PASOS
Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
www.pasosonline.org

Vol. 22 N.º 4. Págs. 843-856. octubre-diciembre 2024
https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.054

El turismo religioso como objeto de estudio: Revisión bibliográfica sistematizada (2019-2023)

Santiago Tejedor Calvo* Laura Cervi**
Universitat Autònoma de Barcelona (España)

Luis M. Romero-Rodríguez***
Universidad Rey Juan Carlos (España) - Universidad Espíritu Santo (Ecuador)

Resumen: El turismo religioso es un importante motor económico y cultural para muchos destinos, y es uno de los sectores de más rápido crecimiento dentro del mercado turístico mundial. A partir de un meta-análisis y de una revisión de literatura emergente del quinquenio 2019-2023 en el Social Sciences Citation Index (SSCI) de la Web of Science (WoS), este estudio analiza, desde un abordaje cuanti-cualitativo, el estado de la cuestión de las investigaciones sobre esta sub-categoría de turismo a partir de un corpus de 500 documentos. Los resultados más relevantes evidencian que la pandemia del Covid-19 afectó la producción científica, siendo China, Estados Unidos y España los tres países que más han publicado sobre la temática. Por su parte, las investigaciones sobre el turismo a destinos del cristianismo y el islamismo son las que aparecen con mayor frecuencia, aunque en el caso de destinos vinculados con el hinduismo suelen estar sobrerrepresentadas en función del número de personas que tienen este credo, lo que puede deberse al turismo especializado en meditación y bienestar.

Palabras clave: Peregrinación; Destinos; Cristianismo; Islam; TIC.

Religious tourism: A Meta-analysis and state-of-the-art 2019-2023

Abstract: Religious tourism is an important economic and cultural driver for many destinations and is one of the fastest-growing sectors within the global tourism market. Based on a meta-analysis and review of emerging literature from the period 2019-2023 in the Social Sciences Citation Index (SSCI) of the Web of Science (WoS), this study analyses, from a quantitative-qualitative approach, the state-of-the-art research on this sub-category of tourism from a corpus of 500 documents. The most relevant results show that the COVID-19 pandemic affected scientific production, with China, the United States, and Spain being the three countries that have published the most on the subject. Research on tourism to Christian and Islamic destinations appears most frequently. However, destinations linked to Hinduism tend to be over-represented with respect to numbers of people of this creed, which may be due to tourism specialising in meditation and wellness.

Keywords: Peregrination; Destinations; Christianity; Islam; ICT.

1. Introducción

El turismo religioso es una de las formas más antiguas de turismo (Romanelli et al., 2021) desde que en la Edad Media los peregrinos empezaron a desplazarse para visitar destinos religiosos (Rinschede,

* E-mail: santiago.tejedor@uab.cat; https://orcid.org/0000-0002-5539-9800
** E-mail: laura.cervi@uab.cat; https://orcid.org/0000-0002-0376-0609
*** E-mail: luis.romero@urjc.es; https://orcid.org/0000-0003-3924-1517

Cite: Calvo, S. T.; Cervi, L. & Rodríguez, L. M. R. (2024). Religious tourism: A Meta-analysis and state-of-the-art 2019-2023. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(4), 843-856. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.054

© PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121

1992). En la actualidad, los motivos religiosos siguen siendo una de las razones más comunes para viajar por todo el planeta (Collins-Kreiner, 2020). Este turismo representa un importante motor económico (Seyer y Miller, 2011). Asimismo, el turismo religioso es uno de los sectores de más rápido crecimiento dentro del mercado turístico mundial (Collins-Kreiner, 2020). Cada año, entre 300 y 350 millones de personas (Pardo y Sánchez, 2019) viajan con este tipo de finalidad o motivación por el mundo.

Según las estadísticas más recientes, en 2023, el turismo religioso mundial podría alcanzar un valor de mercado estimado superior a los 15.000 millones de dólares estadounidenses. En el periodo entre 2022 y 2033, la tasa de crecimiento anual de este mercado se estima en torno al 10,5% (Statista, 2023). Este potencial económico y esta capacidad movilizadora han convertido al turismo en un objeto de estudio que ha sido abordado desde diferentes disciplinas y enfoques metodológicos.

Esta investigación tiene como objetivo revisar las posibles prospectivas de la investigación del turismo religioso, así como los dominios de conocimiento centrales en este ámbito temático. Este meta-análisis y revisión de literatura puede resultar útil tanto para los académicos como para los *policy makers*, así como para los profesionales y especialistas en marketing turístico o diferentes actores del sector de los viajes.

2. Marco teórico

La expresión "turismo religioso" es relativamente reciente (Ostrowski, 2002), ya que emergió en la década de los cincuenta (Rashid, 2018). Originariamente, este fenómeno fue estudiado principalmente por investigadores del campo de la geografía (Collins-Kreiner, 2010), que identificaban esta forma de turismo con las peregrinaciones y el turismo espiritual.

Sin embargo, el desarrollo de la investigación desde otras disciplinas más afines a las Ciencias Sociales y Económicas ha permitido desvelar que no existe una clara dicotomía entre peregrinos y turistas (Belhassen et al., 2008), ya que muchos de ellos caen en el rango de categorías intermedias y, como resultado, se crea una matriz muy compleja en el establecimiento de categorías, tipologías y clasificaciones (Rashid, 2018).

Durante las últimas décadas, los académicos han generado nuevos conocimientos sobre el turismo religioso (Kim et al., 2020). El creciente interés por el turismo religioso también se hace evidente en la progresiva aparición de estudios sobre turistas religiosos, destinos e infraestructuras en revistas, programación y contenidos de turismo y hotelería de primer nivel (v. gr. Scaffidi Abbate y Di Nuovo, 2013; Durán-Sánchez et al., 2018).

Tabla 1: Antecedentes de revisión de literatura

Autores (Año)	Arco temporal	Deficiencias
Duran-Sanchez et al. (2018)	1968–2017	No actualizado
Rashid (2018)	2006–2017	No actualizado
Heidari et al. (2018)	1990–2017	No actualizado
Kim et al. (2020)	1983-2018	No actualizado
Yagmur et al. (2019)	2011–2018	No actualizado
Collins-Kreiner (2020)	1990–2018	No actualizado
Suban et al. (2021)	2004–2021	Solo analiza turismo islámico
Das et al. (2023)	2003-2023	Solo analiza la fotografía y es una revisión cuantitativa
Ohlan y Ohlan (2023)	1992-2022	Es un estudio cuantitativo y no incluye los estudios de 2023

Fuente: Elaboración própria.

En este contexto, la realización de revisiones de literatura permite elaborar un estado de la cuestión en cualquier ámbito del saber, proporcionando a la comunidad científica nuevas líneas de investigación. El saber acumulado es la base sobre la que se desarrollan las nuevas investigaciones mediante un proceso de refutación, confirmación o exploración de nuevas formulaciones que contribuyan a la explicación y actualización de los fenómenos de estudio (Guirao, 2015; Romero-Rodríguez et al., 2021). Por otro lado, las revisiones de literatura permiten tener un conocimiento actualizado sobre un determinado tema, al tiempo que proporcionan a los profesionales una base teórico-empírica para orientar sus acciones. En este sentido, el presente trabajo no constituye la primera revisión de la

literatura y meta-análisis sobre el turismo religioso. Sin embargo, tal y como ilustra la Tabla 1, los antecedentes no están actualizados, o si lo están, usan estrictamente abordajes cuantitativos, permitiéndonos, de alguna manera, empezar donde los otros lo dejaron (Durán-Sánchez et al., 2018; Rashid, 2018).

