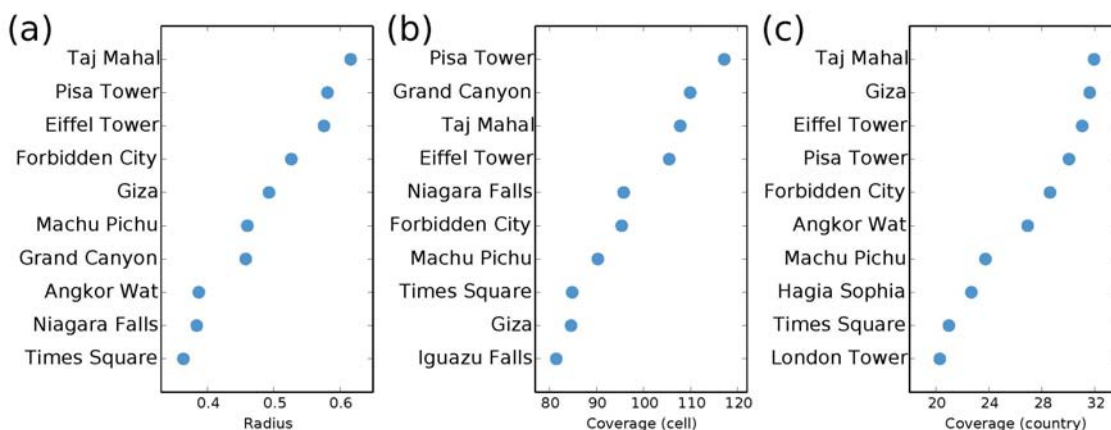


Els monuments turístics segons Twitter

L'Institut de Física Interdisciplinària i Sistemes Complexos (IFISC, UIB-CSIC) ha fet un estudi pioner amb dades de Twitter sobre el nivell d'atracció dels vint monuments turístics més populars del món. Per fer aquesta anàlisi s'han processat 9,6 milions de tuits geolocalitzats entre el setembre de 2010 i l'octubre de 2015. L'estudi analitza el grau d'interès dels emplaçaments turístics segons la distribució espacial del lloc de residència dels visitants, i ha pogut determinar que el Taj Mahal (Índia), la torre de Pisa (Itàlia) i la torre Eiffel (França) sempre apareixen entre els cinc primers. L'únic monument espanyol present a l'estudi, l'Alhambra de Granada, apareix entre els llocs 12 i 13 en tots els rànquings.

L'IFISC és un dels centres pioners d'àmbit internacional a estudiar la mobilitat humana amb Big Data procedent de les noves tecnologies. Des d'aquest institut s'han elaborat diversos estudis amb dades que ofereixen les noves tecnologies, fet que suposa un canvi de paradigma en l'estudi de la mobilitat humana, atesa la immensa quantitat de dades existents i la proximitat temporal d'aquestes, mentre que fins ara les dades disponibles provenien d'enquestes i bases de dades econòmiques, amb mostres més petites i amb una baixa resolució espaciotemporal, atès que, per mor del cost, es renoven en llargs intervals de temps. En aquest sentit, aquests estudis es poden convertir en un instrument interessant i útil a l'hora de valorar l'impacte del turisme en l'àmbit local, tant per part de l'Administració pública com de l'empresa privada, des d'àmbits com la geografia, l'economia i l'urbanisme.



En lloc d'estudiar els llocs més visitats, l'objectiu de l'anàlisi és determinar quins llocs atrauen visitants de més diverses parts del món. Tant en la distribució espacial (dividida amb cel·les) com per radi mitjà (distància de procedència de l'usuari), sempre apareixen als primers llocs el Taj Mahal, la torre Eiffel i la torre de Pisa. Quan el lloc de residència dels usuaris s'escala al nivell de país, aquests llocs encara apareixen entre els principals, però també apareixen casos particulars com el del Gran Canyó (EUA) i les cascades del Niàgara (EUA) als principals llocs. Al nivell de països d'origen (més alt grau d'internacionalització), als primers llocs apareixen el Taj Mahal, les piràmides de Gizeh (Egipte) i la torre Eiffel. Per acabar, s'ha construït una xarxa entre aquests vint monuments a partir de dades d'usuaris que han estat en més d'un lloc. La torre Eiffel, Times Square (EUA), el Zócalo (Mèxic) i la torre de Londres (Anglaterra) apareixen com els monuments més centrals i fan un paper clau en la connectivitat global de la xarxa.



El mètode d'aquest estudi és general i aplicable a una àmplia envergadura de localitzacions geogràfiques, objectius de viatges i escales. De fet, es preveu que sigui el model a seguir per a una futura anàlisi en profunditat sobre el turisme a les Illes Balears, com també sobre el grau d'atracció dels principals emplaçaments turístics d'Espanya.

Aquest estudi s'ha publicat a la revista *EPJ Data Science*. Es pot trobar en línia aquí: <http://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds/s13688-016-0073-5>.