

UNEATLANTICO destaca la publicación científica de la profesora Thamiris Magalhães de Sousa en la revista *Psychology & Marketing*

7.8.2026 - | Universidad Europea del Atlántico

La Universidad Europea del Atlántico (UNEATLANTICO) destaca y reconoce la labor investigadora de la profesora Thamiris Magalhães de Sousa, supervisora de proyectos finales de esta casa de estudios, tras la publicación del artículo científico «Beyond Reality Avoidance: Unraveling the Paradox of Escapism Through Self-Monitoring and Autonomy Mechanisms for Consumers' Life Satisfaction» (Más allá de la evasión de la realidad: Desentrañando la paradoja del escapismo a través de mecanismos de autocontrol y autonomía para la satisfacción vital de los consumidores).

El estudio, realizado conjuntamente con otros investigadores, fue publicado en *Psychology & Marketing*, una de las publicaciones científicas internacionales de mayor relevancia en los ámbitos de la psicología aplicada, el marketing y el comportamiento del consumidor. Editada por Wiley y sometida a un riguroso proceso de revisión por pares, está clasificada en el cuartil Q1 en las categorías *Business* y *Psychology, Applied*, consolidándose como una referencia internacional en estas disciplinas por su excelencia editorial y el rigor científico de los estudios que publica.

La paradoja del escapismo

El estudio aborda una cuestión que ha despertado un creciente interés en la investigación sobre el comportamiento del consumidor: ¿el escapismo es siempre una forma de evitar la realidad o puede convertirse en una experiencia beneficiosa para las personas?

Con el propósito de responder a esta interrogante, la investigación desarrolla el concepto de la «paradoja del escapismo», proponiendo un nuevo marco teórico que explica que las experiencias de evasión no son, por sí mismas, positivas o negativas. Su impacto depende de cómo las personas las experimentan y, sobre todo, de cómo integran posteriormente esas vivencias en su vida cotidiana.

La investigación sostiene que actividades como escuchar música, disfrutar de experiencias culturales o participar en otras actividades inmersivas pueden favorecer el bienestar cuando permiten recuperar recursos emocionales, fortalecer la autonomía personal y desarrollar estrategias de afrontamiento que ayuden a gestionar de forma más saludable las exigencias de la vida diaria.

Para respaldar esta propuesta, el estudio empleó un diseño multimétodo que combinó entrevistas en profundidad, análisis cualitativos y cuantitativos, modelos estadísticos y estudios experimentales, aportando evidencia sobre los mecanismos psicológicos que relacionan el escapismo, el estado de flujo, la autorreflexión, la autonomía y la satisfacción vital.

Los resultados amplían el conocimiento en los campos de la psicología del consumidor y el marketing al ofrecer una perspectiva innovadora sobre el papel del escapismo en el bienestar humano. Asimismo, el estudio abre nuevas líneas de investigación y aporta orientaciones que pueden contribuir al diseño de experiencias de consumo orientadas no solo al entretenimiento, sino también al desarrollo del bienestar psicológico.

Compromiso con la excelencia investigadora

UNEATLANTICO felicita a la profesora Thamiris Magalhães de Sousa por este importante logro académico, que refleja su compromiso con la investigación de excelencia y su contribución al avance del conocimiento científico en un ámbito de creciente relevancia internacional.

La Universidad reafirma, además, su compromiso con la investigación, la innovación y la producción científica de alto impacto, impulsando la participación de su comunidad académica en publicaciones de referencia internacional que fortalecen el prestigio institucional y contribuyen al desarrollo de conocimiento con impacto en la sociedad.

Para leer más sobre el estudio y sobre la paradoja del escapismo, pueden acceder al artículo a través del siguiente enlace: Más allá de la evasión de la realidad.

<https://noticias.uneatlantico.es/uneatlantico-destaca-la-publicacion-cientifica-de-la-profesora-thamiris-magalhaes-de-sousa-en-la-revista-psychology-marketing>