

LA CIENCIA DE LA INFLUENCIA

NEUROCOMUNICACIÓN Y NEUROMARKETING EN LA ERA DIGITAL

UBALDO CUESTA Y ALMUDENA BARRIENTOS-BÁEZ (EDITORES.)



Comunicación, Neurocomunicación y Salud

EDITORIAL
fragua

colección

Comunicacion, Neurocomunicacion y Salud, N° 9

Ubaldo Cuesta
Almudena Barrientos-Báez
(Editores)

**La ciencia de la influencia:
Neurocomunicación y neuromarketing
en la era digital**

 EDITORIAL
Tragua
MADRID MMXXVI

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos sin el permiso y por escrito del Editor y de los Autores.

Nº 9 de la Colección: Comunicación, Neurocomunicación y Salud

Directores de la Colección: Ubaldo Cuesta y Almudena Barrientos-Báez

Portada: Natalia Ballesteros Pestana

Título: La ciencia de la influencia:
neurocomunicación y neuromarketing en la era digital

Primera edición 2026, Madrid

© De los textos los autores

© EDITORIAL FRAGUA

C/ Andrés Mellado, 64.

28015-MADRID

TEL. 915-491-806 / 915-442-297

E-MAIL: *editorial@fragua.es*

www.fragua.es

ISBN 979-13-990661-3-5 (papel)

ISBN 979-13-991567-3-7 (pdf)

DOI: https://doi.org/10.15178/lacienciadelainfluencia_2026

Comité Científico Nacional

- Aida María de Vicente Domínguez.** Universidad de Málaga
Alba-María Martínez-Sala. Universidad de Alicante
Alfredo Arceo. Universidad Complutense de Madrid
Almudena Barrientos-Báez. Universidad Complutense de Madrid
Ángel Quintana. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Antonio Baraybar Fernández. Universidad Rey Juan Carlos
Carmen Dolores Álvarez Albelo. Universidad de La Laguna
Carmen Marta-Lazo. Universidad de Zaragoza
Carmen Peñafiel. Universidad del País Vasco
Carolina Bengochea-González. Universidad Complutense de Madrid
Chema. José M^a Prieto Ampudia.
Jefe gabinete de prensa y contenidos multimedia ONCE
Daniel Catalán Matamoros. Universidad Carlos III
David Caldevilla-Domínguez. Universidad Complutense de Madrid
Elena del Pilar Jiménez-Pérez. Universidad de Málaga
Eloy López Meneses. Universidad Pablo de Olavide
Eva Matarín. Universidad Rey Juan Carlos
Félix Ortega Mohedano. Universidad de Salamanca
Francisco-Javier Sánchez-Verdejo Pérez.
Universidad de Castilla-La Mancha
Giorgio de Marchis. Universidad Complutense de Madrid
Gloria Jiménez-Marín. Universidad de Sevilla
Guillermo Mejías-Martínez. Universidad Complutense de Madrid
Guillermo Mejías-Martínez. Universidad Complutense de Madrid
Ignacio Sacaluga. Universidad Europea de Madrid
Inmaculada Orozco-Almario. Universidad Internacional de La Rioja
Iria Paz Gil. Universidad Rey Juan Carlos
Isabel Rodrigo Martín. Universidad de Valladolid
Javier Marzal. Universidad Jaume I. Castellón
Javier Sierra-Sánchez. Universidad Complutense de Madrid
Jesús Segarra. Universidad de Alicante
Joan-Francesc Fondevila-Gascón. Blanquerna-Universitat Ramón Llull
Joaquín Sotelo. Universidad Complutense de Madrid
José Alberto Martínez-González. Universidad de La Laguna
José Gómez Galán. Universidad de Extremadura
José Ignacio Niño. Universidad Complutense de Madrid

José Jesús Vargas-Delgado. Universidad Europea
José Manuel Jiménez-Rodríguez. Universidad de Granada
Juan Carlos López Quintero. Universidad Complutense de Madrid
Juan Enrique González-Vallés. Universidad Complutense de Madrid
Juan Manuel Corbacho Valencia. Universidade de Vigo
Juan Pablo Mateos Abarca. Universidad Complutense de Madrid
Juana-María Anguita-Acero. Universidad de Castilla la Mancha
Koldobika Meso Ayerdi. Universidad del País Vasco
Lluís Codina. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona
Luis Felipe Solano. Universidad Complutense de Madrid
Luis Mañas. Universidad Complutense de Madrid
Luis Rodrigo Martín. Universidad de Valladolid
Luz Martínez-Martínez. Universidad Complutense de Madrid
M Gloria Gallego-Jiménez. Universidad CEU San Pablo de Madrid
Manuel Blanco-Pérez. Universidad de Sevilla
Marc Pallarés. Universidad Jaume I. Castellón
María Ganzábal Learreta. Universidad del País Vasco
Mario Rajas. Universidad Rey Juan Carlos
Miguel Ángel Martín Cárdena. Universidad Villanueva
Miguel Baños González. Universidad Rey Juan Carlos
Miguel Túñez. Universidade de Santiago de Compostela
Paloma Piqueiras. Universidad Complutense de Madrid
Patricia Gascón-Vera. Universidad de Zaragoza
Patricia Núñez. Universidad Complutense de Madrid
Pedro García Guirao. Universidad de Málaga
Rafael Barberá González. ESIC University
Rainer Rubira García. Universidad Rey Juan Carlos
Raúl Terol Bolinches. Universitat Politècnica de València
Santiago Tejedor. Universidad Autónoma de Barcelona
Simón Pablo Peña Fernández. Universidad del País Vasco
Ubaldo Cuesta. Universidad Complutense de Madrid
Vicenta Gisbert Caudeli. Universidad Autónoma de Madrid
Victoria Cuesta Díaz. Universidad Complutense de Madrid
Victoria Tur Viñes. Universidad de Alicante
Xosé López-García. Universidade de Santiago de Compostela
Xosé Soengas. Universidade de Santiago

Comité Científico Internacional

Anna Basora Marimon.

