

dilluns, 27 de gener de 2025

'Influencers' virtuals per atreure el públic jove al turisme i l'hostaleria

Un estudi de la UdL alerta de mancances ètiques en punts com els drets laborals

Els influenciadors (*influencers*) virtuals, generats amb intel·ligència artificial (IA), poden ser un bon vehicle perquè destinacions turístiques, hotels i restaurants alineïn la promoció amb els objectius ètics; atansant-se d'aquesta forma al públic jove, que valora la transparència digital i la responsabilitat de marca. Així ho assenyala una recerca realitzada per investigadores de la Universitat de Lleida (UdL) que acaba de publicar la revista *Young Consumers* [



<https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1747-3616>]. L'anàlisi de les publicacions de la *influencer* d'una cadena d'hotels de luxe anomenada [Sena Zaro](https://www.instagram.com/sena.zaro/) [<https://www.instagram.com/sena.zaro/>] també alerta de mancances ètiques en aspectes com ara els drets laborals i la responsabilitat professional. [\[Ampliar notícia\]](#) [<https://www.udl.cat/ca/serveis/oficina/Noticies/Influencers-virtuals-per-atreure-el-public-jove-al-turisme-i-lhos>]

Text: Premsa UdL

M É S

I N F O R M A C I Ó :

Article *AI-driven virtual travel influencers and ethical consumerism: analysing engagement with Sena Zaro's Instagram content* [<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/yc-08-2024-2204/full/html>]