricos de la “emocionalización de la conducta económica” se retrotraen a la incorporación de los psicólogos al ámbito empresarial en la década de los años 20 con el fin de resolver los problemas de productividad que trajo aparejados el sistema de producción taylorista.

### 3. La emocionalización de la conducta económica

Illouz (2010b, pp. 11ss) estudia el surgimiento de la nueva cultura emocional del capitalismo en conexión con la cultura terapéutica –siguiendo la estela de autores como Trilling (1955), Rieff (1966), Cushman (1995), Lasch (1999) o Furedi (2004)– y la define a partir de la aparición de un nuevo “estilo emocional”: el “estilo emocional terapéutico”<sup>9</sup>. Y es que, según la autora, a lo largo del siglo XX,

<sup>8</sup> De hecho, otra de las formas con las que Illouz denomina el proceso de racionalización de la vida afectiva que se desarrolla a lo largo del siglo XX es el “enfriamiento de la intimidad” [*cooling of intimacy*], que además de dar título a su obra *Intimidaciones congeladas –Cold intimacies*, en su versión original– alude específicamente a la progresiva introducción de lógicas racionalizadoras en el ámbito de las relaciones sexoafectivas.

<sup>9</sup> Illouz toma el concepto de “estilo emocional” de Stearns (1994) y lo define como “la combinación de modos como una cultura comienza a «preocuparse» por ciertas emociones y crea «técnicas» específicas –lingüísticas, científicas, rituales– para aprehenderlas” (Illouz 2010b, p. 28), es decir, como un modo de comprensión cultural del yo y de sus relaciones con los otros que determina los procesos y técnicas de intervención sobre la vida emocional. En este sentido, el “estilo emocional terapéutico” hace referencia al paradigma (auto)interpretativo del yo que se deriva de la hegemonía de las categorías del discurso psicológico.

“los repertorios del mercado se entrelazaron con el lenguaje de la psicología y, combinados, proporcionaron nuevas técnicas y sentidos para forjar nuevas formas de sensibilidad” (2007, p. 20). Pues, como se tratará de poner de manifiesto en las páginas que siguen, para Illouz, el fenómeno del capitalismo emocional resulta indisoluble de la institucionalización, a lo largo del siglo pasado, de la psicología como disciplina autónoma, que invistió a sus profesionales de autoridad para intervenir en un número creciente de ámbitos sociales. Ya fuese en el ejército, la educación, el matrimonio, los medios de comunicación o el mundo empresarial, los psicólogos ofrecieron sus conceptos, esquemas y juicios en las más diversas áreas de la vida social y laboral con el fin de imponer en ellos su autoridad como expertos en la dirección de la conducta (2014a, pp. 40ss).

Así las cosas, si los psicólogos ya habían cosechado cierto éxito durante la Primera Guerra Mundial reclutando soldados y tratando los traumas de guerra, el ámbito empresarial fue otro de los primeros donde se hizo valer eso que Nikolas Rose ha llamado la “generosidad de las disciplinas psi” (2009, p. 33). Esta incorporación del discurso terapéutico a los espacios laborales tuvo lugar en un contexto de expansión del volumen de las plantillas tras lo que Illouz denomina la “edad de oro del capitalismo” (1880-1920), que exigió la aparición de una nueva clase profesional, a saber, los gerentes o *mánagers*, llamados a reforzar el control de la dirección sobre los empleados (Alonso y Fernández Rodríguez 2013). De acuerdo con la autora (2007, pp. 32ss; 2009b, pp. 113ss; 2010b, pp. 112ss), los psicólogos ofrecieron en las empresas un léxico que permitió dar sentido a los problemas de productividad que atravesaba el sistema taylorista, derivados esencialmente de la apatía y la alienación que acusaban los trabajadores como consecuencia de los nuevos procesos de racionalización y burocratización laboral. Más concretamente, si el discurso terapéutico resultó atractivo tanto para los gerentes como para los empleados fue porque situó “las relaciones interpersonales y las emociones en el centro de la imaginación cultural del lugar de trabajo” (2010b, p. 96), convirtiendo la posesión de “la personalidad adecuada” (2009b, p. 117) en la nueva clave del éxito en la empresa estadounidense<sup>10</sup>.

De acuerdo con Illouz, el principal hito en el proceso de transformación de la personalidad en un elemento central de la nueva cultura corporativa fue protagonizado por Elton Mayo y sus famosos experimentos de Hawthorne (2007, pp. 35ss; 2010b, pp. 94ss; 2014a, pp. 50ss)<sup>11</sup>. La tesis de la autora es que los descubrimientos de Mayo contaron con un importante sesgo de género al basarse, inadvertidamente, en entrevistas realizadas mayoritariamente a mujeres y, por consiguiente, al integrar en el ámbito empresarial toda suerte de rasgos y problemas vinculados a la cultura emocional femenina (por lo general, pertenecientes al ámbito de la vida íntima y familiar). Fue así como Mayo –junto a los teóricos del *management* y de

<sup>10</sup> Como se verá, uno de los puntos ciegos de la hipótesis del capitalismo emocional tiene que ver precisamente con que se construye sobre una ambivalencia que Illouz no termina de resolver: mientras que “capitalismo emocional” es un identificador que aparece en el marco de una teoría sobre la cultura emocional de las sociedades capitalistas contemporáneas, gran parte de los análisis históricos de la autora se circunscriben, sin embargo, al ámbito estadounidense (Thwaites 2020, p. 21). La reconstrucción que aquí se propone de la presencia transversal –aunque latente– del concepto a lo largo de la obra illouziana no está libre de incurrir ella misma en esta ambigüedad, que se señalará debidamente en el apartado final de valoraciones críticas.

