

EL DESARROLLO TURÍSTICO EN JERUSALÉN: LA FRAGMENTADA CAPITAL MUNDIAL DEL TURISMO RELIGIOSO

TOURISM DEVELOPMENT IN JERUSALEM: THE FRAGMENTED RELIGIOUS TOURISM CAPITAL OF THE WORLD

Alberto Moreno-Melgarejo

Universidad Europea de Madrid, España

Ignacio Sariego-López

Escuela Universitaria de Turismo Altamira, España

Recibido: 25 de junio de 2019

Aceptado: 5 de setiembre de 2019

RESUMEN

Jerusalén lleva siglos atrayendo a creyentes de las tres grandes religiones monoteístas. Se ha erigido a lo largo de los siglos como la principal ciudad sagrada para un gran porcentaje de la población mundial. Actualmente atrae a cientos de miles de turistas internacionales cuya motivación principal es el turismo religioso y la visita de los lugares sagrados. Sin embargo, se trata de un destino muy expuesto a la controversia a consecuencia del conflicto palestino-israelí desde hace más de 70 años, y que sigue afectando a la imagen y a la competitividad del destino dentro del panorama internacional. En el presente artículo, analizamos las causas del porqué Jerusalén es considerada la capital del turismo religioso a nivel mundial, así como las posibilidades que el turismo ofrece como argumento estratégico para imponer una determinada narrativa histórica y un clima adecuado de convivencia entre las comunidades palestinas e israelíes.

Palabras clave: Jerusalén, Israel, Palestina, desarrollo turístico, turismo religioso.

ABSTRACT

Jerusalem has been attracting believers of the three great monotheistic religions for centuries. It has been built over the centuries as the main sacred city for a large percentage of the world's population. It currently attracts hundreds of thousands of international tourists whose main motivation is religious tourism and the visit of sacred places. However, it is a destination that is very exposed to the controversy as a result of the Palestinian-Israeli conflict for more than 70 years, and that continues to affect the image and competitiveness of the destination within the international scene. In this article, we analyze the causes of why Jerusalem is considered the capital

Este es un artículo Open Access bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0



of religious tourism worldwide, as well as the possibilities that tourism offers as a strategic argument to impose a specific historical narrative and an adequate climate of coexistence between Palestinian communities and Israelis

Keywords: Jerusalem, Israel, Palestine, tourism development, religious tourism.

Introducción

Jerusalén es una ciudad que evoca un sentido de lo sagrado, lo histórico y lo celestial, y ofrece una atracción única para personas de distintas religiones del mundo. Cuando la gente piensa en Jerusalén, no ve una ciudad moderna con su controversia política inherente, sino una ciudad bíblica, santa y profundamente religiosa. En la actualidad, es considerada una ciudad sagrada por tres de las mayores religiones monoteístas: el judaísmo, el cristianismo y el islam.

Ya desde tiempos inmemorables, Jerusalén ha ejercido una capacidad de atracción para muchas civilizaciones poderosas a lo largo de la historia, tales como los hebreos, asirios, babilonios, egipcios, griegos, romanos, persas, sarracenos, cruzados, mongoles, otomanos y, ya en el siglo XX, británicos, árabes y judíos quienes han luchado hasta la extenuidad por su control: no ha existido una gloria mayor que la conquista de la ciudad (Millgram, 1987). Nabucodonosor II, el emperador Tito, el califa Omar, el sultán Saladino, el caballero templario Godofredo de Bouillón o los propios papas de Roma que financiaban las Cruzadas, buscaban su gloria y reconocimiento en la historia asociando su nombre a la ciudad de Jerusalén.

El magnetismo de la ciudad también ha sido capaz de atraer fanáticos y excéntricos con diferentes grados de desajuste mental, especialmente hombres y mujeres que creen en la reencarnación de profetas, curas, mesías y reyes. Desde 1980, los psiquiatras de Jerusalén se han encontrado con un número cada vez mayor de turistas que, al llegar a Jerusalén, sufren algún tipo de síndrome psicótico agudo que ha sido identificado como síndrome de Jerusalén (Bar-el et al., 2000). Pero, los encantos de Jerusalén, también han sido capaces de atraer una enorme multitud de peregrinos y turistas para los que la ciudad y sus lugares sagrados están impregnados de encanto y misticismo.

La ciudad de Jerusalén fue declarada patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 1981, y en 1982, Jordania solicitó su inclusión en la Lista de Patrimonio de la Humanidad en Peligro, en la cual se encuentra hasta la actualidad (UNESCO, 2018). Los motivos alegados fueron la destrucción indiscriminada de lugares de culto, deterioro de monumentos por falta de mantenimiento, así como el desastroso impacto del turismo en la protección de sus recursos culturales históricos (UNESCO, 2018).

El turismo en Jerusalén ha tenido diferentes características a lo largo de su historia (Shachar & Shoval, 1999). Hasta la segunda mitad del siglo XIX, el turismo tomó la forma de peregrinaciones, llenando una función moral y espiritual para los visitantes. Desde los tiempos del protectorado británico, las comunidades de palestinos e israelíes han utilizado el turismo como elemento político para construir narrativas favorables a sus tesis. El conflicto palestino-israelí está permanentemente presente, haciendo de la gestión del destino una tarea muy

complicada y en la que ambas comunidades no trabajan de forma coordinada sino enfrentadas, a pesar del crecimiento continuado en los momentos en los que el conflicto político y social es de menor intensidad.

No obstante el conflicto que existe en la ciudad ha conseguido consolidarse como un exitoso destino, capaz de atraer turistas desde todos los rincones del mundo y transformarse en la capital mundial del turismo religioso.

En este estudio planteamos los siguientes objetivos:

- Analizar las razones que explican porqué Jerusalén es considerada la capital del turismo religioso a nivel mundial.
- Caracterizar el conflicto político entre Palestina e Israel, dando a conocer sus consecuencias derivadas a nivel turístico.
- Identificar las principales razones que condicionan su desarrollo como destino turístico.

Asimismo, se presenta como hipótesis validar que el conflicto político entre palestinos e israelíes condiciona el desarrollo turístico de Jerusalén.

Metodología

La investigación turística permite obtener nuevos conocimientos sobre la realidad de los destinos para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con finalidades prácticas, por lo que se optó por la investigación aplicada. Se ha empleado la observación asistemática, así como la revisión de fuentes secundarias; se incluye, también, el análisis estadístico descriptivo de datos secundarios que han permitido caracterizar el destino turístico de Jerusalén con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos y contrastar la hipótesis planteada. Al tratarse de un tema controvertido ha sido necesario tomar en consideración fuentes propalestinas y fuentes proisraelitas que nos permitieron abordar el tema objetivamente y sin sesgos ideológicos.

Marco de referencia

El marco de referencia del estudio está dividido en tres apartados: marco teórico, marco contextual y marco histórico. A partir de lo cual es posible caracterizar la compleja realidad turística del destino.