3. Método

La presente investigación realiza una revisión de literatura y meta-análisis sistematizado sobre el turismo religioso, para ofrecer un panorama del estado del arte a partir de la producción científica internacional en los últimos años. Este tipo de revisiones constituyen una herramienta esencial para sintetizar la información sobre un campo en particular, registrar los pasos asumidos durante la investigación en el campo específico de interés e iniciar futuras líneas de investigación en aquellas áreas que todavía no han sido exploradas.

Además, este trabajo es una revisión descriptiva que centra su atención en revelar patrones existentes en la literatura. Este aspecto demanda una cierta cuantificación que se evidencia en un análisis de frecuencia a través del número de publicaciones. En este proceso, cada estudio se asume como un dato en sí mismo para identificar las tendencias y los patrones entre los documentos seleccionados. El resultado de tal revisión, generalmente, es representativo del estado del arte en el dominio investigado (Camilli, 2018). Partiendo de ello, esta investigación se propone abordar las siguientes preguntas de investigación (PI):

PI1. ¿Cuánto, quién y qué se ha publicado en los últimos cuatro años sobre turismo religioso?

PI2. ¿Qué papel ha jugado la pandemia del Covid-19 en la investigación sobre turismo religioso?

PI3. ¿Cuáles son las evoluciones de la investigación sobre turismo religioso y las tendencias emergentes?

PI4. ¿Cuáles son las áreas de investigación prospectivas identificadas según las tendencias?

El procedimiento metodológico se elaboró siguiendo la guía de extensión PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Moher et al., 2009; Wilson, 2013). Para el análisis se consultó el Social Sciences Citation Index (SSCI) de la Web of Science (WoS), una de las bases de datos más importantes del mundo en términos de impacto y alcance de la comunidad científica internacional (Ohlan y Ohlan, 2023), pero que también permite un primer filtrado disciplinario (Collins-Kreiner, 2020; Iliev, 2020). Los términos de búsqueda empleados se combinaron con los operadores booleanos: "Religious" AND/OR "Religion" AND "Tourism" para el título del artículo, resumen y keywords, las cuales suelen ser las palabras más frecuentes en la literatura sobre turismo religioso (Kim et al., 2020). La búsqueda, que se realizó en noviembre de 2023, utilizó como rango temporal el periodo de 2019 a 2023. Los documentos emergentes han sido filtrados a partir de los siguientes idiomas: inglés, español, francés, italiano y portugués, que son los idiomas que comprenden los autores.

Dentro del filtrado de los resultados, se han seleccionado solo los artículos y excluido el resto de literatura académica pues, según las indicaciones de Paul *et al.* (2023), los avances más rigurosos y contrastables de la literatura científica se generan en este tipo de producción científica.

La búsqueda vertió un total de 567 documentos. Posteriormente, tras la lectura de los títulos y los resúmenes de los documentos, se excluyeron 67 estudios que no reunían los criterios necesarios para considerar su elegibilidad, es decir, aquellos que solo trataban tangencialmente la temática o que no eran relativos al turismo religioso. En este sentido, el corpus total del análisis quedó compuesto por 500 documentos.

Seguidamente, la investigación tomó en consideración los siguientes criterios para efectuar el análisis cuantitativo: año de publicación (que indica la frecuencia de publicación); países de publicación; área de conocimiento; listado de revistas con más artículos publicados sobre turismo religioso y diversidad religiosa. Tras la codificación y antes de comenzar con la fase de interpretación y síntesis de los resultados encontrados, el estudio realizó diferentes pruebas entre codificadores para asegurar la fiabilidad y la validez del trabajo realizado (Sánchez, 2005; Peña, 2012).

Para el análisis cualitativo se realizó una tabla de contingencia, en la que los tres *coders* participantes resumían por cada uno de los artículos emergentes (n=500) los métodos y hallazgos más significativos de cada investigación.

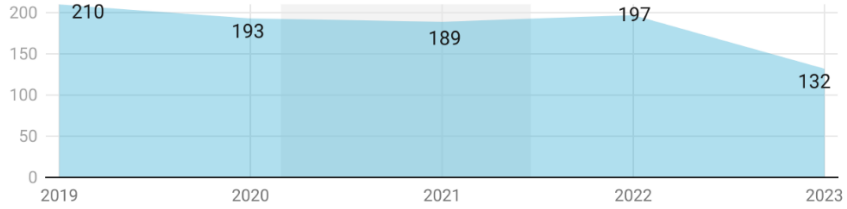
4. Resultados

4.1. Meta-análisis cuantitativo: estado de la cuestión 2019-2023

En el último quinquenio, el interés científico sobre turismo religioso se ha mantenido estable, en líneas generales, aunque ha experimentado una caída entre 2020 y 2021 en comparación con 2019, para volver a remontar en 2022 (Gráfico 1). La caída en el bienio 2020-21 es fácilmente explicable, ya que corresponde a la pandemia de Covid-19, por lo que no resulta imprudente establecer que las medidas de restricción de movilidad implementadas por diferentes países afectaron la posibilidad de llevar a cabo investigaciones u obtener datos significativos de viajes a destinos religiosos.

Con respecto a los resultados de 2023 emergieron 132 documentos, pero la búsqueda se realizó en noviembre de 2023, quedando todavía por incorporar datos de publicaciones de ese año. Hay que recordar que la mayoría de las revistas científicas suelen ser semestrales y cuatrimestrales, por lo que gran parte de sus volúmenes cierran en diciembre.

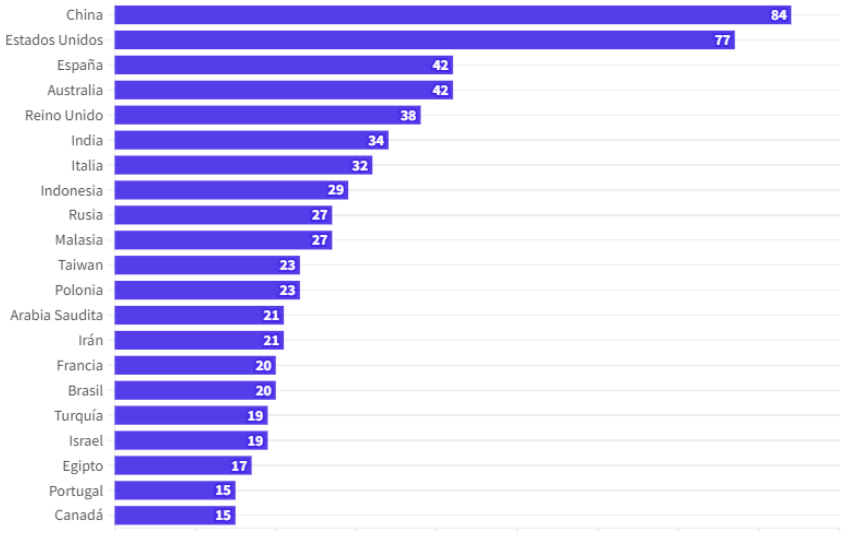
Gráfico 1: Frecuencia de las publicaciones sobre turismo religioso en el SSCI-WoS 2019-2023



Fuente: Elaboración própria.
Nota: El intervalo con mayor opacidad del gráfico corresponde a la época con mayores restricciones de viaje por Covid-19

En relación a los países de filiación institucional de los autores de los artículos sobre turismo religioso, China tiene un liderazgo absoluto, seguido muy de cerca por Estados Unidos (Gráfico 2). Por supuesto, estas dos potencias tienen un número de investigadores, universidades y centros de investigación muy superior al del resto, lo que hace evidente que solo entre ambos congreguen más de un tercio (32,2%) del total de la producción científica del último quinquenio.