<sup>11</sup> La autora se refiere a los experimentos que Mayo desarrolló entre 1924 y 1927 en la fábrica de la Western Electric Company en Hawthorne (Chicago).



la psicología industrial que lo siguieron– introdujo en los espacios laborales una nueva metodología basada en el discurso y en la comunicación de las emociones, que se convertiría en un ideal cultural en circulación desde la década de 1930 tanto en la literatura del *management* científico como en la cultura popular. Surgió así lo que Illouz denomina el “modelo de la comunicación” (2007, pp. 47ss; 2010b, pp. 119ss; 2014a, pp. 51ss), articulado a partir de rasgos de comportamiento emocional asociados a las mujeres, como la disposición a la escucha, el control de la ira, la capacidad de trabajar en equipo o la atención permanente a las emociones propias y ajenas:

El ideal de “comunicación”, masivamente promovido en las relaciones económicas, íntimas y paternofiliales, transformó y estandarizó la vida emocional alrededor de unos cuantos elementos clave: las emociones debían verbalizarse e intelectualizarse constantemente, es decir, debían ser objeto de introspección y comprensión. Las emociones negativas, como la ira o la envidia, debían superarse para experimentar emociones positivas. Las emociones externas debían prohibirse a favor de una actitud temperada, en la cual la autonomía y el cuidado se equilibrasen con armonía. Los temperamentos flexibles y dúctiles resultaban privilegiados porque la flexibilidad predisponía a la cooperación. La expresión de las emociones tenía que estar siempre sujeta al imperativo de defender y preservar el interés propio. Debido a la importancia que se otorgaba a las emociones y a la personalidad en el proceso de trabajo y la cooperación, los criterios que conducían a la colaboración humana se estandarizaron cada vez más (2014a, pp. 52-53).

De esta manera, el ideal cultural de la comunicación –que, como se verá, se extendería a lo largo de las décadas siguientes más allá del ámbito laboral– se construyó sobre una paradoja en la que Illouz se detiene minuciosamente (2009b, pp. 120ss; 2010b, pp. 103ss). Pues si bien, por un lado, la nueva cultura corporativa exigía una constante verbalización de las propias emociones con el fin de mejorar las relaciones dentro de las empresas y, con ello, los niveles de productividad, por otro, en realidad, privilegiaba un comportamiento marcado por la obligación a todo lo contrario, a saber, al “dominio impersonal de sí mismo” (2010b, p. 105). Es por ello por lo que el modelo de la comunicación representa de forma paradigmática la coproducción entre la vida emocional y la racionalidad económica que caracteriza al capitalismo emocional, al sostenerse sobre un imperativo de expresión y despliegue emocional que, a su vez, se halla limitado por la imposición del autocontrol social y lingüístico del yo que definen al sujeto “emocionalmente competente” (2008)<sup>12</sup>.

Antes de abordar la reconstrucción illouziana del desarrollo histórico de la racionalización de la vida emocional, conviene recordar que, recientemente, la autora también ha estudiado el proceso de emocionalización del consumo que discurre paralelamente al de las relaciones de producción (2019). Y es que, según Illouz, desde la década de 1920 –momento en el que los psicólogos también comenzaron a incorporarse al ámbito de la publicidad– el consumo fue conceptualizado como un

---

<sup>12</sup> Aunque aquí no pueda profundizarse en este particular, conviene apuntar que la competencia emocional constituye para Illouz una nueva forma de capital que surge en el marco de la cultura del capitalismo emocional y cuyos mecanismos de transmisibilidad se asemejan a las formas no económicas de capital analizadas por Bourdieu (2010). En este sentido, la autora defenderá que aquellas habilidades emocionales que, en el marco de la cultura terapéutica, caracterizan al sujeto emocionalmente competente proporcionan ventajas sociales a sus poseedores, generando nuevas formas de jerarquización social.

“acto emocional” en sí mismo (2014a, pp. 45ss)<sup>13</sup>. El resultado de esta fusión entre experiencias emocionales y productos de consumo o, si se quiere, entre emociones y mercancías, dio lugar a una nueva categoría de *commodity*: el “*emodity*”. Más concretamente, las emociones entendidas como *emodities* no son meros añadidos al producto con el objetivo de incentivar su consumo, sino “*verdaderos commodities* en sí mismos” (2019, p. 32), es decir, objetos ideados, “manufacturados” y comercializados como cualquier otra mercancía. Esto explica que categorías emocionales como “felicidad”, “bienestar”, “relajación” o “salud mental” se hayan convertido, además de en reclamos para consumir otros bienes, en objeto de toda una industria articulada en torno a la producción de “mercancías emocionales” (Cabanas e Illouz 2019).

