

La neurociència aplicada al turisme

- Levante de Castelló - 05/12/2018

Innovació. La Universitat Jaume I (UJI) de Castelló va acollir ahir el I Simposi Internacional Reptes Ètics del Turisme, on es va analitzar la importància d'aquest sector i com se'n podrien millorar els serveis. S'hi va exposar l'aplicació de la neurociència en el turisme per mitjà del «neuroturisme», sense oblidar la necessitat de tindre l'ètica sempre present.

La neurociència aplicada al turisme

► Els investigadors aposten per analitzar el vessant més emocional de les persones per a dissenyar la destinació perfecta

**LABORATORI
d'idees**
Nerea Soriano
CASTELLÓ

El turisme pot semblar una cosa intranscendent però, certament, no ho és. Les xifres ho demostren. Més de 170 milions d'euros es facturen a Espanya cada any gràcies a aquest sector que suposa el 14 % del Producte Interior Brut (PIB) mundial. El turista que més gasta és el xinès amb 40 milions d'euros a l'any. Aquest balanç referma la necessitat de ser realment competitiu per a atendre les necessitats que demanen. I ací entraria en joc el paper de la neurociència. Així és va exposar ahir a la Universitat Jaume I de Castelló durant la celebració del I Simposi Internacional Reptes Ètics del Turisme organitzat pel professor José Luis López-González.

El mateix López-González va explicar en què consistiria el que ja s'ha encunyat com «neuroturisme» i quines implicacions ètiques podria tindre en l'era de l'acceleració social. El neuroturisme es defineix com l'ús de la tecnologia per a conèixer les preferències d'una persona. Tal com va explicar López-González, en la Fira de Internacional de Turisme (Fitur) de l'any 2014 ja es va experimentar amb l'aplicació al cap d'uns sensors al mateix temps que, a la persona en qüestió, li mostren unes imatges de diferents paisatges, uns positius i d'altres negatius. El cervell respon amb estímuls i, segons el balanç final en funció de les ondes i els indicadors, es pot conèixer quina seria la destinació turística desitjada. «Així es podria arribar a planificar una destinació turística a partir d'aquesta pràctica», va dir el professor.

Segons López-González, aquesta pràctica ja l'ha usada la Junta de Turisme de Singapur, on ja han elaborat una guia de viatges basada en aspectes purament emocionals, tot i que està demostrat que les decisions es prenen, en un primer terme, de manera emocional i ja després s'analitzen de manera ra-



CARME RIPOLLÉS

JOSÉ LUIS LÓPEZ-GONZÁLEZ
ORGANITZADOR DEL SIMPOSI

« **Amb l'aplicació de la neurociència en el sector turístic es podria arribar a planificar una destinació idònia per a l'interessat** »



CARME RIPOLLÉS

LUIS JOSÉ CALLARISA
PROFESSOR DE L'UJI

« **L'ètica és una forma d'entendre el turisme des de la inclusió i el respecte, una manera de comportar-nos, ens trobem on ens trobem** »

cional. Ara bé, tampoc en el turisme s'ha de perdre de vista l'ètica.

El professor de l'UJI Luis José Callarisa va exposar en la seua ponència la «necessitat imperiosa» de «replan-tejar les actuacions, parar, reflexio-nar i fer les coses més responsablement i atenent la sostenibilitat per a un des-envolupament adequat del sector turístic». Per a Callarisa, «l'ètica és una manera d'entendre el turisme des de la inclusió i el respecte, una manera de comportar-nos, independentment del lloc on ens trobem». A més a més, el professor va dir que, amb el temps, «hem perdut l'hospitalitat, i este és un factor fonamental per al turisme». «Hem evolucionat molt tecnològica-ment però hem involucionat en valors com la humanitat, l'hospitalitat, l'honestat... que és el que demanen els turistes», va concloure Callarisa.



Els turistes que visiten Castelló.
CARME RIPOLLÉS