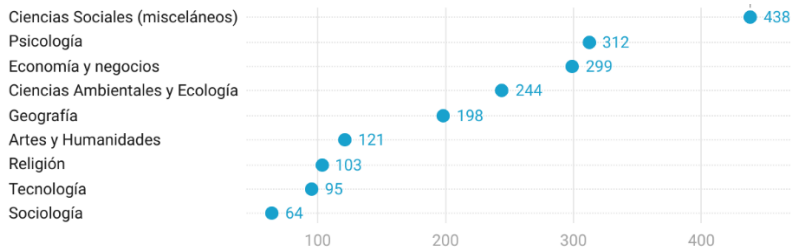
Gráfico 2: Países de filiación de los autores de los artículos emergentes 2019-2023



Fuente: Elaboración própria.

Como se explicó en el apartado de métodos, el corpus de análisis procede del SSCI de la WoS, lo que permitió excluir las disciplinas contingenciales y establecer qué disciplinas, dentro de las Ciencias Sociales, se interesan más en estas temáticas. El gráfico 3 muestra un claro dominio de las aproximaciones al fenómeno del turismo religioso desde el campo de las Ciencias Sociales interdisciplinares (por ejemplo, en la intersección ente la Comunicación, la Educación y, el Turismo).

Gráfico 3: Área de conocimiento de los artículos

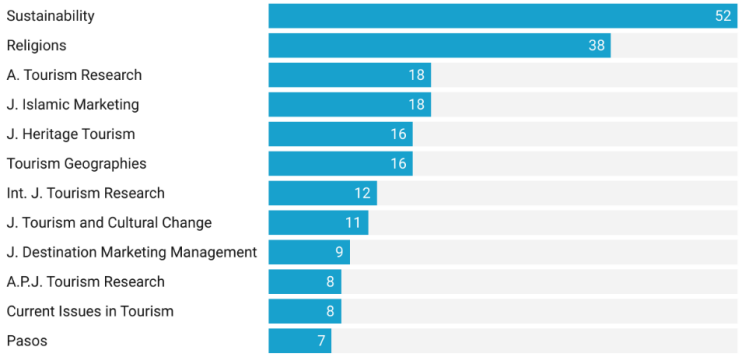


Fuente: Elaboración própria.

En segundo lugar, encontramos la Psicología, que se interesa principalmente por todos aquellos factores que influencian la elección del destino, la percepción sobre el mismo y las ganancias, en términos psicológicos y religiosos, de estas experiencias. Por su parte, las disciplinas económicas, que ocupan el tercer lugar, tratan principalmente los temas relacionados con la industria hotelera y los servicios relacionados. Asimismo, es interesante observar cómo las Ciencias Ambientales ocupan el cuarto lugar, confirmando como, ya fue detectado por Romanelli *et al.* (2021), el emergente tema de la sostenibilidad, sobre todo a nivel de recursos naturales de los destinos turísticos religiosos y seculares.

Con respecto a las revistas indexadas en el SSCI de la WoS que han dado mayor atención a artículos sobre turismo religioso, cabe destacar que, si bien prácticamente todas son revistas especializadas en turismo, las primeras dos no lo son (Gráfico 4): *Sustainability* y *Religions*, ambas de la editorial suiza MDPI.

Gráfico 4: Revistas WoS-SSCI con mayor número de artículos sobre turismo religioso 2019-2023



Fuente: Elaboración própria.

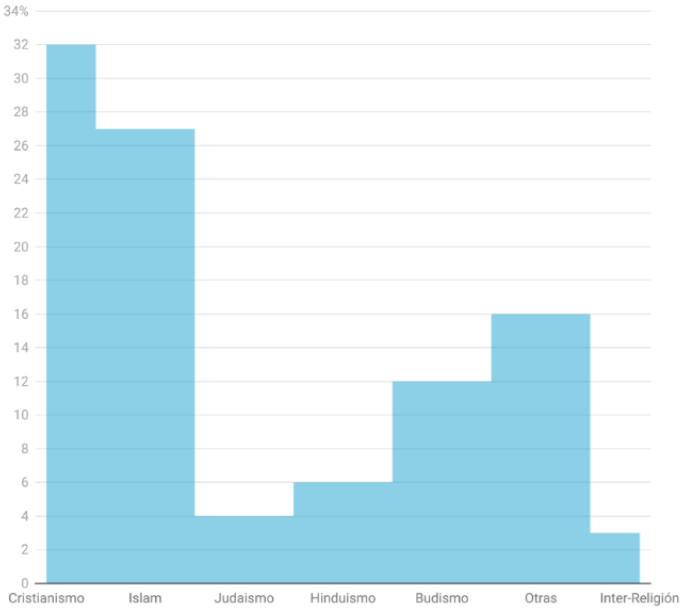
Journal of Islamic Marketing es otro caso de interés, ya que es la primera revista dedicada a investigar la relación del marketing con el islam. La presencia de esta publicación en la cuarta posición de turismo religioso se debe, por un lado, a la importancia del turismo religioso en el mundo islámico, concretamente, por la peregrinación a La Meca (que representa uno de los cinco pilares de esa religión); y por otro, debido al creciente interés sobre el "turismo *Halal*" (Abror *et al.*, 2019; Afifi *et al.*, 2021; Ekka, 2023).

Las restantes revistas del ranquin son publicaciones especializadas en turismo, generalmente, ubicadas en los primeros cuartiles del JCR. En este sentido, resulta interesante destacar que la revista

PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, editada por el Instituto Universitario de Investigación Social y Turismo de la Universidad de La Laguna (España) y el Instituto Universitario da Maia (Portugal), es la única revista iberoamericana en mostrar interés por esta temática en el quinquenio analizado.

Respecto a la diversidad religiosa de los destinos emergentes, el cristianismo (32%) y el islam (27%) acaparan más de la mitad de las publicaciones emergentes (59%) (Gráfico 5), datos que confirman los resultados de investigaciones precedentes (*v.gr.* Durán-Sánchez *et al*., 2018; Heidari *et al*., 2018; Rashid, 2018) y que ponen de manifiesto que el interés del estudio científico del turismo religioso es directamente proporcional al número de creyentes de ambas religiones.

Gráfico 5: Diversidad de los destinos religiosos según la religión (porcentaje)



Fuente: Elaboración própria.

Sin embargo, esta norma de proporcionalidad no sucede en el caso del hinduismo (6%), siendo la tercera religión por número de creyentes en el mundo. Asimismo, el budismo está ligeramente sobrerrepresentado con un 12% de los artículos y el judaísmo, cuyos creyentes no llegan a 14 millones a escala mundial, representa el 4% de la literatura emergente. En comparación con estudios anteriores actualizados, como el de Das *et al*. (2023), la categoría de "otras religiones" (16%) crece. En esta se incluyen aquellas religiones formales diferentes a las mencionadas anteriormente.

Finalmente, la categoría inter-religión recoge todos aquellos trabajos que discuten lugares o experiencias interreligiosas, es decir que involucran a más de una religión, que aun al alza, solo representa un 3% del total de la literatura del SSCI-WoS 2019-2023.