Marco teórico

En la actualidad el turismo no es entendido como un simple desplazamiento hacia un lugar donde existe un recurso, sino como una actividad más compleja y participativa, que debe contar con servicios y productos que permitan realizarlo (Moreno, Sariego, & Ávila, 2018). Entre todas las modalidades turísticas, destaca el turismo urbano y cultural, ambos íntimamente relacionados (McKercher & Du Cros, 2002). El turismo, la cultura y la comunidad urbana son fenómenos dependientes unos de los otros (Richards, 2007), y la combinación entre ambos hacen que este segmento sea fundamental para la industria turística (Smith, 2015), transformando el turismo cultural en una actividad capaz de atraer visitantes de alto nivel adquisitivo.

Sus orígenes se remontan a la época de las peregrinaciones religiosas, y es, desde la década de los 80 que esta tipología turística se encuentra en constante expansión (Ashworth & Page, 2011; Bramwell, 1998; De la Calle, 2001; Edwards, Griffin, & Hayllar, 2008; Law, 2002; Maitland & Newman, 2014). En la actualidad, este fenómeno ha derivado en visitas a lugares arqueológicos y monumentales, hitos históricos, espacios con una arquitectura única, actuaciones y festivales, costumbres gastronómicas y tradiciones locales, entre otras motivaciones. Las tendencias del turismo mundial como la creciente movilidad y la diversificación de las opciones de alojamiento, continúan estimulando el desarrollo de la demanda por esta modalidad turística (World Tourism Organization - UNWTO, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, & NHL Stenden University of Applied Sciences, 2018).

No es sorprendente que numerosas ciudades y pequeñas urbes ofrezcan un amplio rango de atractivos turísticos culturales a sus visitantes. Es un hecho que, actualmente, la gran parte de los destinos turísticos urbanos en el mundo presentan sus estructuras y equipamientos culturales como uno de sus principales atractivos para todo tipo de visitantes (Reisinger, 2009). Este turismo cultural cada vez es más importante y por él compiten los distintos destinos turísticos entre sí.

El turismo en los entornos urbanos es un fenómeno extremadamente diverso por la heterogeneidad de las ciudades: tamaño, localización, funcionalidad y patrimonio, por su dotación de servicios y por las características socioculturales de los ciudadanos que las habitan (Shaw & Williams, 2002). Esta diversidad permite un creciente interés del mercado turístico por la cultura, a partir de una oferta turística educativa y de entretenimiento.

En torno a este principio básico los planes de desarrollo turístico son guías de acción sectorial, fundamentales como soporte justificativo de la política turística que se pretenda adoptar (Rivas & Magadán, 2012). Ciudades históricas y turismo cultural no son, en verdad, realidades equivalentes y el incremento en la afluencia de visitantes es un gran reto que se debe gestionar (De la Calle, 2001). Para avanzar en esta dirección es necesario entender el patrimonio de forma unitaria y planificarlo, y gestionarlo en clave de «sistema patrimonial territorial», integrando el patrimonio natural, el cultural y paisajístico (Troitiño, 2019). En este sentido, los bienes culturales y los hechos culturales deben entenderse como recursos para el desarrollo que solo se pueden proteger y utilizar racionalmente cuando se integren a los procesos de planificación en general (Martorell, 2017), cuestión fundamental que es abordada en esta investigación.

Marco contextual: el conflicto palestino-israelí en la no-ciudad

La realidad política de la ciudad tiene consecuencias directas en la estructuración de su oferta turística, así como en los procesos de desarrollo de este sector estratégico para ambas comunidades. Según Calame y Charlesworth (2012), Jerusalén, al igual que Belfast, Nicosia, Mostar o Beirut, puede considerarse una de las ciudades más conflictivas del planeta. Khalidi (2000) sostiene que Jerusalén probablemente contiene la historia más feroz del mundo, mientras que Gordon (1991) muestra cómo Koestler –historiador, político y filósofo activista judío– determina que ninguna otra ciudad ha producido tanta muerte, abuso y miseria.

Para Margalit (2018) en un espacio reducido de 124 km² rivalizan tres sistemas culturales inherentemente incompatibles y enajenados: el judío-laico, el judío-religioso y el árabe. Según este mismo autor, el Consejo Municipal

de la ciudad es el fiel reflejo de su anomalía. En una ciudad donde la relación demográfica, aproximadamente, es de 60% de israelíes y 40% de palestinos, todos los miembros del dicho Consejo son judíos, mientras que la población palestina no está representada en el órgano de gobierno de la ciudad. Dicha falta de representatividad genera un sistema político de etnocracia, o lo que es lo mismo, democracia exclusiva para israelíes.

De hecho, la ciudad es un laboratorio de segregación urbana que queda evidenciado en el sistema educativo, en los transportes y en el sistema económico, en el que funcionan dos sistemas desconectados. El estatus legal de los habitantes de Jerusalén es diferente para ambas comunidades: los israelíes son considerados ciudadanos de pleno derecho, pero los palestinos son considerados residentes, o ciudadanos de segunda clase, que cumplen con sus obligaciones fiscales sin tener una contraprestación en la misma medida. Por tanto, mientras que el colectivo israelí es hegemónico, privilegiado, predominante y avasallador, el palestino es residual, subordinado y marginal (Margalit, 2018).

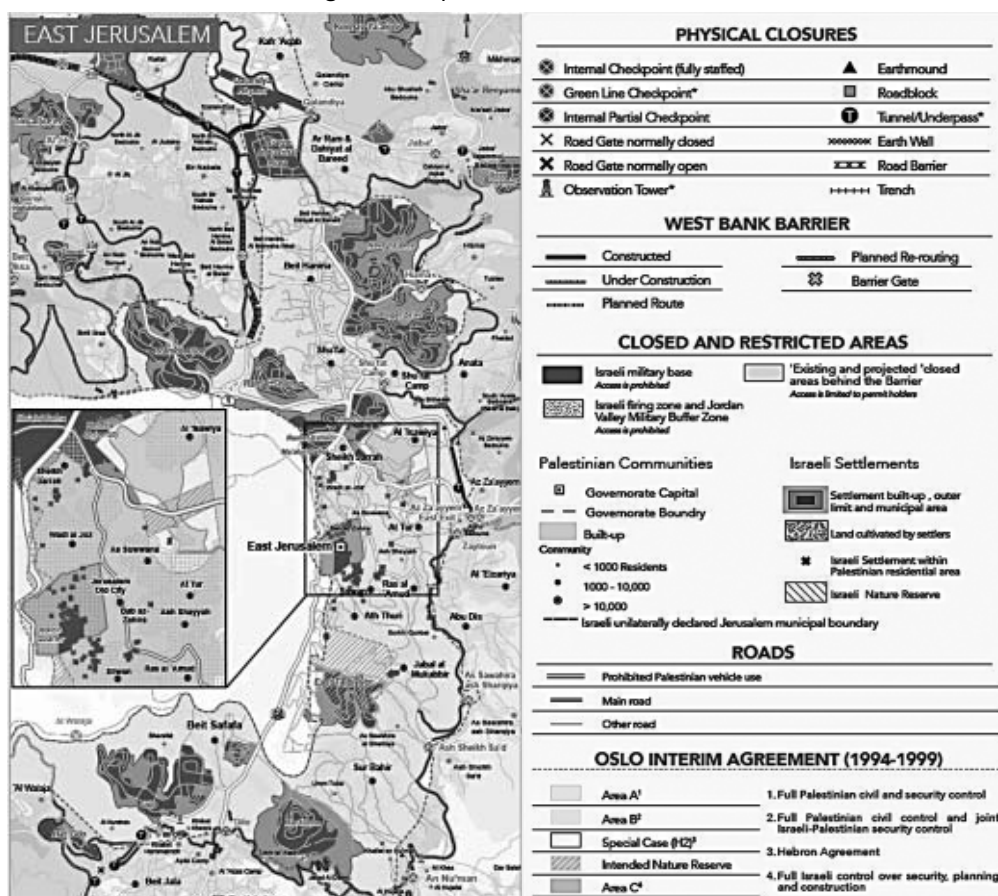
Resulta evidente que esta situación anómala tenga incidencias directas en la gestión del destino turístico que conforma la ciudad. De hecho, técnicamente la ciudad está dividida en dos zonas: Jerusalén Oeste, considerada capital para los propios israelitas desde 1980, y sede de la Knesset (Parlamento) que quedó bajo control israelí de manera oficial en 1948; y Jerusalén Este, anexionada de facto tras la Guerra de los Seis Días de 1967, es considerado un territorio ocupado según la resolución del Consejo de Seguridad 2334 (2016) que reafirma las resoluciones 242 (1967), 338 (1973), 446 (1979), 452 (1979), 465 (1980), 476 (1980), 478 (1980), 1397 (2002), 1515 (2003) y 1850 (2008).