De esto puede concluirse que el *emodity* es otra de esas figuras que albergan en sí mismas de forma fehaciente los dos fenómenos complementarios sobre los que se articula la cultura del capitalismo emocional; más aún, podría decirse que estos *commodities* emocionales son una de sus expresiones más elocuentes. Pues, por un lado, son una manifestación superlativa de la intensificación contemporánea de la vida emocional, toda vez que forman parte del desarrollo de proyectos emocionales cuyos repertorios y posibilidades de consecución se encuentran determinados por el mercado. Y, por otro, representan paradigmáticamente la racionalización de la vida emocional, dado que los sujetos, al integrarse en las lógicas de consumo de los *emodities*, son más propensos a interpretar sus relaciones consigo y con los demás a través de emociones estandarizadas, específicamente “prefabricadas” para ser consumidas como cualquier otra mercancía. Como se ha señalado, este fenómeno de la racionalización de la vida afectiva tiene un alcance considerablemente amplio, posee un recorrido histórico más allá de este proceso de mercantilización emocional, y sobre él se indagará a continuación.

#### 4. La racionalización de la vida emocional

De la misma manera que el discurso de los psicólogos transformó la naturaleza de las relaciones en los espacios laborales a través de la introducción de un nuevo estilo emocional basado en la comunicación, para Illouz la irrupción de la terapia en la esfera de la vida privada vino igualmente a transformar las prácticas emocionales de los sujetos. Su tesis (2007, pp. 61ss; 2010b, pp. 139ss) es que, a partir de la década de 1960, el feminismo de la segunda ola y la psicología –que desde mediados de siglo se había reinventado a través de la práctica del asesoramiento matrimonial– convergieron en su crítica al modelo de familia tradicional, al concebirla “como una institución de la que era necesario liberarse, pero también como una institución que debía ser reconstruida siguiendo la voluntad y el deseo individual” (2010b, p. 163)<sup>14</sup>. Y es que estos dos movimientos, que en apariencia mantenían una serie de

<sup>13</sup> Si bien, tal y como ha analizado en *El consumo de la utopía romántica* (2010a, pp. 47ss), la construcción del consumidor y las mercancías como entidades emocionales se remonta a la formación de la esfera de consumo en la década de los años 20 y a la citada entrada de los psicólogos en el ámbito de la mercadotecnia, la autora también señala cómo, a partir de la década de los 60, los procesos de inmaterialización del trabajo, la intensificación de la vida privada o la definición del yo desde el paradigma de la “autenticidad emocional” constituyeron el principal telón de fondo de la conceptualización del consumo como un acto emocional.

<sup>14</sup> La razón por la que Illouz se centra en las relaciones familiares y de pareja –frente a otro tipo de vínculos que no



tensiones irreconciliables<sup>15</sup>, en realidad compartían el cuestionamiento racional de las normas que regían la institución familiar y el propósito de convertirla en un lugar de satisfacción de los reclamos emocionales de los sujetos, objetivos ambos llamados a alterar la jerarquía tradicional de los roles de género en beneficio de las mujeres.

De este modo, gracias a que los psicólogos otorgaron a las mujeres la legitimidad de hacer valer sus necesidades emocionales frente a los hombres en igualdad de condiciones –desde el presupuesto de que el éxito de la pareja recaía sobre la constitución de sus miembros como sujetos de pleno derecho–, el feminismo de la segunda ola pudo hacer de la familia una sede de emancipación política y emocional para las mujeres. Illouz defiende así que el discurso terapéutico comenzó a asociarse progresivamente con el léxico de los derechos del feminismo liberal y, más precisamente, que ambas fuerzas sociales “se fusionarían a la larga para crear una matriz cultural y cognitiva única y poderosa” (*ibid.*, p. 153): el “modelo de la intimidad”. Más concretamente, según la autora, el carácter novedoso de este nuevo imaginario cultural relacional residiría en su capacidad para combinar conexiones semánticas y lógicas de dos repertorios culturales diferentes:

Por un lado, invocaba al yo verdadero, la autenticidad, el placer y la revelación del yo; por otro lado, utilizaba un vocabulario derivado de una comprensión utilitaria de la psicología humana y hablaba de “derechos”, “necesidades” y “deseos”. Este nuevo modelo de la intimidad contrabandeaba el lenguaje de los derechos y el regateo (un lenguaje utilitario, liberal y de clase media) en el dormitorio y en la cocina, e introducía formas y normas del discurso público allí donde hasta entonces habían prevalecido la reciprocidad, el sacrificio y el regalo. De la misma manera en que el espíritu terapéutico introdujo un vocabulario de las emociones y un patrón de comunicación dentro de la empresa, ahora traía un enfoque racional y cuasi económico a la esfera doméstica (*ibid.*, p. 172).

Así pues, el nuevo paradigma de la intimidad descrito por Illouz se articuló en torno a un modelo del yo que, por una parte, exigía que este expresase y diese rienda suelta a sus deseos y necesidades más subjetivos y, al mismo tiempo, por otra, le demandaba que sus relaciones personales se guiasen por los valores de igualdad y justicia. Por consiguiente, del mismo modo que el estilo emocional terapéutico había convertido la comunicación emocional sujeta al interés propio en un elemento clave de las relaciones laborales, al traspasar el umbral de la esfera doméstica trajo consigo un proceso análogo de “*intelectualización* de los vínculos íntimos en aras de un proyecto moral más amplio: crear igualdad y un intercambio justo por medio de una implacable comunicación verbal sobre las propias necesidades, emociones y objetivos” (2007, p. 81). La inintencionada convergencia entre los discursos terapéutico y feminista supuso así la transformación de la intimidad en “una esfera de contención y regateo” (2010b, pp. 171-172), en la que la expresión espontánea de

---

pertenecen a la esfera de las relaciones laborales, como, por ejemplo, la amistad– es la premisa de que el amor romántico y la familia fueron dos de las instituciones que, a lo largo del siglo XX, experimentaron mayores transformaciones con respecto a sus predecesoras decimonónicas.

