

1	Introducción. Marta Torregrosa	09
2	¿Por qué creamos y consumimos moda? Sentido humano de la cultura material Mónica Codina	15
3	La moda: entre la emoción y el discurso, entre el discurso y la imagen Laura Bovone	35
4	Identidades contemporáneas y usos emocionales de la moda Lucía Ruggerone	81
5	Género y consumo, lugares y mediación, cuerpos y cultura material Roberta Sassatelli	99
6	Consumo de medios digitales y aceleración en la moda: una aproximación desde la cultura emocional Marta Torregrosa, Cristina Sánchez-Blanco y Javier Serrano-Puche	125
7	Una nueva comunicación para un nuevo consumo de moda Charo Sádaba y Jorge del Río	143
8	El mundo de las tendencias de moda: donde nada es seguro y todo es posible Sandra Bravo	165
9	Mujeres y consumidoras. Un estudio sobre el «trabajo emocional» en las representaciones de la publicidad Ambrogia Cereda	193
10	Ciudadanos-consumidores: enfrentarse a las emociones en el desarrollo de un consumo sostenible Emanuela Mora y Elisa Bellotti	219
11	Consumismo y mejora moral. El papel de la biotecnología en las nuevas necesidades de mercado Luis Echarte Alonso	249
12	La teoría de la moda en Jean Baudrillard Efrat Tseëlon	289