Esta situación de ocupación constituye un axioma de base, en la que se fundamenta el todo y resulta ser el marco de referencia para entender las dinámicas socioeconómicas y también turísticas de la ciudad. «Al igual que una cicatriz profunda que deja una marca indeleble en el cuerpo, la ocupación atraviesa Jerusalén como una herida insondable» (Margalit, 2018, p. 33). La ley internacional es muy clara en este punto: Jerusalén Este ha sido conquistada en junio de 1967 y su estatus no ha cambiado desde entonces. Desde esta perspectiva, Jerusalén comparte con la tradicional ciudad colonial de principios del siglo XX las mismas características operativas del sistema imperialista (Cohen, 1973).

En la Figura 1 se puede observar con nitidez la estrategia de aislamiento que el gobierno israelí está ejerciendo desde hace años sobre Jerusalén Este. La construcción del muro, en contra de la legalidad internacional sin respetar los límites geográficos de Jerusalén Este ni de Cisjordania, acordados en el armisticio árabe israelí de 1949 también denominado Línea Verde, hace vislumbrar la estrategia de asentamientos en territorios ocupados. Dichos asentamientos tienen por objetivo aislar cada vez más a Jerusalén Oriental del resto de Cisjordania para crear un cinturón metropolitano exclusivamente de población judía.

En este contexto, el turismo ha demostrado ser un instrumento importante de cohesión en la configuración de imágenes territoriales relacionadas con Palestina e Israel. La política desempeña un papel importante para un número creciente de visitantes, israelíes y de otro tipo, que han ido llegando a Jerusalén en los últimos años. El turismo con orientación política incluye excursiones organizadas a lugares relacionados con el conflicto israelí-palestino, que a menudo se aprovecha para propagar programas políticos partidistas en esta ciudad de gran importancia religiosa y espiritual (Brin, 2006).

Figura 1. Mapa de Jerusalén Oriental.



Fuente: Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos - ACNUDH (2014).

Marco histórico: la capital espiritual de cristianos, judíos y musulmanes

Una vez descrito brevemente el conflicto político territorial inherente al desarrollo turístico del destino, el siguiente paso es comprender las razones por las que Jerusalén se erige como la capital espiritual de cristianos, judíos y musulmanes.

Cristianismo, islam y judaísmo son religiones abrahámicas. Las tres religiones se remontan a la palabra del profeta Abraham; por ello, se dice a menudo que el cristianismo, el islam y el judaísmo constituyen las tres religiones de la Gente del Libro (Ferrer, 2006). No es difícil sospechar, por ende, que dichas coincidencias teológicas hayan hecho confluír en una coincidencia geográfica de eventos que quedan recogidos en el Antiguo Testamento, reconocido como escrituras sagradas para las tres religiones.

El Monte del Templo, también denominado explanada de las mezquitas (Figura 2), ha permanecido reconocido en el mismo lugar por los judíos durante más de 3000 años y por los musulmanes durante más de 1300 años. Sin duda, el lugar que genera más controversia al considerarse sagrado por musulmanes y judíos. Según la

tradición judía, en este espacio actualmente ocupado por la mezquita Al-Aqsa y la Cúpula de la Roca como se observa en la imagen, estuvieron erigidos los dos Templos Sagrados de Jerusalén descritos en el Antiguo Testamento.

Figura 2. Monte del Templo o Explanada de las mezquitas.



Fuente: Pixabay (s.f.).

Igualmente, los lugares de la crucifixión y resurrección de Jesucristo han permanecido inmutables en su localización en los últimos 2000 años, según Millgram (1987). Este mismo autor señala que un aura de santidad ha estado sobrevolando siempre la ciudad de Jerusalén. A lo largo de la historia, los visitantes han llegado a la ciudad cada uno con sus creencias particulares y entre todos han contribuido a crear este lugar sagrado. Para todos ellos ha sido la primera y más santa ciudad, denominada por los judíos como *Ha-Kodesh* (la Ciudad Santa), los musulmanes la han denominado *El Kuds*, expresión con idéntico significado a la denominación hebrea, y los cristianos la han denominado como *Terra Sancta*, la Tierra Santa donde se localiza el sepulcro de Jesús (Figura 3).

Figura 3. Mapa de la ciudad vieja de Jerusalén.



Fuente: Agence France-Presse (s.f.).

En la actualidad existen más de 2168 millones de cristianos, más de 1600 millones de musulmanes y casi 14 millones de judíos en el mundo. Por lo tanto, Jerusalén es considerada Ciudad Santa para miles de millones de personas que representan en total el 54.8% de la población mundial (Pew Research Center, 2015).

Sin embargo, cada una de las religiones tiene sus particularidades a la hora de considerar la ciudad como un lugar santo, circunstancia que diferencia las distintas dinámicas de flujos turísticos dentro del destino.

Para el judaísmo, el principal sitio sagrado en su religión es el Templo de Jerusalén, construido en primera instancia por Salomón y destruido por Nabucodonosor II en el 587 a. C., y en segunda instancia, reconstruido y ampliado por Herodes y destruido por los romanos en el año 70 d. C. Actualmente queda un resto de la terraza oeste del templo conocido como Muro de las Lamentaciones, considerado el lugar más sagrado del judaísmo (Iheanacho, 2015).

Para los musulmanes Jerusalén es un lugar sagrado debido a que es el hogar de profetas como Ibrahim (Abraham), Zakaiyya, Isa (Jesús), Suleiman (Salomón), David (Dawoud), José (Yusuf), Jacob (Yaqoub) (Badaruddin & Jafar, 2011). Jerusalén es el centro básico y clave para la peregrinación en la que se encuentra localizada la mezquita de Al-Aqsa, que fue la primera Qibla (actualmente es La Meca) en el Islam, y es el tercer santuario sagrado del Islam después de La Meca y Medina. Desde la actual explanada de las mezquitas de Jerusalén, el profeta Mahoma ascendió al paraíso, como se menciona en el Corán. Además, Mahoma dijo que todos los musulmanes tienen el deber de orar en la mezquita de Al-Aqsa porque cada oración equivale a 500 de ellas.

