

«Si valoras tu tiempo, tu concentración o tus relaciones,
tienes que leer este libro.» Jonathan Haidt

Inmune a la distracción

Cómo controlar tu atención
ante la epidemia
de la interrupción constante

Nir Eyal
con Julie Li

Inmune a la distracción

Nir Eyal

El gurú del marketing y experto en tecnología comparte su experiencia y consejos clave para recuperar nuestra atención

El gurú del marketing y experto en tecnología comparte su experiencia y consejos clave para recuperar nuestra atención

Estás en la oficina trabajando cuando una notificación te interrumpe. Intentas volver a concentrarte, pero un compañero se acerca a charlar. En casa, las pantallas invaden tu tiempo en familia. Empieza un nuevo día y tus objetivos más importantes siguen en pausa. **¿Cuándo dejaste que la tecnología tomara el control de tu vida? ¿Qué lograrías si fueras inmune a las distracciones?**

En este libro, el **experto en comportamiento Nir Eyal** revela las causas psicológicas que nos empujan a la distracción y propone un modelo en cuatro pasos para lograr, por fin, hacer aquello que nos proponemos. Eyal defiende que nuestras relaciones personales dependen de nuestra capacidad para estar presentes y aborda el reto de educar a niños en un mundo hiperconectado. Este libro proporciona herramientas prácticas para aprovechar lo mejor de la tecnología sin que nos domine. Inspirador y motivador, este clásico de la productividad **te ayudará a recuperar el control de tu vida y alcanzar tus objetivos.**

Fecha de publicación:

02/07/2025

Sello Editorial:

Ediciones Península

Contacto de prensa

Nombre: Laura Fabregat

Teléfono: 934928947

Email: lfabregat@planeta.es

Nombre: Laia Barreda Vicent

Teléfono: 93 492 8308

Email: laia.barreda@planeta.es

Nombre: Erica Aspas

Teléfono: 934928752

Email: easpas@planeta.es



Nir Eyal

Nir Eyal es el autor bestseller de *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*, referente absoluto en el ámbito del marketing, un libro que se basa en su amplia experiencia en las industrias de los videojuegos y la publicidad. Ha impartido cursos sobre psicología del consumidor aplicada en la Stanford Graduate School of Business y en el Hasso Plattner Institute of Design, además de ser un conferencista habitual en congresos del sector y en empresas de la lista Fortune 500. Sus artículos sobre tecnología, psicología y negocios han sido publicados en *Harvard Business Review*, *The Atlantic*, *TechCrunch* y *Psychology Today*.