<sup>15</sup> El principal motivo de la rivalidad ideológica entre el feminismo de la segunda ola y el discurso terapéutico se hallaba en el tratamiento esencializador de la feminidad que buena parte de las feministas asociaba a la psicología y al psicoanálisis, y en especial al nombre de Freud (a este respecto, por ejemplo, Friedan 2016). Como se verá, la tesis de Illouz es que en la práctica el discurso terapéutico fue, en realidad, un importante vector en la consecución de relaciones más igualitarias entre mujeres y hombres en el ámbito de la vida familiar.

cualquier emoción se encontraría limitada por el uso del lenguaje jurídico-político de los derechos y necesidades.

En suma, para Illouz la aparición del modelo de la intimidad dio lugar a un nuevo régimen u “ontología emocional” (2007, p. 85), que trajo consigo, haciendo uso de una categoría weberiana por excelencia, una “racionalización” (2007, pp. 76ss; 2010a, pp. 249ss; 2010b, pp. 179ss) –también “estandarización” (2014a, pp. 31ss)– de los vínculos emocionales en el ámbito de las relaciones familiares y de pareja. A pesar de que la autora parte de los análisis de Weber en su abordaje de este concepto, lo cierto es que sus conclusiones contradicen la tesis weberiana según la cual el amor y la sexualidad, por tratarse de esferas “irracionales”, son ámbitos que precisamente permanecen al margen de los procesos de racionalización económica, jurídica y cultural que constituyen la lógica cultural del capitalismo (Weber 2012b)<sup>16</sup>. De este modo, si Weber y, posteriormente, otros autores como Beck y Beck-Gernsheim (2001) o Sennett (2011) han visto en el ámbito de la afectividad un refugio cálido frente al fenómeno de la racionalización de la vida pública, Illouz, en la línea de trabajo de Hochschild (1983), diagnostica un “enfriamiento” de la vida emocional que también afecta a los vínculos que rigen en la esfera de la intimidad.

Como se ha apuntado, la tesis illouziana de la racionalización aparece excepcionalmente reflejada en sus textos sobre las transformaciones culturales del ideal del amor romántico a lo largo del siglo pasado. A este respecto, ya en *El consumo de la utopía romántica* [1997], la autora había explicado cómo la progresiva fusión entre las prácticas románticas y la cultura de consumo desde las primeras décadas del pasado siglo trajo consigo que “la naturaleza absoluta de la experiencia del amor a primera vista [...] [fuese] desapareciendo para dar lugar al hedonismo consumista del ocio y la búsqueda racional de la pareja apta” (2010a, p. 376). Si en esta obra de finales de los 90 Illouz ya hacía referencia a la consumación de tal proceso de racionalización a través de la extraña afinidad electiva que se estableció entre la psicología y el feminismo de la segunda ola, en sus textos más recientes (2012, 2014b, 2020) ha incorporado un tercer vector en la explicación de las causas del enfriamiento de las relaciones de pareja: la intensificación de las “tecnologías de elección” (2012, p. 239) como consecuencia de la aparición y democratización de Internet. Esto es, si para Illouz el desarrollo de la cultura del capitalismo emocional desde principios del siglo pasado estuvo ligado a la incorporación de repertorios del mercado de consumo a las relaciones de pareja y, más adelante, a su racionalización a través del modelo cultural de la intimidad, en sus últimos textos ha analizado cómo las webs de búsqueda de pareja y las aplicaciones de citas han supuesto un salto cualitativo en la hipercognitivización de las relaciones sexoafectivas:

Como ninguna otra tecnología, la de Internet ha radicalizado la noción del yo en tanto entidad que elige y la idea del encuentro romántico en tanto resultado de la mejor elección posible. En otras palabras, el encuentro virtual reviste un carácter hipercognitivo como resultado de un método que consiste en reunir información para seleccionar una pareja. En este sentido, el mundo de Internet se organiza como un mercado, donde es posible comparar los “valores” asignados a cada persona y optar por “la mejor oferta”. Entre

---

<sup>16</sup> Esta discrepancia con Weber, no obstante, puede explicarse como una comparación entre dos momentos históricos diferentes, pues Illouz remite el origen de estos procesos de racionalización de la vida emocional a la década de 1920.

dichos valores se incluyen el estatus socioeconómico, los logros académicos, el aspecto físico, la configuración psicológica y las orientaciones en cuanto a su estilo de vida. Gracias a Internet, cada persona que busca pareja queda ubicada dentro de ese mercado, en franca competencia con otras personas que buscan lo mismo, lo que a su vez profundiza la idea de que podemos y debemos mejorar nuestras condiciones amorosas y de que la pareja (real o potencial) es intercambiable (*ibid.*, pp. 239-240).