4.2. Meta-análisis cualitativo: temáticas emergentes del turismo religioso

Respecto a las temáticas de los artículos analizados (n=500), cabe destacar que más de la mitad de la literatura (55%) se enfoca en la demanda de los destinos turísticos y sus motivaciones, seguido por los artículos dedicados al análisis de los destinos y de sus ofertas (43%). Entre 2019 y 2023 solo emergieron 5 revisiones de literatura (1%) y 5 artículos de cariz teórico.

4.2.1. Demanda: ¿qué opinan los turistas?

Tal y como ha sido evidenciado en anteriores revisiones de la literatura (*v. gr.* Kim *et al*., 2020; Collins-Kreiner, 2020), la mayoría de estudios se centran en la demanda, confirmando que el análisis de las razones y las motivaciones que mueven a los viajeros sigue siendo el centro del interés de la

investigación. Concretamente, la mayoría de los artículos se centran en analizar y describir las características sociodemográficas de los turistas religiosos. Los instrumentos de investigación más frecuentes son la encuesta y la entrevista en profundidad, que permiten ahondar en las motivaciones personales de los viajeros.

Dentro de esta temática es posible destacar cómo la literatura especializada en turismo islámico tiende, por un lado, a focalizar su interés en la ciudad de La Meca (Hassan *et al*., 2023), destino de *hach*, mientras que, por el otro, pone las motivaciones religiosas en el foco de análisis (Luz, 2020). En particular, se destaca la tendencia creciente en torno al turismo *Halal* y a las necesidades específicas relacionadas con las observancias de prácticas religiosas por parte de esta categoría de turistas (Ekka, 2023; Wu *et al*., 2020; Bunakov *et al*., 2019).

En el caso de las investigaciones relativas al turismo católico, y más en general al cristianismo, las investigaciones revelan que los visitantes viajan animados tanto por motivos religiosos, como por impulsos más generales de interés cultural, en línea con la investigación de Riegel y Lindner (2020).

De la misma forma, combinando un análisis temático de siete entrevistas con interesados en el camino portugués a Santiago de Compostela, con un análisis de datos secundarios facilitados por la Oficina del Peregrino de la Catedral de Santiago de Compostela y por el Departamento Municipal de Gestión del Patrimonio Cultural de Oporto, Silva *et al*. (2023) sugieren que hay un aumento de las motivaciones culturales y deportivas, aunque las espirituales y religiosas siguen teniendo una fuerte presencia.

Además, dentro de esta literatura es posible destacar una sub temática que se centra en las religiones alternativas y/o en motivaciones diversas. En particular, se ha prestado especial atención al turismo definido como espiritual y de bienestar (Buzinde, 2020), especialmente, en destinos como India y enclaves del Sudeste Asiático. Junto a los efectos positivos de las prácticas espirituales (Huang y Pearce, 2019; Huang *et al*., 2020), un mayor número de turistas viaja a esta región de Asica en busca de prácticas de meditación, yoga y otras actividades espirituales (Bhalla *et al*., 2021), así como para aprender técnicas de *mindfulness*, con el fin de lograr su realización espiritual, mejorar su bienestar y encontrar su verdadero yo (Buzinde, 2020).

El caso de Chiang Mai en Tailandia resulta particularmente interesante en este sentido. Debido a sus templos budistas, su herencia cultural, su historia religiosa, sus infraestructuras y a la percepción de seguridad, Chang Mai se ha convertido en un importante destino de turismo espiritual. Basándose en la observación participante, incluidas conversaciones informales y 10 entrevistas semiestructuradas en este lugar durante dos veranos en 2016 y 2018, Choe y O'Regan (2020) exploraron por qué los turistas occidentales viajan a este destino para participar en prácticas de *mindfulness*, independientemente de su afiliación religiosa. Curiosamente, ninguno de los informantes se identificó como budista, a pesar de que muchos habían practicado la meditación budista durante años para resolver problemas, como la depresión y la ansiedad, en especial, después de acontecimientos de vida como divorcios, muertes en la familia o abuso de drogas, entre otras motivaciones. Este estudio encontró que los informantes buscaban incorporar el *mindfulness* y otras prácticas espirituales en el tejido de su vida cotidiana.

En la misma línea, Yang Song y Libo Yan (2020) han analizado las motivaciones que llevan a los jóvenes adultos chinos sin afiliación religiosa a participar en campamentos de meditación zen en Taiwán y han estudiado qué experiencias obtuvieron al participar en dicho evento. Los autores revelan tres tipos de motivaciones principales: automotivación, impulso y recomendación por miembros de la familia, y necesidades relacionales (estar con amigos). El estudio también encontró tres tipos de experiencias internas de los participantes del campamento de meditación: sentimientos, iluminación o transformación y conciencia sensorial.

4.2.2. Oferta: efectos y sostenibilidad

El segundo eje temático detectado corresponde al lado de la oferta. En este sentido, la investigación ha detectado la emergencia de dos grandes temáticas clave: la evaluación de los efectos y la sostenibilidad. Tradicionalmente y como ocurre en la literatura más amplia sobre turismo en general, los investigadores se han preocupado de medir y estimar los efectos del turismo religioso sobre los lugares y las comunidades involucradas (Suban *et al*., 2021).

En general, el trabajo detecta dos fuertes –y opuestas- posiciones: la primera cree que el crecimiento y el desarrollo del turismo produce una mejora tanto de los aspectos espirituales como los materiales, desde el principio, en la comunidad local. En este sentido, diversos autores (*v.gr.* Budovich, 2023; Fekete *et al*., 2023) defienden que el desarrollo de actividades de servicios relacionadas con el turismo conduce a prosperidad económica, reducción de conflictos y al aumento de la innovación (Wahyuni y Rahmawati, 2021). De esta forma, el turismo, sobre todo el religioso, es visto como una ayuda fundamental para

comprender mejor las diversas culturas y, por lo tanto, se concibe como un camino hacia el intercambio cultural, aspecto que inaugura una vía para el desarrollo cultural y la prosperidad económica y social (Mashuri, 2020).

En esta línea, Budovich, (2023), a través de un gran estudio de gran escala sobre Rusia, confirma que el turismo religioso ha contribuido a establecer acuerdos económicos, sociales, religiosos y culturales, favoreciendo la estabilidad en la región.

El equipo de investigación que ha estudiado el caso de la Abadía Benedictina de Tihany, importante destino turístico y un popular lugar de peregrinación en Hungría (Fekete *et al*., 2023), ha llegado a resultados similares. El uso turístico de lugares sagrados es una práctica muy extendida en Hungría, pues los investigadores examinan cómo las actividades turísticas contribuyen al sustento de comunidades monásticas húngaras y al desarrollo económico local. Esta investigación reveló que, además de los elementos clásicos (por ejemplo, visitas guiadas a la abadía, exposiciones en museos, conciertos, entre otros), la oferta programática desarrollada por la comunidad monástica de Tihany es capaz de dirigirse a nuevos públicos objetivo, como los crecientes turistas del lejano oriente (principalmente Japón, China, Corea del Sur y Rusia). De este modo, se observa un aumento significativo en el número de visitantes en 2018-2019 procedentes de estas latitudes. Las actividades económicas de los benedictinos de Tihany abarcan varias áreas diferentes además del turismo, como la producción agrícola y la fabricación de velas, ambas integradas en su oferta turística. Como importante empleador, la abadía ejerce un impacto positivo en la capacidad de retención de la población del asentamiento, al ofrecer empleo a los residentes locales, y también contribuye al crecimiento de la población, al atraer a un gran número de profesionales altamente calificados que eligen establecerse en la región.