Para los cristianos, el interés procede fundamentalmente de los evangelios que integran el Nuevo Testamento y coincide con los lugares históricos en los que se desarrolló la vida de su mesías redentor: Jesús de Nazaret. En Jerusalén encontramos las 14 estaciones del Vía Crucis entre las que se encuentran el Santo Sepulcro y el Calvario, así como otras estancias claves en la vida de Jesús, como el cenáculo o el Getsemaní, y en la vida de la Virgen María, como el lugar de su nacimiento y su sepulcro. Cabe destacar que la iglesia del Santo Sepulcro está bajo la custodia compartida de los ortodoxos griegos, los armenios apostólicos, los católicos romanos y, en menor medida, por los ortodoxos coptos, sirios y etíopes.

Por su parte, los protestantes, incluidos los anglicanos, prefieren el jardín de la Tumba como un lugar más evocativo para conmemorar la muerte y resurrección de Jesús. Todo ello nos da una idea de la sacralidad de los lugares para todos los cristianos en el concepto amplio del término. Hace más de 800 años, San Francisco de Asís constituyó la Custodia de Tierra Santa para los católicos romanos que se han ocupado de la investigación y preservación de lugares considerados bíblicos, contribuyendo a facilitar la peregrinación de los cristianos católicos a la ciudad hasta la actualidad.

El respeto y el equilibrio de los cristianos con las otras dos religiones ha sido relativamente sencillo de mantener. El problema se establece entre musulmanes y judíos, ya que sus lugares más sagrados coinciden geográficamente en el mismo punto de la ciudad. Además, según la tradición judía la construcción del tercer templo sucederá y cuentan con *lobbies* de presión que trabajan para que esto ocurra cuanto antes. Por ejemplo, el Instituto del

Templo está dedicado a la investigación y divulgación de los dos Templos de Jerusalén y lleva años planeando la construcción del Tercer Templo exactamente en el mismo lugar (The Temple Institute, s.f.). La polémica está lejos de cesar y una escalada de tensiones entre ambas religiones puede producirse en cualquier momento.

El turismo religioso como principal propuesta de venta del destino

Desde hace muchos siglos, Jerusalén se considera un destino religioso y de peregrinaciones referente para los seguidores cristianos, judíos y musulmanes. Por este motivo, este territorio se puede considerar uno de los destinos turísticos más antiguos del mundo, y que mantiene su capacidad de atracción en la actualidad para cientos de miles de visitantes. Desde que los seres humanos existen, han estado interesados en viajar.

Actualmente, el turismo religioso se ha convertido en uno de los segmentos con más rápido crecimiento de la industria turística. La Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que 300 millones de turistas extranjeros visitan los principales lugares religiosos del mundo cada año, lo que representa una cuarta parte del total de llegadas de turistas internacionales. Además, también calcula que anualmente se realizan 600 millones de viajes religiosos a destinos nacionales e internacionales (OMT, 2016).

Según la OMT (2016), el crecimiento en este tipo de turismo posee un potencial sin precedentes para fomentar un desarrollo sostenible e inclusivo generando empleos, desarrollando infraestructuras, atrayendo inversiones y estimulando la cultura, la artesanía y la gastronomía locales. Esto no solo ayuda a las comunidades a valorar su singularidad cultural y religiosa potenciando el orgullo de pertenencia y la autoestima, sino que puede aumentar la posibilidad de desarrollo económico y construir las bases para la paz. El turismo religioso, a pesar de los factores negativos que le rodean como el terrorismo, racismo o fundamentalismo, constituye un vector de entendimiento recíproco de paz, desarrollo económico y beneficio político para un territorio (Trono, 2015), alentando el diálogo intercultural e interreligioso. Los valores comunes de tolerancia y coexistencia pueden ser compartidos y promovidos junto a los principios básicos de la peregrinación, relacionados con la acogida al prójimo, la apertura y la bienvenida al forastero.

Como lo señalan Roberts y Hall (2001, p. 129) viajar por placer es un concepto insuficiente para explicar las motivaciones de los turistas. La visita a lugares sagrados ayuda a las personas a validar y a reafirmar sus creencias, ya que los personajes en los que creen son personas presumiblemente reales que vivieron en nuestro mundo, en otros tiempos. Hoy en día, hay miles de lugares sagrados de todo tipo en todo el mundo que tienen atracciones suficientes para desarrollar y provocar movimientos entre la población. Esos lugares sagrados tienen significados diferentes para cada grupo de personas (cultural, religioso, místico, etc.), según el objetivo del viaje (Iheanacho, 2015). De esta manera, el turismo religioso, como fenómeno social y económico, ha cobrado interés entre académicos y empresarios por las dinámicas que genera en las comunidades receptoras de visitantes. Para los primeros, el interés radica en el estudio de las motivaciones, intereses y necesidades espirituales o culturales que parecen haber despertado los centros religiosos; para los segundos, por el impacto económico y las oportunidades de rentas adicionales que generan los visitantes, creando nuevas oportunidades de negocios y fuentes de ingresos y empleo para las comunidades aledañas (Tobón & Tobón, 2013).

La especialización en ofertas de ocio, como el turismo religioso, profundiza en la diversificación y diferenciación de un territorio, permitiendo el distanciamiento de la imagen de los destinos estandarizados (Baños, 2014, p. 84). Además, la tematización de los destinos –originalmente religiosos– permite el desarrollo de numerosas iniciativas de ocio, por ejemplo, el Camino de Santiago se presenta como un producto turístico atractivo para diferentes segmentos de mercado con diferentes motivaciones a la religiosa espiritual, como la gastronómica, la enológica, la rural, la deportiva, la ecuestre y la universitaria, entre otras.

La extensa investigación académica sobre la peregrinación y el turismo indica claramente que no puede existir una distinción entre las dos tipologías de viaje, por lo que persiste la idea de que la peregrinación y el turismo no son simplemente diferentes sino, en muchos sentidos, incluso opuestos (Norman & Cusack, 2014). Al menos en parte, la supuesta simplicidad de los viajes religiosos surgió de la adopción generalizada de la dicotomía durkheimiana de lo sagrado contra lo profano. La religión, y todo lo asociado con ella, era sagrado; la vida cotidiana, en todas sus formas, era profana. Así la peregrinación dentro del contexto de las tradiciones religiosas formales e institucionalizadas era ‘sagrado’, y todas las demás formas de viajes eran profanas, incluso en los casos en que las motivaciones de los viajeros puedan ser identificables como espirituales, o los sitios visitados por personas «seculares» que eran en sí mismos sagrados para alguna religión, por ejemplo, las catedrales góticas de Europa, o el complejo de Angkor en Camboya.

No obstante, hoy en día el turismo religioso y de peregrinación es un fenómeno social que requiere la adecuación del patrimonio, tanto su preservación como la dotación de infraestructuras y servicios turísticos. Un buen ejemplo de ello está en la localidad francesa de Lourdes, cuyo censo no supera los 20 000 habitantes y tiene una capacidad hotelera de 35 000 plazas para dar acogida a los más de 5 millones de visitantes anuales (Millán, Morales, & Pérez, 2010).