En esta misma línea, *El fin del amor* [2019] aborda específicamente los cambios que en la modernidad tardía se han producido en lo que denomina la “arquitectura de la elección romántica” (2012). Y es que, para Illouz, las nuevas tecnologías de elección han desembocado en una sofisticación de los mecanismos de selección de pareja –basados en la reducción del otro a una suma de datos objetivables y comparables entre sí–, que a su vez ha generado en los sujetos una necesidad de maximización constante de sus elecciones, ante la conciencia amenazante de que siempre puede haber una alternativa mejor a la seleccionada. Se produce así una paradoja: si bien, por un lado, se asiste a una intensificación de las técnicas racionales de selección de pareja, por otro, las relaciones sexoafectivas contemporáneas se caracterizan por que en ellas predomina “la acción de deselegir” o la “elección negativa” (2020), toda vez que “el sujeto no quiere entablar relaciones o es incapaz de entablarlas debido a la estructura de su deseo” (*ibid.*, p. 138). En definitiva, según Illouz, la modernidad tardía se caracteriza por una racionalización hiperbólica de la intimidad, que ya no se encuentra únicamente saturada del lenguaje jurídico-político de los derechos y del imperativo de comunicación verbal, sino también de los mecanismos racionales de selección de pareja y de la supeditación de su continuidad a criterios vinculados a la maximización de beneficios, que la conducen a poseer contornos poco definidos y que imponen penas escasas o nulas a su disolución.

## **5. Las ambivalencias del concepto illouziano de capitalismo emocional**

En las páginas precedentes se ha defendido que el capitalismo emocional es el principal hilo conductor que vertebra las diferentes preocupaciones teóricas que recorren la obra de Eva Illouz. Si, tal y como la propia autora ha puesto de manifiesto en algunas entrevistas (Miskolci 2016, pp. 304-305), estas abarcan desde el papel de la psicología clínica y popular en la conformación de la identidad moderna hasta los cambios en la “arquitectura de la elección”, pasando por el reparto socialmente desigual de las competencias emocionales o la evolución histórica del ideal cultural del amor romántico, aquí se ha mostrado cómo las transformaciones de la cultura emocional del capitalismo a lo largo de los siglos XX y XXI constituyen el problema de fondo común a todos estos tópicos. Y es que, como se ha intentado evidenciar hasta el momento, a pesar de que la denominación “capitalismo emocional” tan solo cuenta con un reducido número de entradas en la totalidad de la obra de Illouz, el minucioso tratamiento de los procesos de emocionalización de la conducta económica y de racionalización de la vida emocional, así como del estilo emocional terapéutico que conecta ambos fenómenos, es un elemento de continuidad que está presente de manera transversal en el conjunto de los escritos illouzianos.

No obstante, analizar este concepto, más allá de buscar sistematicidad y coherencia en las teorizaciones que la autora ha presentado en distintos lugares,

implica igualmente explorar sus puntos ciegos desde una perspectiva crítica. En este sentido, se hace también necesario reparar en aquellos aspectos en los que, o bien las argumentaciones de Illouz son inconsistentes desde el punto de vista de sus propios propósitos, o bien estos mismos planteamientos de partida son precisamente los que resultan insuficientes para abordar las realidades que pretende estudiar. Como se verá, son estas ambivalencias las que alejan el sentido illouziano del término de la mayor parte de análisis que en las últimas décadas se han interesado por las relaciones entre el capitalismo contemporáneo y la vida emocional. Pues, como se ha apuntado, la inmensa mayoría de trabajos de esta índole sitúa la absorción de los afectos por parte de los circuitos productivos y de consumo y el giro hacia el emocionalismo en el horizonte teórico del capitalismo neoliberal.

Así, en primer lugar, el principal de estos puntos ciegos afecta a las coordenadas espaciotemporales del concepto: dicho brevemente, podría argüirse que Illouz no delimita con precisión los contornos geográfico-sociales e históricos del capitalismo emocional. A este respecto, aquí ya se ha aludido a la permanente tensión (no resuelta) en la que la autora se mueve al pretender establecer una teoría general sobre la cultura emotiva de las sociedades capitalistas contemporáneas apoyándose, con frecuencia, en análisis históricos que se limitan al ámbito de la cultura estadounidense<sup>17</sup>. “Capitalismo emocional” es así un concepto atravesado por la ambigüedad que se establece entre su vocación universalizadora y las realidades concretas a las que hace referencia y, en consecuencia, sitúa a su autora ante los peligros argumentativos que se derivan de tomar la parte por el todo. Y, de forma paralela, la situación no resulta distinta en lo referente a la demarcación temporal del término. Pues si bien Illouz retrotrae los orígenes de la emocionalización de los espacios laborales a las primeras décadas del siglo pasado, a su vez afirma reiteradamente que la intensificación de la vida emocional que constituye su objeto de estudio es un fenómeno propio de “la segunda mitad del siglo XX” (2014a, p. 14). En este sentido, podría concluirse que la autora tampoco sitúa nítidamente en el eje temporal del siglo pasado el surgimiento de la cultura del capitalismo emocional, desde el momento en que la circunscripción estos cambios a su segunda mitad contrasta tanto con la atención minuciosa que dedica a las décadas de 1920 y 1930 como con la ausencia en los textos illouzianos de un anclaje histórico que justifique las causas del presumible viraje que habría tenido lugar en la cultura emocional del capitalismo a mediados de la pasada centuria.

