



Irresistible

Adam Alter

La mitad de nosotros preferiría romperse una pierna a perder el móvil: bienvenidos a la era de los yonquis tecnológicos.

Somos adictos. Nos obsesionamos con el correo electrónico, los «me gusta» en Instagram y la actividad en Facebook; vemos capítulos de series sin descanso; y pasamos una media de tres horas al día absortos en nuestro smartphone.

En su revolucionario libro, el profesor de Psicología y Marketing de la Universidad de Nueva York Adam Alter analiza el auge de las adicciones del comportamiento y explica por qué tantos de los productos que consumimos hoy día son irresistibles. Estos milagrosos productos tienen el poder de acortar las distancias que nos separan de las personas de cualquier parte del mundo, pero su extraordinario —y en ocasiones perjudicial— magnetismo no es fruto de la casualidad. Las empresas que diseñan estos productos los ajustan y reajustan hasta que logran que sea prácticamente imposible resistirse a ellos.

A través de un relato trepidante y haciendo uso de ejemplos con los que todo lector empatizará, Alter analiza los mecanismos de las adicciones del comportamiento para explicarnos cómo dar buen uso a estos productos adictivos —para mejorar la forma de comunicarnos los unos con los otros, de gastar y ahorrar dinero o de marcar las fronteras entre el trabajo y el ocio— y cómo mitigar sus efectos más nocivos en cuanto a nuestro bienestar y a la salud y felicidad de nuestros hijos.

Fecha de publicación:
09/01/2018

Sello Editorial:
Ediciones Paidós

Contacto de prensa

Nombre: Paloma Cordón

Teléfono: 93 492 86 33

Email: pcordon@planeta.es

Adam Alter

Adam Alter es profesor adjunto de Marketing y Psicología en la Stern School of Business de la Universidad de Nueva York. Se licenció en Psicología con matrícula de honor y recibió una Medalla al Mérito Universitario de la Universidad de Nueva Gales del Sur. Ha escrito artículos para publicaciones como *New York Times*, *New Yorker*, *Wired*, *Washington Post* y *The Atlantic*, entre otras. Sus últimas investigaciones se han centrado en las adicciones del comportamiento, un nuevo concepto que equipara las adicciones al móvil, televisión, videojuegos, etc. —y sus consecuencias, incluso el síndrome de abstinencia— a las adicciones a las drogas o el alcohol.