Por otra parte, Chaspoul y Lunven (1993) establecen cuatro perspectivas de turismo religioso en función de la demanda: (1) la perspectiva espiritual, donde el turismo religioso es un medio para que el individuo pueda acercarse a Dios; (2) la perspectiva sociológica, en la que el turismo religioso es un medio para que el creyente pueda conocer mejor la historia del grupo religioso al que pertenece, y unir sus vínculos con la comunidad; (3) la perspectiva cultural, en la que la visita a los lugares de culto y santuarios es un medio para el individuo, tanto creyente y no creyente, para entender las religiones presentes en las sociedades desde un punto de vista histórico, sociológico, simbólico, etnológico, cultural e incluso desde un punto de vista político; (4) la perspectiva geográfica, donde los responsables de los destinos de turismo religioso observan las modificaciones en los flujos de turistas y tratan de ir adaptándose a la evolución del mercado de turismo, y por último, cuando el turismo religioso forma parte del cultural, tanto material (el legado histórico monumental, de contrastado valor artístico) como inmaterial (desde valores a ritos). Esta visión implica, entre otras, dos perspectivas adicionales: sociológica, volcada en el conocimiento de la comunidad de credo; y cultural, para entender la propia religión; con ambas se incrementa el número de turistas y visitantes (Cebrián & García, 2014).

En el caso de Jerusalén se pueden identificar las cuatro perspectivas en función de la demanda, prevaleciendo más alguna de ella, de acuerdo a la propia religión del visitante. La perspectiva espiritual es evidente para las tres religiones, como está desarrollado en el marco histórico. La perspectiva sociológica, es esencial en este

destino y sobre ella se construyen las narrativas turísticas que se quiere transmitir a todos los visitantes, claramente apoyadas en la perspectiva cultural de la visita a los lugares de culto. En el siguiente apartado se ilustra, en mayor detalle, la perspectiva geográfica a partir de la caracterización de los flujos turísticos de visitantes al destino.

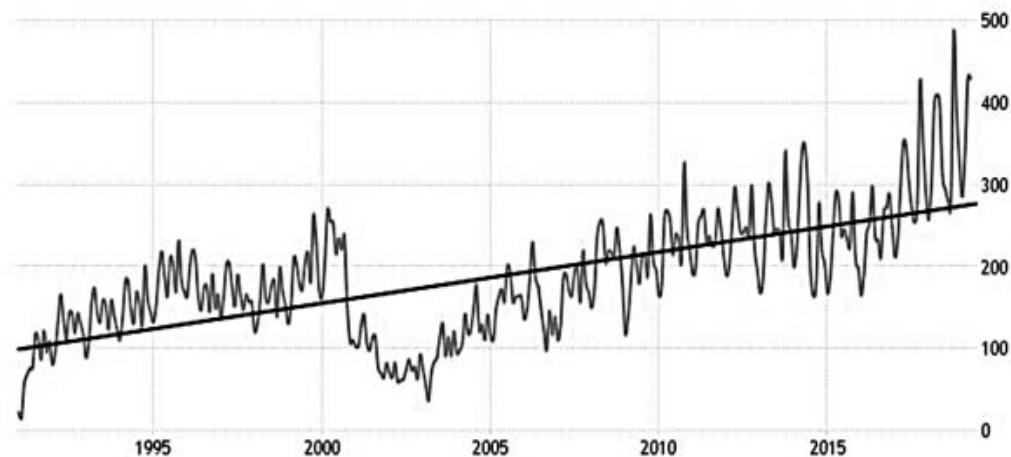
Jerusalén como destino turístico

Jerusalén es una ciudad con una naturaleza singular que tiene significado espiritual para las tres religiones; a la vez, es un destino turístico con una ubicación cuya realidad política es compleja. El carácter cultural y religioso, debido a ser la capital disputada por dos naciones, ha provocado una gran segmentación espacial por diferentes grupos, diferentes programas y diferentes actividades recreativas (Shachar & Shoval, 1999, p. 210). Jerusalén representa un destino esencial dentro de la oferta turística de Israel y atrae a visitantes de todo el mundo debido a su oferta cultural y religiosa única. Su condición de capital de Israel, aunque no reconocida por la mayor parte de la comunidad internacional, y su sacralidad para las tres religiones monoteístas, hacen única su oferta histórica, cultural y patrimonial.

A continuación, se presenta los datos turísticos nacionales de Israel, así como de su capital Jerusalén, debido a que aproximadamente el 80% de los turistas extranjeros la visitan en algún momento de su viaje; para ello, se toma como referencia la información oficial del Ministerio de Turismo de Israel (como se citó en Korach & Choshen, 2018).

Israel, pese a tratarse de un país pequeño, cuenta con diversos recursos turísticos, es de singularidad atractiva y evolución positiva con la llegada de turistas extranjeros. Después de superar un desplome entre 2013 y 2015, en 2018 se han alcanzado las mejores cifras de su historia, llegando a más de 4 millones de visitas y con una proyección ascendente gracias a la relativa estabilidad política y al fuerte impulso del marketing aplicado por las administraciones públicas y privadas (Figura 4).

Figura 4. Proyección de las visitas a Israel (1990-2019).



Fuente: Trading Economics (2019).

Como es de esperar, el origen de los visitantes extranjeros es variado, pero su número refleja una similar tendencia de crecimiento. La mayor cantidad de turistas procede del continente europeo; se convierte así en la principal fuente de visitantes al país, siendo más de la mitad de los extranjeros que recibe Israel. Además, la evolución de las visitas de los turistas europeos muestra un incremento al 41% desde 2016-2018 (Tabla 1).

Tabla 1
Llegada de turistas a Israel (excluyendo excursionistas y pasajeros de cruceros), según continente de origen (miles)

	2016	2017	2018	2018/2017	2018/2016
Asia	304,8	436,3	457,20	5%	50%
África	63,1	71,2	76,90	8%	22%
Europa	1.655,5	2.023,5	2.336,00	15%	41%
América	831,8	1.018,0	1.182,30	16%	42%
Oceanía	33,9	46,2	51,00	10%	50%
Desconocido	12,0	9,5	9,70	2%	-19%
Total	2.901,1	3.604,7	4.113,10	14%	42%

Fuente: Israel Tourist Information (2019).

Por otro lado, en el análisis de los datos país por país, destaca Estados Unidos como origen de visitantes, alcanzando casi los 900 000 anuales, mientras Francia y Rusia superaron los 300 000 visitantes de Israel (Israel Tourist Information, 2019).

El aparente clima de «no hostilidad» está permitiendo este crecimiento. Si se comparan los datos de visitas con algunos de los hechos históricos más importantes que ha sufrido Israel se puede advertir una clara relación: la guerra del Golfo (1990-1991), los atentados del 11 de septiembre de 2001, la guerra de Irak (2003), la guerra del Líbano (2006) y el conflicto de la Franja de Gaza (2008-2009), son algunas de las muestras más significativas (Figura 5).

Figura 5. Evolución de la llegada de turistas a Israel en relación con los principales conflictos (1985-2009).