El segundo problema que plantea el tratamiento illouziano del capitalismo emocional se encuentra estrechamente vinculado a la indeterminación de sus contornos temporales: en su abordaje de la emocionalización de la conducta económica, la obra de Illouz adolece de importantes lagunas históricas al no incluir prácticamente ninguna referencia a su recorrido ulterior en el transcurso del siglo pasado. Y es que, como se ha puesto de manifiesto en las páginas anteriores, la autora

---

<sup>17</sup> Esto es especialmente constatable en sus investigaciones en torno a las transformaciones primiseculares de la cultura empresarial (2007, pp. 32ss; 2010b, pp. 81ss), el surgimiento de la esfera de consumo (2010a) y la institucionalización social de la psicología a lo largo del siglo pasado (2007, pp. 61ss; 2014a, pp. 40ss), entre otros ejemplos. Una posible explicación para esta extrapolación –que no justificación– podría tener que ver con la hegemonía cultural que Estados Unidos ha ejercido sobre el resto de las sociedades occidentales especialmente a partir de la segunda mitad del siglo pasado. Pues, como ha señalado Thwaites, “Illouz se centra en la sociedad estadounidense [...], pero la influencia de la América del siglo XX y la ampliación de la influencia de las explicaciones psicológicas han ido mucho más allá de Estados Unidos” (2020, p. 21. La traducción es mía).

estudia pormenorizadamente la formación de la nueva cultura emocional del trabajo que comenzó a desarrollarse a partir de los años 20 con la introducción del discurso terapéutico en las empresas y la configuración del modelo de la comunicación. Es por ello por lo que, en consonancia con lo expuesto hasta el momento, resulta sorprendente que –más allá de anotaciones excepcionales– no muestre la evolución posterior de este fenómeno y, más concretamente, el destino de la emocionalización de la conducta económica a partir de la segunda mitad del siglo XX<sup>18</sup>.

Por último, un tercer apunte crítico atañe a su descripción de la racionalización de la vida emocional: si bien en este caso los análisis de Illouz sí se circunscriben a acontecimientos históricos que han tenido lugar en la última mitad del siglo pasado, la autora no termina de evidenciar de qué manera el “enfriamiento” de los vínculos afectivos se debe –o al menos se vincula– a las lógicas racionalizadoras del capitalismo. Más concretamente, si Illouz define dicho fenómeno como el conjunto de procesos que imbuyen de una racionalidad económica las relaciones en la esfera de la intimidad, llegado el momento de mostrar cómo esto sucede *de facto*, tan solo hace referencia a la alianza entre el feminismo de la segunda ola y la cultura de la terapia en la configuración de una nueva matriz cultural. De este modo, si bien en el caso de la emocionalización de la conducta económica Illouz sí revela cómo se produce una codeterminación entre los ámbitos económico y emocional, al tratar la racionalización emocional no acaba de explicitar cómo se produce esta conexión, en la medida en que no aclara qué relación existe entre los procesos de racionalización que describe y la racionalidad que le es propia al capitalismo<sup>19</sup>.

Una hipótesis tentativa que pretende dar sentido a estas ambivalencias –a saber, a la ausencia de una definición nítida de las coordenadas del capitalismo emocional y de una fundamentación sólida para la tesis según la cual la cultura emotiva del capitalismo habría experimentado un cambio cualitativo a partir de la segunda mitad del siglo XX– es que Illouz, contra todo pronóstico en una autora que ha acuñado el neologismo “capitalismo emocional”, apenas atiende de forma específica a las transformaciones en el sistema productivo que acompañan a los fenómenos culturales que analiza. Además de por todas las evidencias que aquí se han ofrecido, esta afirmación es igualmente respaldada por el hecho de que la autora constantemente prefiera hablar de “modernidad tardía” (2003, 2014b, 2020; Illouz y Kaplan 2020), antes que de “capitalismo tardío”, “neoliberalismo” o “posfordismo”, para hacer referencia al marco epocal que se inicia en las últimas décadas del siglo

---

<sup>18</sup> Como se ha visto, la principal excepción de esta tesis la constituyen los procesos de emocionalización del consumo que la autora sitúa históricamente a partir de la década de 1960 (2014a). En esta misma línea, también podrían incluirse aquí sus breves reflexiones sobre el capital emocional (2008), que ponen de manifiesto cómo, especialmente a partir del surgimiento del discurso de la inteligencia emocional en la década de 1990, la capacidad para reconocer y regular las propias emociones se ha convertido en un estilo emocional altamente rentabilizable en los entornos laborales contemporáneos.

<sup>19</sup> La raíz de este problema se encuentra en el hecho de que, con la misma denominación “racionalidad”, Illouz parece referirse indistintamente a al menos tres tipos de racionalidad diferentes: la *racionalidad jurídico-normativa* que introduce el feminismo y su discurso de los derechos y necesidades, la racionalidad de la terapia –que podría denominarse *intelectualizadora*–, basada en la aprehensión y comunicación de las emociones, y, por último, la *racionalidad económica* que define la mercantilización de la elección en las relaciones sexoafectivas contemporáneas. En este sentido, solo este último tipo de racionalidad parece corresponderse con la definición del fenómeno del capitalismo emocional. No obstante, ni siquiera en este caso Illouz explica claramente qué vinculación existe entre, por un lado, dicha racionalidad económico-mercantil que condiciona la elección de pareja en la modernidad tardía y, por otro, las lógicas pertenecientes al capitalismo contemporáneo.

pasado<sup>20</sup>. Huelga señalar, empero, que con esto no se quiere decir que la autora desarrolle sus análisis de manera ajena a la evolución histórica del capitalismo, pero sí que las menciones que dedica a cualquier proceso de índole económica ocupan el lugar de notas marginales –aclaratorias de algún hecho concreto– antes que el de teorizaciones sistemáticas que cumplan la función de identificación específica y precisa del correlato económico de las transformaciones culturales que describe<sup>21</sup>.