En el mismo sentido, Algassim *et al*. (2022) han estudiado el desarrollo turístico de Al-Juhfa, un pequeño pueblo ubicado cerca de la ciudad de Rabigh, entre La Meca y Medina en Arabia Saudita. Sus resultados muestran que las actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico son positivas en general, ya que los residentes reciben beneficios económicos, sociales y ambientales. En particulares los residentes consideran que el turismo empodera a los habitantes desde el punto de vista económico y refuerza la religiosidad de la comunidad.

Desde la perspectiva del turismo religioso islámico, diversos autores (*v.gr.* Nurhidayati y Rashid, 2019; Mashuri, 2020; Wahyuni y Rahmawati, 2021) han destacado las oportunidades para los destinos que ofrece el desarrollo de infraestructuras aptas para acoger turismo *Halal* (Ekka, 2023). Nurhidayati y Rashid (2019) estudian el caso de la isla Santen en Banyuwangi (Indonesia), la cual propone "playas de la Sharia", es decir, balnearios respetuosos con las leyes y prácticas islámicas. Los resultados muestran que la implementación de esta medida para el turismo *Halal*, podría coadyuvar el desarrollo de la isla como destino turístico.

La segunda posición, opuesta a la anterior, se centra en los efectos negativos que el turismo religioso puede causar en el entorno en el cual se desarrolla, pues los sitios de interés religioso y, más todavía, los centros de peregrinación, son elementos importantes de la estructura espacial de las ciudades y, al mismo tiempo, factores que influyen en sus transformaciones.

Sołjan y Liro (2021), analizaron veintiséis santuarios católicos populares en Europa (Altötting, Assisi, Bardo, Czestochowa, Einsideln, Fatima, Kalwaria Wejherowska, Kalwaria Zebrzydowska, Kevelaer, Knock, Cracow, Lewocza, Loreto, Lourdes, Mariazell, Padua, París, Pompeya, Roma, San Giovanni Rotondo, Santiago de Compostela, Siracusa, Tuchow y Zakopane), destacando la influencia del santuario en el espacio de la ciudad en las escalas macro, meso y micro. Los autores proponen una definición de zona de servicio de santuario y desarrollan un interesante modelo para los diferentes tipos de zonas: zonas iniciales (ligeramente desarrolladas), zonas dispersas (integradas al espacio urbano, con su función de peregrinación coexistiendo con otras funciones urbanas) y zonas compactas. De este modo, los autores concluyen que el desarrollo de las zonas de servicio del santuario depende principalmente del rango del centro de peregrinación, así como del período en el que se fundó, las tradiciones de peregrinación y la ubicación del centro de peregrinación en la ciudad.

Giumbelli (2019), por su parte, aborda la cuestión del turismo religioso y las controversias en torno a la construcción de nuevos monumentos religiosos en ciudades brasileñas. Partiendo del hecho que el Ministerio de Turismo de Brasil recientemente hizo un llamado a todas las ciudades con el objetivo de fortalecer el turismo religioso, el autor destaca cómo esta convocatoria esconde una estrategia del catolicismo de mantener su hegemonía en un momento en que la presencia de otros grupos religiosos está aumentando en Brasil. Este estudio se centra en el caso de la localidad brasileña de Imbituba, donde se está construyendo sobre una colina un monumento católico de 46 m de altura. La respuesta del municipio a las protestas de las comunidades evangélicas locales contra el monumento de Santa Paulina ha sido la construcción de otro monumento religioso. Este segundo monumento, situado en el centro de

la ciudad, representa una Biblia. En este sentido el autor subraya cómo el turismo religioso se puede convertir en un arma para revindicar la identidad de una creencia en detrimento de la diversidad religiosa.

En la misma línea, Fattah y Eddy (2020) ponen en evidencia cómo los estudios existentes sobre el turismo islámico no consideran una forma particular de práctica islámica: el sufismo (*tasawwuf*) o misticismo islámico. Las percepciones de los jeques sufíes hacia los visitantes de sus lugares sagrados siguen siendo poco investigadas, a pesar de la existencia de los sitios religiosos sufíes en varios países africanos y asiáticos, visitados tanto por turistas musulmanes, como por viajeros de otras religiones. Aunque una serie de estudios examinan la relación entre anfitrión y huésped en diferentes sitios sagrados de diversas religiones, el interés académico sobre cómo el turismo y los turistas son percibidos en un contexto islámico, particularmente islámico sufí, no ha sido suficientemente abordado.

Por otro lado, en el arco temporal analizado el concepto de sostenibilidad aparece de forma recurrente en la literatura emergente. Los trabajos que se centran en este aspecto parten de la premisa que el turismo religioso, en particular, las peregrinaciones masivas (Ilhan Ozturk *et al*., 2022), como cualquier otra forma de turismo, deberían contribuir al crecimiento sostenible y al mismo tiempo ayudar a preservar los recursos naturales, el patrimonio cultural, así como los valores tradicionales de las comunidades, asegurando así el desarrollo a largo plazo de beneficios económicos y sociales (Shinde y Olsen, 2023).

Romanelli *et al.* (2021), centrándose en las peregrinaciones del Camino de Santiago de Compostela y la de la *Vía Francígena* como destinos turísticos religiosos que contribuyen al desarrollo social y a la sostenibilidad económica de las economías locales, concluyen que en ambos casos (salvando las importantes diferencias), el turismo religioso ayuda a revitalizar espacios desurbanizados y lugares semiabandonados, promoviendo un crecimiento sostenible.

Centrándose en la sostenibilidad cultural, Prasad y Dixit (2023), concluyeron que el turismo religioso sostenible está preservando de la extinción muchas formas de arte de Kerala (India), asociadas con la mitología hindú.

Fanny Urien-Lefranc (2020), por su parte, examinando el interesante caso de los samaritanos en Israel, concluye que el turismo ha llevado a esta comunidad a una suerte de denominaciones de origen, principalmente a través del etiquetado de productos presentados como típicamente samaritanos (recetas de cocina, matsôt, vino, etc.), a través de la cual los samaritanos se han apropiado de las herramientas del mundo globalizado, transformando el fenómeno del turismo religioso en una oportunidad para proteger su patrimonio cultural.

Asimismo, el estudio de caso de Wang (2022) reveló que el valor del servicio, la experiencia espiritual, pero también la percepción de sostenibilidad, afectan significativamente la confianza y la reputación de la marca turística de los cien sitios religiosos más visitados de Taiwán.

4.2.3. El trend emergente: los efectos de la pandemia

Tras la pandemia de Covid-19 un número creciente de investigaciones se han dedicado a medir los efectos del coronavirus en el sector del turismo religioso. Varios de estos trabajos se han basado en estudios de caso que han abordado las características y el desarrollo de experiencias concretas.

Por ejemplo, Mróz (2021) analiza la influencia de la pandemia en el turismo religioso y las procesiones en los principales lugares de peregrinación católica en Europa (Santiago de Compostela, Lourdes, Częstochowa, Kraków-Łagiewniki y Wadowice), durante los seis primeros meses de la Covid-19 (marzo-septiembre de 2020), mostrando cómo el movimiento turístico y de peregrinación a los santuarios analizados se redujo en un 90-95% durante los seis primeros meses de la pandemia.