Universidad de Monterrey (México)

Carlos Bernal Mondragón.

Universidad Nacional Autónoma de México (México)

Daniel Sánchez-Mata.

Real Colegio Complutense at Harvard University (Estados Unidos)

Edilson Bustamante Ospina.

Universidad de Antioquía (Colombia)

Felipe Chibás.

Universidad de São Paulo (Brasil)

Felipe Muñoz Medina.

Universidad de Santiago de Chile (Chile)

João Vidal Carvalho.

Polytechnic of Porto (Portugal)

Kris Buyse.

Ku Leuven (Bélgica)

Lizy Navarro Zamora.

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)

Rodrigo Cetina.

Real Colegio Complutense at Harvard University (Estados Unidos)

Sergio López Bohle.

Universidad de Santiago de Chile (Chile)

Índice

Prólogo	
<i>Ubaldo Cuesta.</i>	13
Prefacio	
<i>Almudena Barrientos-Báez.</i>	17
Capítulo 1	
DIDÁCTICA EN MOVIMIENTO: UNA INTERVENCIÓN PEDAGÓGICA CONTRA LAS ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES	
<i>Adriana Berenice Celis Domínguez.</i>	21
Capítulo 2	
NEUROMARKETING Y YOUTUBE: UNA REVISION NARRATIVA	
<i>Jorge Alberto Álvarez-Díaz.</i>	35
Capítulo 3	
COGNITION ÉMOTIONNELLE ET PERSUASION POLITIQUE: VERS UNE APPROCHE NEUROPSYCHOLOGIQUE DU LANGAGE	
<i>Pablo Agustín Artero-Abellán.</i>	51
Capítulo 4	
NEUROVULNERABILIDADES DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA EN EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN POST COVID-19 (2020-2025)	
<i>Daniel Ayllón-Martínez.</i>	67
Capítulo 5	
EL NEUROPACKAGING Y LA ATRACCIÓN EMOCIONAL. EL GRUPO NESTLÉ COMO REFERENTE DE ESTUDIO	
<i>Cristina Baeza López.</i>	85
Capítulo 6	
ENTRE NEURONAS Y EMOCIONES: APLICACIONES DE LA NEUROCOMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN PERSONAL Y SOCIAL	
<i>Bárbara M. Balbo Figueroa.</i>	101
Capítulo 7	
MODA Y NEUROMARKETING: EL ARTE DE CONQUISTAR LAS MENTES A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS	
<i>Almudena Barrientos-Báez, David Caldevilla-Domínguez y Juan Carlos López-Quintero.</i>	117
Capítulo 8	
DEL CEREBRO AL TERRITORIO: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO SOBRE EL USO DE TÉCNICAS NEUROCIENTÍFICAS EN CIUDADES Y DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES	
<i>Ana Belén Bastidas Manzano y María Alcolea Parra.</i>	135

Capítulo 8

DEL CEREBRO AL TERRITORIO: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO SOBRE EL USO DE TÉCNICAS NEUROCIENTÍFICAS EN CIUDADES Y DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Ana Belén Bastidas Manzano¹, María Alcolea Parra¹

1. INTRODUCCIÓN

La digitalización del turismo y el avance de las tecnologías inteligentes han transformado la manera en que los destinos se gestionan y en cómo los visitantes experimentan los entornos urbanos y naturales (Buhalis *et al.*, 2022). Este proceso ha impulsado la adopción de metodologías innovadoras que permiten analizar la experiencia turística más allá de los métodos tradicionales de encuesta o entrevista (Bastidas-Manzano *et al.*, 2020). Entre ellas, las técnicas neurocientíficas (*eye tracking*, encefalografía, resonancia magnética funcional, entre otras) destacan por su capacidad para medir reacciones cognitivas y emocionales en tiempo real, aportando información valiosa para diseñar destinos más competitivos, sostenibles y emocionalmente conectados con el visitante (Al-Nafjan, 2023).

En este contexto, los destinos turísticos inteligentes (DTI) emergen como un modelo de gestión turística que integra tecnologías digitales, gobernanza participativa, innovación y sostenibilidad para optimizar la experiencia del visitante y la eficiencia en la gestión del territorio. Según Buhalis y Amaranggana (2015), los DTI combinan infraestructuras tecnológicas avanzadas con datos en tiempo real para mejorar la toma de decisiones, la accesibilidad y la personalización de los servicios turísticos. Ivars-Baidal *et al.* (2019) señalan además que estos destinos incorporan capas digitales que permiten conectar actores públicos y privados, generando ecosistemas turísticos más flexibles, resilientes e inteligentes.

1. Universidad a Distancia de Madrid (España).