Por consiguiente, la investigación recogida en las páginas precedentes puede cerrarse con una última conclusión: en la medida en que Illouz no acompaña su análisis del capitalismo emocional del estudio específico de los cambios en el sistema productivo que han tenido lugar a lo largo del siglo XX, incurre en toda suerte de ambigüedades e imprecisiones a la hora de contextualizar de forma clara dicho fenómeno y, especialmente, de anclar las transformaciones de la cultura emocional que constituyen su objeto de estudio en la propia evolución del sistema de organización de la producción capitalista. En suma, podría decirse que, tomando el caso más evidente que afecta a la segunda mitad del siglo pasado, al no prestar atención a las particularidades del paradigma económico posfordista, la autora no consigue fundamentar satisfactoriamente por qué la cultura emocional del capitalismo habría experimentado una transformación cualitativa a partir de esa época, contraviniendo una de sus tesis principales.

## 6. Referencias bibliográficas

- Alonso, L.E.; Fernández Rodríguez, C.J. (2013): “Los discursos del *management*. Una perspectiva crítica”, *Lan Harremanak. Revista de relaciones laborales*, 28 (1), pp. 42-69. <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.10533>.
- Arroyo, H.; Dobles, I. (2020): *Neoliberalismo y afectos. Derivaciones para una praxis psicosocial liberadora*, San José, Arlekin.
- Beck, U.; Beck-Gernsheim, E. (2001): *El normal caos del amor. Las nuevas formas de relación amorosa*, Barcelona, Paidós.
- Bell, D. (1989): *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza.
- Bianchi, E. (2015): “Eva Illouz e i paradossi del capitalismo emotivo”, *Ágalma. Rivista di Studi Culturali e di Estetica*, 30 (2), pp. 32-46.
- Bourdieu, P. (2010): “Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social”, en *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclée de Brouwer, pp. 131-164.
- Cabanas, E.; Illouz, E. (2017): “The making of a «happy worker». Positive Psychology in neoliberal organizations”, en A.J. Pugh (ed.), *Beyond the cubicle. Job insecurity, intimacy, and the flexible self*, Oxford, Oxford University Press, pp. 25-50.
- Cabanas, E.; Illouz, E. (2019): *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*, Barcelona, Paidós.

<sup>20</sup> Illouz sí menciona estos descriptores aunque, como se defiende aquí, de forma esporádica y sin concederles el sentido de paradigma epocal que sí atribuye a la modernidad tardía. Por ejemplo, el término “neoliberalismo” aparece en sus textos específicos sobre la psicología positiva publicados con Cabanas (2017, 2019) y, brevemente, en sus reflexiones sobre la hipercognitivización de las relaciones afectivas contemporáneas (2020).

<sup>21</sup> Ilustrando esta idea con un caso concreto, la autora alude someramente a la “cognitivización” del capitalismo a partir de los años 90 (2014a, p. 22), con el fin, no de vincular de forma general este fenómeno con su teoría del capitalismo emocional, sino de ofrecer una explicación para un hecho muy concreto, a saber, la inmaterialización de los procesos de producción de mercancías que da razón, entre otras causas, del surgimiento de los *emodities*.