Además, entrevistando tanto a al personal de los santuarios como a los peregrinos, los resultados revelan cómo, por un lado, los guardianes de los santuarios y los organizadores de las peregrinaciones seguían el principio primordial de garantizar la seguridad de los peregrinos durante el viaje; mientras que, por otro lado, animaban a los peregrinos a profundizar sus lazos con el santuario mediante la participación en servicios y oraciones en línea, y a realizar peregrinaciones espirituales y virtuales.

En la misma línea, el estudio de Prasetio *et al*. (2022) analizó el impacto de la pandemia en el turismo religioso entre los musulmanes de Iraq, especialmente, en las ciudades de Karbala, Nayaf, Kufa, Samarra y Kazemi, lugares que reciben un turismo exclusivamente de tipo religioso al estar relacionados con la vida de importantes imanes. A través de entrevistas a 4.500 gerentes y empleados de restaurantes, hoteles, y sitios de restauración situados los alrededores de los santuarios sagrados, el estudio muestra cómo estos lugares han experimentado un descenso en el número de turistas religiosos. Además, los investigadores describen los efectos económicos de estas pérdidas.

Otros estudios se han centrado más en medir cómo los cambios causados por la pandemia han sido percibidos por los turistas, llegando a la conclusión común que, especialmente, en el ámbito del turismo religioso, los visitantes parecen acoger favorablemente las medidas de protección, pero no tienen intención de dejar de viajar (Tsironis *et al*. 2022).

Asimismo, Li-Pin y Wen-Kai (2022), examinando el impacto de la pandemia sobre el peregrinaje Daja Matsu, que aparece en la lista representativa de UNESCO de Patrimonio Cultural Intangible y representa uno de los eventos religiosos más influyente de Taiwán, destacan cómo la resiliencia desarrollada al asistir a la peregrinación en tiempos de pandemia tenía efectos directos significativos en el bienestar de los asistentes.

En general, todos estos estudios concuerdan en el hecho que la pandemia ha constituido un reto global para todos los agentes del turismo. En los próximos años será primordial comprender mejor los factores clave del repunte de la peregrinación (Supriadi *et al*., 2022). En particular, el acervo de autores e investigaciones parecen reconocer que, si bien históricamente las reuniones religiosas masivas han estado vinculadas a la transmisión y propagación de enfermedades, la amenaza de que los peregrinos se infecten durante la peregrinación no ha sido históricamente un inhibidor de la movilidad religiosa. De hecho, la demanda de peregrinaciones parece aumentar en tiempos de dificultades e incertidumbre. En este sentido, tanto la administración pública, como los gestores de sitios de interés religioso, tienen el reto planificar las celebraciones religiosas y las peregrinaciones en el mundo post-pandémico respetando las medidas necesarias para evitar cualquier riesgo sanitario (*v.gr.* Mróz, 2021; Li-Pin y Wen-Kai, 2022; Séraphin y Jarraud, 2022).

Estos estudios también han subrayado cómo la pandemia ha obligado a los actores involucrados en el turismo religioso a implementar innovaciones basadas en las TIC. Investigando el caso del Santuario de Lourdes (Francia), los investigadores Séraphin y Jarraud (2022) han detectado que la celebración en línea de ciertos acontecimientos, como las misas, no ha afectado negativamente a la dimensión tradicional de la peregrinación, ni a la satisfacción de los asistentes.

Qiu *et al*. (2021), de la misma forma, partiendo de la premisa que la retransmisión en directo puede reducir las pérdidas en el sector turístico asociadas a las restricciones de viaje durante la pandemia de COVID-19, y tomando a China como caso de estudio, examinaron las prácticas turísticas relacionadas con la retransmisión en directo, revelando que el contenido en vivo evocó principalmente emociones positivas.

4.2.4. Innovación y comunicación: la asignatura pendiente

La literatura sobre la comunicación digital de los destinos religiosos es todavía escasa a pesar de que muchos destinos religiosos utilizan las TIC para promocionarse, transmitir eventos y peregrinaciones, realizar reservas y logísticas de viaje, entre otras cuestiones.

Mas allá de las investigaciones referenciadas sobre la virtualidad durante la pandemia de Covid-19, se detecta un aumento de trabajos específicos sobre turismo *Halal* que analizan como las TIC, y en particular la inteligencia artificial (IA), pueden ayudar a los turistas islámicos en su planificación de viaje. En particular el concepto de *Smart Tourism*, la relación entre las tecnologías basadas en la IA y las experiencias turísticas adaptadas a los musulmanes resulta particularmente rentable (Battour *et al*., 2023).

Martín *et al*. (2020) analizan los servicios en línea adaptados a los musulmanes que ofrecen diferentes destinos, desvelando cómo estas plataformas son las más importantes para que un destino resulte verdaderamente adaptado a sus necesidades.

Sin embargo, y a pesar que diversos estudios reconozcan la importancia de las páginas webs (Cervi *et al*., 2023) y las redes sociales en la comunicación de los sitios turísticos (Pino *et al*., 2019), solo dos artículos de los 500 analizados para la presente investigación están enteramente dedicados a este tema. El trabajo de Tejedor *et al.* (2023) sobre las páginas webs de las catedrales más visitadas en el mundo ha destacado que es necesaria una reconsideración de las formas tradicionales de difusión del patrimonio cultural y religioso a partir de la gestión de sitios web más interactivos que permitan a sus usuarios vivir verdaderas experiencias inmersivas en sus recorridos virtuales.

Por su lado, Caber *et al*. (2021) examinaron las preferencias de uso de las redes sociales, las motivaciones para compartir experiencias de viaje, teniendo como co-variables los datos demográficos entre los turistas que visitan el Vaticano, La Meca o Jerusalén. Los autores identificaron que las aplicaciones de mensajería instantánea son las plataformas más populares para todos los grupos religiosos y que la motivación para compartir experiencias en las redes sociales varía en función de la edad, la frecuencia de visita al destino, el nivel de religiosidad, y la experiencia de uso de las redes sociales.

5. Discusión y conclusiones

La presente investigación ha permitido confirmar que el turismo religioso es un tema de gran interés como destacan Kim, Kim y King (2020), con una tendencia de crecimiento ascendente desde que la revista *Annals of Tourism Research*, publicara un monográfico sobre este tema en 1992, en la línea de lo apuntado por Ohlan y Ohlan (2023).

El análisis desarrollado en el marco de esta investigación ha permitido, por un lado, individuar las temáticas más recurrentes. Dentro de ellas, el tema de sostenibilidad es un elemento destacado. Este ámbito, sin lugar a dudas, marcará la agenda de las futuras investigaciones en torno al turismo religioso. En particular, tal y como ya han evidenciado diversas investigaciones ajenas a las Ciencias Sociales (véase Ozturk *et al*, 2022), este tipo de turismo, al igual que otras formas de movilidad, no sólo contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero y a la acumulación de residuos, sino que también parece estar exenta de culpa en lo que respecta a la actual crisis medioambiental. En este sentido, resulta imprescindible que las Ciencias Sociales se interroguen sobre la sostenibilidad en el contexto de la peregrinación y del turismo religioso, y que inauguren una discusión sólida sobre si estas propuestas turísticas pueden estructurarse y gestionarse de una manera más sostenible.

En segundo lugar, y estrictamente relacionado con el tema de la sostenibilidad, la pandemia de Covid-19 ha dejado en evidencia la necesidad por parte de todos los *stakeholders* del turismo religioso de innovar y de implementar los beneficios que las TIC y la inteligencia artificial (IA) pueden ofrecer. En este contexto, la investigación multidisciplinaria resulta clave para orientar a los profesionales, por lo que una sinergia entre los estudiosos de *media* y comunicación, por un lado, y los informáticos por el otro, resulta imprescindible tanto para investigar nuevos caminos del marketing y promoción de destinos, como para explorar nuevas rutas, reales y virtuales, de turismo religioso.