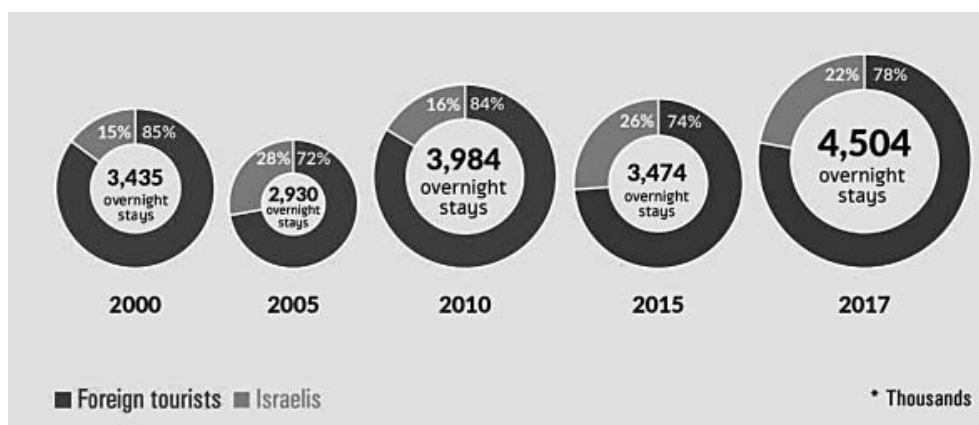


Fuente: Central Bureau of Statistics (2012).

Respecto a la particularidad de Jerusalén, esta ciudad tiene un fuerte poder de atracción para turistas extranjeros en comparación con otros destinos turísticos del país. En 2017, el 29% de los turistas extranjeros que se alojaron en hoteles de Israel permanecieron en Jerusalén, y el 33% de las pernoctaciones de turistas extranjeros en Israel fueron registradas en la ciudad.

Según el informe de Wouter (2018), Jerusalén es el destino turístico de más rápido crecimiento entre las 100 ciudades turísticas más importantes del mundo, con un crecimiento del 38% entre 2017 y 2018. Además, las cifras oficiales del Ministerio de Turismo para 2017, muestran que la ciudad de Jerusalén recibió 1 653 900 turistas en establecimientos hoteleros y casas de huéspedes, y el número de pernoctaciones fue de 4 504 400, el mayor registrado en su historia gracias al aumento significativo de visitantes extranjeros. Este mismo año la ciudad disponía de 88 hoteles turísticos, dotados con 10 700 habitaciones, que constituían el 20% de todas las habitaciones hoteleras de Israel (Korach & Choshen, 2018); desde el año 2015, igual que sucede en todo el país, Jerusalén mantiene unos resultados crecientes en su número de pernoctaciones (Figura 6).

Figura 6. Evolución de las pernoctaciones en hoteles de la ciudad de Jerusalén (2000-2017).



Fuente: Chosen y Korach, 2017.

Sin embargo, es necesario señalar que existe una gran diferencia en el impacto del turismo en el sector hotelero de Jerusalén Oeste (israelita) y en el de Jerusalén Este (palestino), lo que supone también una desigualdad en el impacto económico de esta estratégica industria. Jerusalén Oeste generó más de 1500 millones de shekels en el año 2016 mientras que Jerusalén Este solamente 173 millones (Chosen & Korach, 2017). Esta diferencia puede deberse a lo que, hace aproximadamente 20 años, Sizer (1999) explica, destacando las restricciones israelíes impuestas a los hoteles palestinos en el este de Jerusalén, que se paralizaron, como también sucedió con las pocas licencias otorgadas a guías palestinos quedando el monopolio en manos de los guías turísticos israelíes.

Analizando las cifras oficiales del Ministerio de Turismo (como se citó en Korach & Choshen, 2018), se pueden distinguir diferencias en el perfil del visitante de la ciudad. Aproximadamente 60% tienen una afiliación cristiana, 20% judía y menos de 5% musulmana; el 15% restante no muestra ninguna afiliación religiosa. Entre sus recursos turísticos, el más visitado fue el Muro de las Lamentaciones (87%), seguido del Barrio Judío (81%), la iglesia del Santo Sepulcro (70%), el Monte de los Olivos (60%) y la Vía Dolorosa (59%).

Sobre estos datos globales debe mencionarse que el ranking de visitas a los lugares turísticos varía según la religión que manifiesta el visitante. Particularmente la mezquita Al-Aqsa fue visitada por el 81% de los turistas musulmanes y Yad Vashem por el 18% de los turistas judíos; este último recurso es el Museo de la Historia del Holocausto, diseñado por el arquitecto israelí Moshe Safdie; es un centro espiritual que convierte la «impersonalidad» de seis millones de judíos asesinados en historias particulares reconocidas por los visitantes (Cohen-Hattab, 2011).

Por último, resulta fundamental caracterizar la capacidad de gestión del destino donde claramente se observa la dicotomía generada por el propio conflicto político. Ambas comunidades trabajan en paralelo, aunque la capacidad normativa y legislativa queda en manos del ayuntamiento de la ciudad en el que no participan activamente representantes de la minoría palestina.

La Autoridad de Desarrollo de Jerusalén (JDA por sus siglas en inglés), fue creada en 1988, ahora es la agencia líder en el desarrollo del turismo en la ciudad (Lin, Dosmukhambetov, Folkman, & Krishnan, 2013). Entre sus funciones destaca que debe promover, planificar y fomentar el desarrollo económico de Jerusalén; coordinar las oficinas gubernamentales, autoridades y organismos involucrados en el desarrollo de Jerusalén; y, asesorar y suministrar información relacionada con iniciativas empresariales, planes y empresas comerciales en Jerusalén.

Con relación específica al turismo, este organismo opera en el marco de un plan estratégico plurianual para el desarrollo turístico como actividad impulsora del crecimiento de Jerusalén. Su objetivo es maximizar el potencial económico del turismo y crear nuevas oportunidades de empleo. El plan incluye el desarrollo de productos culturales y turísticos, infraestructuras y la promoción turística de la ciudad (Jerusalem Development Authority, 2012).

Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, actualmente la gestión del destino turístico de Jerusalén está dividida. En 2009 se creó el Clúster de Turismo de Jerusalén (JTC por sus siglas en inglés). Se trata de una organización que promueve un turismo comprometido, situando la cultura palestina, y más específicamente la de Jerusalén, en el centro para la creación de productos turísticos. El grupo comenzó su andadura con el objetivo de reunir a actores del ámbito del turismo con quienes crear nuevos productos turísticos que reflejen con más precisión a Jerusalén y a sus habitantes palestinos.

JTC tiene como objetivo principal crear «una cultura local de turismo», «una cultura de acogida de turistas» en Jerusalén. La única forma en que ven que funciona es mediante el turismo comunitario y cultural. Según el JTC, crear un vínculo emocional entre la comunidad de acogida y el visitante es vital para generar aprecio tanto del visitante como de la comunidad local, lo que a su vez llevaría a la protección del patrimonio. Por lo tanto, pretende promover el turismo dirigido desde dentro de la comunidad y no impulsado solo por intereses comerciales, como una forma de restaurar la centralidad del turismo en Jerusalén y recuperar la ciudad desde una perspectiva territorial integral. Al respecto, las visitas, folletos, sitios web, o las guías están diseñadas para empoderar a la comunidad y crear un turismo que narra la historia palestina. Además, el JTC enfatiza que este tipo de productos turísticos se pueden realizar en cooperación con las comunidades locales, ya que tiene activos vitales que pueden capitalizarse integrándolos en el mercado turístico (Vanden Boer, 2016).