- Carter, J.; Arocha, L. (eds.) (2020): *Romantic relationships in a time of "cold intimacies"*, Londres, Palgrave Macmillan.
- Collins, R. (2004): *Interactional ritual chains*, Princeton, Princeton University Press.
- Cushman, P. (1995): *Constructing the self, constructing America. A cultural history of psychotherapy*, Cambridge MA, Perseus.
- Damásio, A. (2011): *El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano*, Barcelona, Destino.
- Friedan, B. (2016): *La mística de la feminidad*, Madrid, Cátedra.
- Furedi, F. (2004): *Therapy culture. Cultivating vulnerability in an uncertain age*, Londres, Routledge.
- García, J.; Jurado, A.; Barrionuevo, M. (2017): "Dominar el deseo. El imperativo de la felicidad en el capitalismo emocional", *Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico*, 11 (2), pp. 51-69.
- Gori, R.; Le Coz, P. (2006): *L'empire des coachs. Une nouvelle forme de contrôle social*, París, Albin Michel.
- Han, B.-C. (2014): *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*, Barcelona, Herder.
- Hardt, M. (1999): "Affective labor", *Boundary 2*, 26 (2), pp. 89-100.
- Hernández, E. (2016): *Los límites del deseo. Instrucciones de uso del capitalismo del siglo XXI*, Madrid, Clave Intelectual.
- Hippert, D. (2011): "Eva Illouz et l'irruption de la culture thérapeutique dans la société américaine", *Sociologie*, 2 (3), pp. 319-326.
- Hochschild, A. R. (1983): *The managed heart. Commercialization of human feeling*, Berkeley, University of California Press.
- Illouz, E. (2003): *Oprah Winfrey and the glamour of misery. An essay on popular culture*, Nueva York, Columbia University Press.
- Illouz, E. (2007): *Intimidaciones congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Madrid/Buenos Aires, Katz.
- Illouz, E. (2008): "Emotional capital, therapeutic language and the habitus of «The New Man»", en N.C. Karafyllis y G. Ulshöfer (eds.), *Sexualized brains. Scientific modeling of emotional intelligence from a cultural perspective*, Cambridge MA, MIT University Press, pp. 151-177.
- Illouz, E. (2009a): "Emotions, imagination and consumption. A new research agenda", *Journal of Consumer Culture*, 9 (3), pp. 377-413. <https://doi.org/10.1177/1469540509342053>.
- Illouz, E. (2009b): "The culture of management. Self-interest, empathy and emotional control", en R. Ziegler (ed.), *An introduction to social entrepreneurship. Voices, preconditions, contexts*, Cheltenham UK/Northampton MA, Edward Elgar, pp. 107-132.
- Illouz, E. (2010a): *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid/Buenos Aires, Katz.
- Illouz, E. (2010b): *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y autoayuda*, Madrid/Buenos Aires, Katz.
- Illouz, E. (2012): *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*, Madrid/Buenos Aires, Katz.
- Illouz, E. (2014a): *El futuro del alma y la creación de estándares emocionales*, Madrid/Buenos Aires/Barcelona, Katz/ CCCB.
- Illouz, E. (2014b): *Erotismo de autoayuda. "Cincuenta sombras de Grey" y el nuevo orden romántico*, Madrid/Buenos Aires, Katz.
- Illouz, E. (2019): "Emodities o la invención de los commodities emocionales", en E. Illouz

- (ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía*, Madrid/Buenos Aires, Katz, pp. 7-41.
- Illouz, E. (2020): *El fin del amor. Una sociología de las relaciones negativas*, Madrid/Buenos Aires, Katz.
- Illouz, E.; Bengler, Y. (2015): "Emotions and consumption", en D. Cook y J.M. Ryan (eds.), *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of consumption and consumer studies*, Hoboken NJ, Wiley-Blackwell, pp. 1-6.
- Illouz, E.; Finkelmann, S. (2009): "An odd and inseparable couple. Emotion and rationality in partner selection", *Theor Soc*, 38 (4), pp. 401-422. <https://doi.org/10.1007/s11186-009-9085-5>.
- Illouz, E.; Gilon, D.; Shachak, M. (2014): "Emotions and cultural theory", en J.E. Stets y J.H. Turner (eds.), *Handbook of the sociology of emotions*, Springer, Nueva York, pp. 221-244.
- Illouz, E.; Kaplan, D. (2020): *El capital sexual en la modernidad tardía*, Barcelona, Herder.
- Lasch, C. (1999): *La cultura del narcisismo*, Barcelona, Andrés Bello.
- Lordon, F. (2015): *Capitalismo, deseo, servidumbre. Marx y Spinoza*, Buenos Aires, Tinta Limón.
- Lutz, C.; Abu-Lughod, L. (eds.) (1990): *Language and the politics of emotion*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Marzano, M. (2011): *Programados para triunfar. Nuevo capitalismo, gestión empresarial y vida privada*, Barcelona, Tusquets.
- Miskolci, R. (2016): "No coração pulsante da cultura. Entrevista com Eva Illouz", *Contemporânea*, 6 (2), pp. 299-308. <https://doi.editoracubo.com.br/10.4322/2316-1329.015>.
- Musiał, M. (2013): "Richard Sennett and Eva Illouz on tyranny of intimacy. Intimacy tyrannized and intimacy as a tyrant", *Lingua ac Communitas*, 23, pp. 119-134.
- Rendueles, C. (2017): "La gobernanza emocional en el capitalismo avanzado. Entre el nihilismo emotivista y el neocomunitarismo adaptativo", *Revista de Estudios Sociales*, 62, pp. 82-88. <https://doi.org/10.7440/res62.2017.08>.
- Rieff, P. (1966): *The triumph of the therapeutic. Uses of faith after Freud*, Nueva York, Harper & Row.
- Rose, N. (2009): *Inventing our selves. Psychology, power, and personhood*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Santamaría, A. (2018): *En los límites de lo posible. Política, cultura y capitalismo afectivo*, Madrid, Akal.
- Sennet, R. (2011): *El declive del hombre público*, Barcelona, Anagrama.
- Simmel, G. (2013): *Filosofía del dinero*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Stearns, P.N. (1994): *American cool. Constructing a twentieth-century emotional style*, Nueva York, New York University Press.
- Thwaites, R. (2020): "Intimate relationships and choice in a time of «cold intimacies»", en J. Carter y L. Arocha (eds.), *Romantic relationships in a time of "cold intimacies"*, Londres, Palgrave Macmillan, pp. 17-34.
- Trilling, L. (1955): *Freud and the crisis of our culture*, Boston, Beacon Press.
- Weber, M. (2012a): *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Madrid, Alianza.
- Weber, M. (2012b): *Sociología de la religión*, Madrid, Akal.
- Zelizer, V.A. (1996): *The social meaning of money*, Princeton, Princeton University Press.
- Zelizer, V.A. (2005): *The purchase of intimacy*, Princeton, Princeton University Press.