Finalmente, recordando la Declaración de Belén de la OMT (OMT 2015), que anima a "desarrollar rutas de turismo religioso, peregrinaciones transfronterizas y redes de destinos de turismo como medios eficaces para fomentar el desarrollo y la integración regionales, los intercambios interculturales y el entendimiento, así como la autoeducación y el aprendizaje", es fundamental que las futuras investigaciones tomen en cuenta una perspectiva interreligiosa y que, en consecuencia, investiguen cómo el turismo religioso pueda convertirse en un instrumento para fomentar el –tan urgente– diálogo interreligioso e intercultural. En esta línea destaca el proyecto de investigación aplicada, titulado "Los caminos del encuentro. Cartografía de rutas temáticas para la recuperación del patrimonio histórico de las confesiones religiosas de España - Un viaje del ayer al hoy", que, financiado por la Fundación Pluralismo y Convivencia, ha tenido como objetivo principal producir una cartografía de rutas temáticas destinadas a la recreación de itinerarios culturales a partir del patrimonio histórico de las confesiones religiosas y comunidades del territorio peninsular. La iniciativa parte de una concepción del viaje como una herramienta de gran valor para fomentar el conocimiento y la divulgación de la riqueza histórica e interreligiosa del territorio peninsular a partir del diálogo entre confesiones religiosas. Con relación a ello, y en virtud de los resultados del estudio, es posible concluir que el turismo religioso demanda de una redefinición conceptual o, al menos, de una revisión terminológica que adecue su acepción y su alcance a las nuevas particularidades del escenario social, económico, tecnológico y a las características de la cultura viajera.

Partiendo de lo anterior, la investigación sobre el turismo religioso, como objeto de estudio, demanda de aproximaciones metodológicas y enfoques investigativos que apuesten por el componente multidisciplinar. De este modo, por tanto, se plantea la necesidad de definir e impulsar estudios desde diferentes áreas y ámbitos del conocimiento en aras, especialmente, de renovar las categorizaciones y las tipologías de clasificación convencionales. En este sentido, la presente investigación podría proyectarse en futuro trabajos que, desde un cariz exploratorio y propositivo, reformularan aspectos básicos en la conceptualización de la nueva cultura viajera. Además, se plantean la idoneidad de interrogar a los públicos más jóvenes, que han denotado su interés en el viaje desde una perspectiva experiencial, sobre sus gustos, sus preferencias y sus incertidumbres respecto al viaje en general, y al turismo religioso en particular. En esta línea, el desarrollo de estudios alrededor de las concepciones y prioridades de este tipo de viajeros será de utilidad para documentar si conocen qué es el turismo religioso y, por ende, cómo lo definen o entiende. Además, sería oportuno, potenciar el trabajo alrededor de la otredad y del diálogo intercultural aprovechando el potencial del turismo religioso. Esta línea de investigación invitaría igualmente, como se apuntó anteriormente, a una reflexión sobre nuevos relatos, formatos y productos turísticos desde un *storytelling* renovado y desde una mirada transversal y holística. Por último, se plantea la pertinencia de cartografiar los nuevos enclaves, festividades y/o rutas que dan forma a los destinos, caminos y lugares de un turismo religioso adaptado a los nuevos viajeros, contextos tecnológicos y prácticas turísticas.

Bibliografia

Abror, A., Wardi, Y., Trinanda, O, y Patrisia, D. 2019. The impact of halal tourism, customer engagement on satisfaction: moderating effect of religiosity. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 24*(7): 633-643.

Afifi, M.F., Mohsin, A., y Farouk, M. 2021. Halal hospitality goes global: challenges of (not) serving alcohol in an Islamic tourist destination: a case study of Egypt. *Tourism Critiques: Practice and Theory, 2*(2): 134-152.

Algassim, A. A., Saufi, A., Diswandi, D., y Scott, N. 2022. Residents' attitudes toward tourism development at Al-Juhfa, Saudi Arabia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 16*(1): 55-74.

Battour, M., Mady, K., Salaheldeen, M., Elsotouhy, M., Elbendary, I., y Boğan, E. 2023. AI-enabled technologies to assist Muslim tourists in Halal-friendly tourism. *Journal of Islamic Marketing, 14*(5): 1291-1309.

Bhalla, R., Chowdhary, N., y Ranjan, A. 2021. Spiritual tourism for psychotherapeutic healing post COVID-19. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 38*(8): 769-781.

Belhassen, Y., Caton, K. and Stewart, W.P. 2008. The search for authenticity in the pilgrim experience. *Annals of Tourism Research, 35*(3): 668-689.

Budovich, L.S. 2023. The impact of religious tourism on the economy and tourism industry. *HTS Theological Studies, 79*(1): 1-7.

Bunakov, O. A., Aslanova, D. K., Zaitseva, N. A., Larionova, A. A., Chudnovskiy, A. D., y Eidelman, B. M. 2019. Religious and halal tourism organization peculiarities in Muslim republics. *European Journal of Science and Theology, 15*(3): 85-96.

Buzinde, C. N. 2020. Theoretical linkages between well-being and tourism: The case of self-determination theory and spiritual tourism. *Annals of Tourism Research*, (83): 102920.

Cervi, L., Calvo, S. T., & Robledo-Dioses, K. 2023. Digital communication and the city. Analysis of the websites of the most visited cities in the world in the COVID-19 era. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81): 81-106.

Choe, J., y O'Regan, M. (2020). Faith manifest: Spiritual and mindfulness tourism in Chiang Mai, Thailand. *Religions, 11*(4): 177.

Collins-Kreiner, N. 2020. A review of research into religion and tourism launching the annals of tourism research curated collection on religion and tourism. *Annals of Tourism Research*, (82): 102892.

Das, A., Kondasani, R. K. R., y Deb, R. 2023. Religious tourism: a bibliometric and network analysis. *Tourism Review* (Ahead-of-Print).

Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., del Río-Rama, M.D.L.C., y Oliveira, C. 2018. Religious tourism and pilgrimage: bibliometric overview. *Religions, 9*(9): 249.

Ekka, P. M. 2023. Halal tourism beyond 2020: concepts, opportunities and future research directions. *Journal of Islamic Marketing* (Ahead-of-Print).

Fattah, A. A., y Eddy-U, M. 2020. What do Sufi Muslim leaders think about visitors at their sacred sites? A research need. *Tourism Review International, 23*(3-4): 165-171.

Fekete, D., Barkó, G. Á., Dömötör, M., y Czakó, K. 2023. Changing Tourism Trends of the Benedictine Abbey in Tihany: Best Practices of a Hungarian Monastic Community. *Religions, 14*(4): 435.

Giumbelli, E. 2019. Religious Tourism and Religious Monuments: The Politics of Religious Diversity in Brazil. *International Journal of Latin American Religions*, (3): 342–355 (2019).

Hassan, T., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., y Carvache-Franco, W. 2023. Sociodemographic relationships of motivations, satisfaction, and loyalty in religious tourism: A study of the pilgrimage to the city Mecca. *PLoS ONE, 18*(3): e0283720.

Huang, K. y Pearce, P. 2019. Visitors' perceptions of religious tourism destinations. *Journal of Destination Marketing and Management*, (14): 100371.