Conclusiones

Actualmente nuestra sociedad vive un nuevo periodo con continuos cambios culturales, sociales, sociológicos, técnicos, económicos y políticos, y se manifiesta en función de ellos. Nada es igual a lo que se ha conocido hasta hace pocos años, ni nadie sabe los cambios que se producirán. Además, el turismo es un fenómeno muy dinámico que está condicionado por muchos aspectos de la experiencia humana, tanto de manera social y política, como ambiental y económica.

En el análisis se establece las razones que explican por qué Jerusalén es considerada la capital del turismo religioso a nivel mundial; asimismo, se determina las características del conflicto político entre Palestina e Israel, dando a conocer sus consecuencias derivadas a nivel turístico; y se identifica las principales razones que condicionan su desarrollo como destino turístico. Lo que permite señalar la veracidad de la hipótesis planteada inicialmente: el conflicto político entre palestinos e israelíes condiciona el desarrollo turístico de Jerusalén.

En este estudio se presenta un caso muy particular: el turismo religioso en la ciudad de Jerusalén. Su delicado balance en la organización espacial y de poder genera grandes deficiencias en la seguridad turística, pese a ser uno de los destinos más importantes del mundo reconocido gracias a su gran simbolismo religioso. A diferencia de muchos destinos turísticos que requieren de grandes inversiones económicas para la creación de productos, Jerusalén solo ha requerido de un clima aliviado de hostilidad para incentivar su actividad turística; no parece extrañar que en Orlando (EE.UU.) hayan creado un parque temático basado en la experiencia en Tierra Santa que trata de recrear los lugares sagrados para evitar el largo y costoso desplazamiento y los problemas de inseguridad derivados de la situación política en Jerusalén (Rowan, 2004). Se ha llegado a la situación en que algunos turoperadores palestinos prefieren promocionar sus paquetes turísticos como Tierra Santa en lugar de Palestina porque suena menos peligroso y más alejado del conflicto político, y es un concepto más conocido por turistas y peregrinos (Vanden Boer, 2016).

Las perspectivas de futuro para el destino están directamente relacionadas con la resolución política del conflicto palestino-israelí. El desarrollo de Israel y su dominio en el sector del turismo en Jerusalén también se considera una herramienta importante para fundamentar la narrativa judía de Tierra Santa. Israel, por lo tanto, tiene reglas estrictas sobre quiénes pueden servir como guías turísticos y sobre los contenidos y la narrativa que se transmite a los turistas.

Un amplio consenso entre los planificadores e investigadores urbanos asegura que sería lógico crear dos municipios como base para la gestión futura de la ciudad. Arafah, Samman y Khalidi (2016) afirman que el desarrollo del sector turístico de Israel tiene en Jerusalén su principal elemento territorial de atracción turística; pero, si bien sus planes de desarrollo se están implementando de forma activa, existe un gran vacío de planificación y liderazgo institucional en las áreas palestinas en Jerusalén Este. Estos planes para desarrollar la industria turística israelí han estado acompañados por severos obstáculos israelíes en el desarrollo de la industria turística palestina en Jerusalén Este. Los obstáculos israelíes incluyen: el aislamiento de Jerusalén Este del resto de los territorios palestinos ocupados, especialmente después de la construcción del muro; infraestructura física débil; impuestos altos; escasez de tierra; restricciones en la liberación de permisos para construir hoteles o convertir edificios en hoteles; y difíciles procedimientos de concesión de licencias para empresas turísticas palestinas (Arafah, Samman

y Khalidi (2016). Esto hace que los agentes palestinos relacionados con la industria turística no se tomen en cuenta en los procesos de planificación y gestión del destino que conforma la ciudad de Jerusalén lo cual genera una inherente limitación considerando su potencial.

Por último, es necesario recordar que en la actualidad Israel mantiene relaciones diplomáticas con 160 de los 193 países que forman parte de la ONU (Israel Ministry of Foreign Affairs, s.f.). Los países con los que no mantiene relaciones diplomáticas son mayoritariamente de religión musulmana lo que hace muy difícil la llegada de visitantes procedentes de dichos mercados emisores. Por tanto, el turismo religioso de turistas internacionales con religión musulmana se encuentra limitado por razones políticas y de seguridad pero su potencial de crecimiento se verá íntimamente ligado a la potencial resolución del conflicto entre palestinos e israelíes.

Referencias

- Agence France-Presse. (s.f.). *Mapa de la ciudad vieja de Jerusalén*. Recuperado de <https://www.scoopnest.com/es/user/AFPespanol/1022854622568837120-mapa-de-la-ciudad-vieja-de-jerusalen-localizando-la-explanada-de-las-mezquitas-cuyo-acceso-ha-sido-cerrado-tras-disputas-entre-palestinos-y-fuerzas-del-orden-israelies/>
- Arafeh, N., Samman, M., & Khalidi, R. (2016). Roundtable: Israel's Colonial Projection and Future Plans for Jerusalem. *Jerusalem Quarterly*, 68, 76-89.
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Badaruddin, M., & Jafar, S. (2011). Challenges of religious tourism in Palestine. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 3(3), 25-37.
- Baños, C. J. (2014). Los productos recreativos emergentes en las estrategias de renovación de destinos consolidados. Análisis de tres destinos litorales mediterráneos. En F. López y G. Cànoves (Eds.). *Turismo y Territorio. Innovación, renovación y desafíos*, (pp. 73-85). Valencia: Tirant Ediciones.
- Bar-el, Y., Durst, R., Katz, G., Zislin, J., Strauss, Z., & Knobler, H. Y. (2000). Jerusalem syndrome. *British Journal of Psychiatry*, 176, 86-90. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/12407286_The_Jerusalem_Syndrome
- Bramwell, B. (1998). User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism Management*, 19(1), 35-47.
- Brin, E. (2006). Politically-oriented tourism in Jerusalem. *Tourist Studies*, 6(3), 215-243.
- Calame, J., & Charlesworth, E. R. (2012). *Divided cities: Belfast, Beirut, Jerusalem, Mostar, and Nicosia*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Cebrián, A., & García, M. (2014). Del turismo religioso a las peregrinaciones permanentes: Diversificación turística en el sureste español. *Cultur*, 2, 3-30. Recuperado de www.uesc.br/revistas/culturaeturismo
- Central Bureau of Statistics. (2012). *Tourism in Israel 1990-2011*. Recuperado de http://www.cbs.gov.il/reader/?MIval=cw_usr_view_SHTML&ID=336
- Chaspoul, C., & Luven, M. (1993). *Tourisme Religieux*. Paris: Editions Touristiques Européennes.
- Chosen, M., & Korach, M. (2017). *Jerusalem Facts and Trends 2017; The State of the City and Changing Trends*. Jerusalén: Jerusalem Institute for Policy Research. Recuperado de <http://en.jerusalemstitute.org.il/>
- Cohen, B. J. (1973). *The question of imperialism: The political economy of dominance and dependence*. New York: Basic Books.
- Cohen-Hattab, K. (2011). Educational dark tourism at an in populo site: The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 193-209.
- De la Calle, M. (2001). Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos: Patrimonio cultural y sistema de acogida local. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 9(36), 116-123.

- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Ferrer, A. (2006). Islam y cristianismo: del enfrentamiento al diálogo. *Quaderns de la Mediterrània*, 6, 57-66.
- Gordon, L. A. (1991). Arthur Koestler and his ties to Zionism and Jabotinsky. *Studies in Zionism*, 12(2), 149-168.
- Iheanacho, N. N. (2015). Nigerian praxis of religious tourism and pilgrimage motivations in the globalizing world. *Revista Ciências da Religião - História e Sociedade*, 13(1), 259-284.
- Israel Ministry of Foreign Affairs. (s.f.). *Israel's Diplomatic Missions Abroad: Status of relations*. Recuperado de <https://mfa.gov.il/mfa/abouttheministry/pages/israel-s%20diplomatic%20missions%20abroad.aspx>
- Israel Tourist Information. (2019). *Visitors & Tourists Arrivals. 2018*. Ministry of Tourism. Recuperado de <https://info.goisrael.com/es>
- Jerusalem Development Authority. (2012). *Jerusalem for Tourists*. Recuperado de http://www.jda.gov.il/template/default_e.aspx?Cid=24
- Khalidi, W. (2000). The Ownership of the US Embassy Site in Jerusalem. *Journal of Palestine Studies*, 29(4), 80-101.
- Korach, M., & Choshen, M. (2018). *Jerusalem: Facts and Trends. The State of the City and Changing Trends*. Jerusalem Institute for Policy Research. Recuperado de <https://jerusalemstitute.org.il/publications/>
- Law, C. M. (2002). *Urban tourism: The visitor economy and the growth of large cities*. Cengage Learning Emea.
- Lin, C., Dosmukhambetov, C., Folkman, R., & Krishnan, K. (2013). *Jerusalem Tourism Cluster Microeconomics of Competitiveness*. Recuperado de https://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/Israel_Tourism_2013.pdf
- Maitland, R., & Newman, P. (Eds.) (2014). *World tourism cities: Developing tourism off the beaten track*. London: Routledge.
- Margalit, M. (2018). *Jerusalén, la ciudad imposible: Claves para comprender la ocupación israelí*. Madrid: Catarata.
- Martorell, A. (2017). *Turismo Cultural. Reflexiones para un encuentro sostenible entre turismo y cultura*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. London: Routledge.
- Millán, M. G., Morales, E., & Pérez, L. (2010). Turismo religioso: Estudio del camino de Santiago. *Gestión Turística*, 13, 9-37
- Millgram, A. E. (1987). Jerusalem, the Joy of the Whole Earth. *Judaism*, 36(2), 243-249.
- Moreno, A., Sariago, I., & Ávila, R. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 25(diciembre). Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/gestion-destinos.html>
- Norman, A., & Cusack, C. M. (2014). *Religion, pilgrimage, and tourism*. London: Routledge.
- Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos. (2014). *West bank access restrictions*. Recuperado de <https://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/HRCouncil/CoIGaza/westbank.pdf>
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2016). *Network of Religious Tourism*. Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/nrt_proposal_flyer-14july2016-lowres.pdf
- Pew Research Center. (2015). *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050*. Recuperado de <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Pixabay (s.f.). *Fotografía del Monte del Templo o Explanada de las Mezquitas*. Recuperado de <https://pixabay.com/es/photos/>
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Oxford: Elsevier & Butterworth-Heinemann.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and local perspectives*. Psychology Press.
- Rivas, J., & Magadán, M. (2012). *Planificación y Gestión Sostenible del Turismo*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Roberts, L., & Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation. Principles to Practice*. CABI Publishing.

- Rowan, Y. M. (2004). Repackaging the Pilgrimage: Visiting the Holy Land in Orlando. En Y. M. Rowan, & U. Baram (Eds.). *Marketing heritage: Archaeology and the consumption of the past*, (pp. 249-266). Walnut Creek: Alta Mira Press.
- Shachar, A., & Shoval, N. (1999). Tourism in Jerusalem: A place to pray. En D. R. Judd, & S. S. Fanstein (Eds.), *The Tourist City*, (pp. 198-214). New Haven, Conn: Yale University Press.
- Shaw, G., & Williams, A. M. (2002). *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective* (2nd ed.). Oxford: Blackwell Publishing.
- Sizer, S. R. (1999). The Ethical Challenges of Managing Pilgrimages to The Holy Land. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2-3), 85-90.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies*. London: Routledge.
- The Temple Institute. (s.f.). *Welcome to the Temple Institute*. Recuperado de <https://templeinstitute.org/>
- Trading Economics. (2019). *Llegadas de turistas internacionales a Israel*. Recuperado de <https://tradingeconomics.com/israel/tourist-arrivals>
- Troitiño, M. A. (2019). El desafío y la necesidad de construir proyectos territoriales en clave patrimonial. *IX Congreso Internacional de Ordenación del Territorio: Planificación y gestión integrada como respuesta*, Santander.
- Trono, A. (2015). Politics, Policy and the Practice of Religious Tourism. En R. Raj, & K. A. Griffin (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective* (pp. 16-36). Wallingford: CABI.
- Tobón, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Anuario Turismo y Sociedad*, 14, 237-249.
- UNESCO. (2018). *Old City of Jerusalem and its Walls*. Recuperado de <http://whc.unesco.org/en/list/148/>
- Vanden Boer, D. (2016). Toward Decolonization in Tourism: Engaged Tourism and the Jerusalem Tourism Cluster. *Jerusalem Quarterly*, 65, 9-21.
- World Tourism Organizatio - UNWTO, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, & NHL Stenden University of Applied Sciences. (2018). *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Executive Summary, UNWTO, Madrid.
- Wouter, G. (2018). *Top 100 City Destinations*. Euromonitor International.

Alberto Moreno-Melgarejo.

Licenciado en Historia por la Universidad Complutense de Madrid. Master en Gestión Cultural (Université Libre de Bruxelles); doble master en Gestión Turística Europea (Bournemouth University y Université de Savoie); doctorado Europeo en Turismo (Universidad Rey Juan Carlos). Ha desarrollado su actividad profesional como consultor turístico en aspectos relacionados con la planificación y el desarrollo de destinos turísticos y ha colaborado con organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo y el Banco Mundial. Actualmente es profesor de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Europea de Madrid. Sus principales áreas de investigación están relacionadas con la planificación y gestión de destinos turísticos.

alberto.moreno@universidadeuropea.es

Ignacio Sariego-López.

Licenciado en Ciencias Biológicas (2000), master en Dirección de Empresas (2015) y doctor cum laude en Geografía y Ordenación del Territorio por la Universidad de Navarra (2005). Tras más de 15 años de experiencia y de investigaciones en España, México, Nicaragua y Perú se ha familiarizado con las políticas de desarrollo rural, la negociación con grupos de stakeholders y modelos de competitividad turística. Su participación en más de 40 proyectos de desarrollo turístico en España, Europa y América Latina ha reflejado unos resultados se han expuesto en diversas publicaciones, así como congresos nacionales e internacionales relacionados con turismo y medio ambiente.

isariego@euturismoaltamira.com