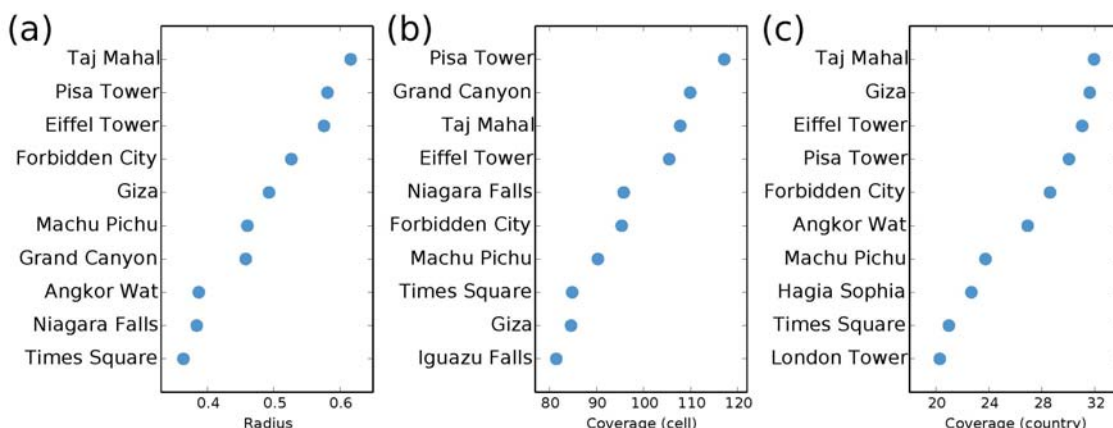


Los monumentos turísticos según Twitter

El Instituto de Física Interdisciplinaria y Sistemas Complejos (IFISC, UIB-CSIC) ha hecho un estudio pionero con datos de Twitter sobre el nivel de atracción de los veinte monumentos turísticos más populares del mundo. Para hacer este análisis se han procesado 9,6 millones de tuits geocalizados entre septiembre de 2010 y octubre de 2015. El estudio analiza el grado de interés de los emplazamientos turísticos según la distribución espacial del lugar de residencia de los visitantes, y ha podido determinar que el Taj Mahal (India), la torre de Pisa (Italia) y la torre Eiffel (Francia) siempre aparecen entre los cinco primeros. El único monumento español presente al estudio, la Alhambra de Granada, aparece entre los lugares 12 y 13 en todos los rankings.

El IFISC es uno de los centros pioneros de ámbito internacional en el estudio de la movilidad humana con Big Data procedente de las nuevas tecnologías. Desde este instituto se han elaborado varios estudios con datos que ofrecen las nuevas tecnologías, hecho que supone un cambio de paradigma en el estudio de la movilidad humana, dada la inmensa cantidad de datos existentes y la proximidad temporal de estas, mientras que hasta ahora los datos disponibles provenían de encuestas y bases de datos económicas, con muestras más pequeñas y con una baja resolución espaciotemporal, dado que debido a su elevado coste, se renuevan en largos intervalos de tiempos. Estos estudios se pueden convertir en un instrumento interesante y útil a la hora de valorar el impacto del turismo en el ámbito local, tanto por parte de la administración pública como de la empresa privada, desde ámbitos como la geografía, la economía y el urbanismo.



El objetivo del análisis es determinar qué lugares atraen visitantes de más partes del mundo. Tanto si se tiene en cuenta la distribución espacial (dividida con celdas) cómo el radio medio (distancia de procedencia del usuario), siempre aparecen a los primeros lugares el Taj Mahal, la torre Eiffel y la torre de Pisa. Cuando el lugar de residencia de los usuarios se escala al nivel de país, estos monumentos todavía aparecen entre los principales, pero también aparecen otros como el Gran Cañón (EE.UU.) y las cataratas del Niágara (EE.UU.). Al nivel de países de origen (más alto grado de internacionalización) entre los primeros puestos aparece el Taj Mahal, las pirámides de Giza (Egipto) y la torre Eiffel. Para acabar, se ha construido una red entre estos veinte monumentos a partir de datos de usuarios que han estado en más de un lugar. La torre Eiffel, Times Square (EE.UU.), el Zócalo (México) y la torre de Londres (Inglaterra) aparecen como los monumentos más centrales y hacen un papel clave en la conectividad global de la red.



El método de este estudio es general y aplicable a una amplia envergadura de localizaciones geográficas, objetivos de viajes y escalas. De hecho, se prevé que sea el modelo a seguir para un futuro análisis en profundidad sobre el turismo en las Illes Balears, como también sobre el grado de atracción de los principales emplazamientos turísticos de España.

Este estudio se ha publicado a la revista EPJ Fecha Science. Se puede encontrar online aquí: <http://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds/s13688-016-0073-5>.