Huang, K., Pearce, P., Guo, Q., y Shen, S. 2020. Visitors' spiritual values and relevant influencing factors in religious tourism destinations. *International Journal of Tourism Research, 22*(3): 314-324.

Ilhan Ozturk, A.A., y Buket A. 2022. Investigating the nexus between CO2 emissions, economic growth, energy consumption and pilgrimage tourism in Saudi Arabia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 35*(1): 3083-3098.

Iliev, D. 2020. The evolution of religious tourism: concept, segmentation and development of new identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (45): 131-140.

Kim, B., Kim, S., y King, B. 2020. Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects. *Tourism Recreation Research, 45*(2): 185-203.

Li-Pin L., y Wen-Kai H. 2022. Exploring how perceived resilience and restoration affected the wellbeing of Matsu pilgrims during COVID-19. *Tourism Management*, (90): 104473.

Luz, N. 2020. Pilgrimage and religious tourism in Islam. *Annals of Tourism Research*, (82): 102915.

Martín J.C., Orden-Cruz C., y Zergane S. 2020. Islamic Finance and Halal Tourism: An Unexplored Bridge for Smart Specialization. *Sustainability, 12*(14): 5736.

Mashuri, I. 2020. Implementation of Sharia Compliance in The Halal Tourism Industry In Indonesia (A Study On Sharia Hotels And Beaches). *Prophetic Law Review, 2*(2): 200-220.

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., y Altman, D. G. 2009. Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *BMJ*, (339): b2535.

Mróz, F. 2021. The impact of COVID-19 on pilgrimages and religious tourism in Europe during the first six months of the pandemic. *Journal of Religion and Health, 60*(2): 625-645.

Nurhidayati, S. E., y Rashid, B. (2019). Sharia beach as an alternative attraction for Islamic tourism in Indonesia. *Revista Turismo Estudos e Práticas*, (8): 44-79.

Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., y Singh, P. 2023. Digital entrepreneurship research: a systematic review. *Journal of Business Research*, (156): 113507

Prasad, S. D., VT, B., y Dixit, S. K. 2023. Community Support for Religious Tourism: The Role of Place Image, Community Attachment and Overall Quality of Life. *Tourism, 71*(2): 13327461.

Prasetio, A. P., Tai, T. D., Opulencia, M. J. C., Abbas, M., El-Ebiary, Y. A. B., Abbas, S. F., ... y Iswanto, A. H. 2022. Impact of the COVID-19 pandemic on religious tourism amongst Muslims in Iraq. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies, 78*(4).

Pino, G., Peluso, A.M., Del Vecchio, P., Ndou, V. Passiante, G., y Guido, G. 2019. A methodological framework to assess social media strategies of event and destination management organizations. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 28*(2): 189-216.

Qiu, Q., Zuo, Y., y Zhang, M. 2021. Can Live Streaming Save the Tourism Industry from a Pandemic? A Study of Social Media. *ISPRS International Journal of Geo-Information, 10*(9), 595.

Rashid, A.G. 2018. Religious tourism–a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 1*(2): 150-167.

Riegel U., y Lindner, K. 2020. Visit motivation of tourists in church buildings: Amending the Phelan-Bauer-Lewalter scale for visit motivation by a religious dimension. *Rural Theology, 18*(1): 37-49.

Rinschede, G. 1992. Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research, 19*(1): 51-67.

Romanelli, M., Gazzola, P., Grechi, D., y Pollice, F. 2021. Towards a sustainability-oriented religious tourism. *Systems Research and Behavioral Science, 38*(3): 386-396.

Romero-Rodríguez, L.M., Tejedor, S., & Castillo-Abdul, B. 2021. From the Immediacy of the Cybermedia to the Need for Slow Journalism: Experiences from Ibero-America. *Journalism Practice, 16*(8): 1578-1596.

Scaffidi Abbate, C., y Di Nuovo, S. 2013. Motivation and personality traits for choosing religious tourism. A Research on the case of Medjugorje. *Current Issues in Tourism, 16*(5): 501-506.

Séraphin, H., y Jarraud, N. 2022. COVID-19: Impacts and perspectives for religious tourism events. The case of Lourdes Pilgrimages. *Journal of Convention & Event Tourism 23*(1): 15-40.

Shinde, K.A., y Olsen, D.H. 2023. Reframing the Intersections of Pilgrimage, Religious Tourism, and Sustainability. *Sustainability*, (15): 461.

Silva, F. M., Braga, J. L., Otón, M. P., y Borges, I. (2023). Pilgrimages on the Portuguese Way to Santiago de Compostela: Evolution and Motivations. *Religions, 14*(8): 1017.

Sołjan, I., & Liro, J. (2021). Religious Tourism's Impact on City Space: Service Zones around Sanctuaries. Religions, 12(3): 165.

Suban, S.A., Madhan, K., y Shagirbasha, S. 2021. A bibliometric analysis of halal and Islamic tourism. *International Hospitality Review, 37*(2): 219-242.

Supriadi, U., Dr., Islamy, M.R.F., Mr., Fuadin Mr, A., y Rahkman, M.A. 2022. Tourism and crisis: comparing the impacts of COVID-19 and natural disasters on the Hajj and Umrah industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 10*(3): 2.

Tejedor, S., Martínez, J., & Tusa, F. 2023. Análisis de los sitios webs de las catedrales de Europa: estructura, contenidos y estrategias comunicativas en la era pandémica. *Transinformação*, 35: e236868.

Urien-Lefranc, F. 2020. From Religious to Cultural and Back Again: Tourism Development, Heritage Revitalization, and Religious Transnationalizations among the Samaritans. *Religions, 11*(2): 86.

Wang, K.Y. 2022. Sustainable Tourism Development Based upon Visitors' Brand Trust: A Case of "100 Religious Attractions". *Sustainability*, (14): 1977.

Wahyuni, S., y Rahmawati R. 2021. Analysis of the Potential Sharia Tourism in West Nusa Tenggara. *Point of View Research Economic Development, 2*(2): 59-67.

Wilson, V. 2013. Research Methods: Systematic Reviews. *Evidence Based Library and Information Practice*, (8): 83–84.

Wu, C.H.J., y Mursid, A. 2020. Loyalty motivations for religious tourism: Indonesian Muslim travelers umrah participating in umrah pilgrimage to Mecca, Saudi Arabia. *Tourism Review, 75*(2): 466-478.

Yagmur, Y., Ehtiyar, R., y and Aksu, A. 2019. Evaluation of halal tourism in terms of bibliometric characteristics. *Journal of Islamic Marketing, 11*(6): 1601-1617.

Yang S., y & Libo Y. 2020. Who is Buddha? I am Buddha. —The motivations and experiences of Chinese young adults attending a Zen meditation camp in Taiwan. *Journal of Convention & Event Tourism, 21*(4): 263-282.

Notes

[1] El turismo *Halal* es una subcategoría de turismo dirigida a familias musulmanas que respetan de forma estrictas las normas de la *Sharia*, la ley islámica, y que por esta razón tienen necesidades alimentarias especiales. Por ejemplo, los hoteles en dichos destinos no sirven bebidas alcohólicas, deben tener piscinas, playas e instalaciones de spa separadas para hombres y mujeres, solo pueden servir comida *Halal* y deben contar con instalaciones para la oración en las habitaciones y en un salón común.

Recibido: *27/12/2023*
Reenviado: *09/01/2024*
Aceptado: *10/01/2024*
Sometido a evaluación por pares anónimos