

Índice

Prólogo, por Martín Tetaz	11
Introducción. ¡Quiero más cerebro!	
¿Zombis del consumo?	15
1. No sabemos lo que queremos	
(Hasta que nos lo muestran)	
La mayonesa en 30 dimensiones	23
El cuarto oscuro de tus propias elecciones	38
La culpa: comprando en mini-dosis	41
Marketing para tu memoria	44
Trazabilidad emocional	54
2. Bajá el volumen que tu cerebro escucha	
<i>Priming</i>	59
Su atención, por favor	65
¿Funciona lo subliminal?	71
¿A quién querés engañar?	79
3. Provocando a tu cerebro	
De compras compulsivas y parálisis por análisis	87
¡Qué novedad! Un mercado drogado	100

Manipulando tus expectativas con un vaso de Coca-Cola.....	106
Así formás tus preferencias de consumo.....	117

4. El sentido del sentido

Tu mente NO quiere ambigüedad.....	121
El coche me está mirando.....	134
Anclados a los precios.....	143
Ahorro: el chanchito cerebral.....	148

5. ¡Dame tu reconocimiento!

El Club del Clan.....	157
¿Te identificás?.....	165
Comportamiento de masas.....	171
La autoridad te hace creer.....	183

6. Ahora me toca a mí

Siendo Alguien en las redes sociales.....	193
De levante (y cyber-levante).....	206
Ya me cuidaron. Ahora cuido yo.....	209
A caballo regalado.....	217
¡Individualistas al ataque! Marketing del espacio personal.....	224

7. Bonus Track: Continuará...

Propaganda política negativa: todos salimos perdiendo.....	233
Qué sería y qué <i>no es</i> el Neuromarketing.....	236

Bibliografía

(Consumiendo más cerebros).....	239
---------------------------------	-----