

AGUA, GASTRONOMÍA Y TURISMO: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA AL AGUA COMO PARTE DEL TURISMO GASTRONÓMICO

Francesc Fusté-Forné¹

RESUMEN

El agua y el turismo han estado siempre vinculados, tanto a través de espacios naturales como lagos, ríos y mares, o mediante construcciones culturales como acueductos, puentes y molinos. El agua forma parte del entorno, y especialmente en relación a zonas rurales y naturales, y litorales. Esto implica una práctica turística amplia, que va desde el turismo deportivo y el turismo termal, al turismo cultural. A la vez, el agua ofrece una oportunidad desde el punto de vista del turismo gastronómico, donde el agua aparece como un producto vinculado al paisaje y la autenticidad de los territorios. Este artículo presenta una aproximación teórica al agua como parte del turismo gastronómico a partir de una exposición descriptiva del caso de Catalunya, en concreto, de sus aguas minerales naturales.

PALABRAS CLAVE: AGUA MINERAL NATURAL. DESARROLLO REGIONAL. TURISMO GASTRONÓMICO. TURISMO RURAL.

¹ Doctor en Turismo, Derecho y Empresa; Profesor Asociado en la Facultad de Turismo, Universitat de Girona. Dirección: Plaça Josep Ferrater i Móra 1, 17004, Girona, Catalunya, España. E-mail: researchexperiencetourism@gmail.com

INTRODUCCIÓN, OBJETIVO Y MÉTODO DE ESTUDIO

El agua siempre se ha vinculado a la práctica del turismo. El agua es un recurso turístico por excelencia, y esto se puede ver en el atractivo que representan lagos, cascadas o ríos de aguas bravas, o las propias playas. Así mismo, el agua se asocia a prácticas turísticas diversas, entre las cuales destacan el turismo de naturaleza, el turismo deportivo o el turismo termal, en la mayoría de las ocasiones en zonas rurales y de montaña. Tal y como afirma Donaire (2012), “si dibujamos el mapa de la distribución de los turistas en el mundo encontraremos a menudo el agua, el agua de los mares y las costas, el agua de los lagos, incluso los artificiales, el agua de los ríos, el agua helada de las estaciones de esquí”. Son muchas las investigaciones que han tratado previamente el desarrollo del turismo en relación a la importancia del agua como recurso turístico.

Ahora bien, existe una oportunidad de análisis en cuanto al desarrollo de estudios que apunten al papel del agua como recurso gastronómico. De esta manera, el agua como recurso gastronómico y turístico se enmarca en el disfrute de la gastronomía en un sentido amplio, que incluye bebidas y alimentos – en términos anglosajones, *food and beverage tourism* –, pero que en la literatura ha desarrollado otro tipo de productos como el vino, el whisky, el té, el café, o la cerveza. El agua representa pues un recurso gastroturístico con un potencial de investigación que el presente artículo trata de abordar y contextualizar. Por lo tanto, el objetivo del presente artículo es presentar una primera discusión sobre el agua como parte del turismo gastronómico. Para ello, se utiliza como metodología el método de caso a partir de la exposición descriptiva del paisaje de las aguas minerales naturales de Catalunya.

AGUA: IMPLICACIONES PARA EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EL AGUA COMO UN RECURSO TURÍSTICO

Primero de todo, es importante destacar el papel crucial del agua:

La ingesta de agua es la responsable del mantenimiento del equilibrio hídrico del organismo, y a menudo del valor de este hecho no se tiene conciencia. Cada vez más, el agua se ha evidenciado como un bien escaso y valioso – incluso más que el oro o el petróleo – y el hombre ha comenzado a reconocer la importancia de sus diferentes tipos y de su utilidad en el cuidado de determinadas enfermedades o en la recuperación de la salud. [...] También se ha convertido en centro de rituales religiosos, de actividades higiénicas y médicas e, incluso, de actividades recreativas como el turismo (MOLINA VILLAR, 2011, s.p.).

De esta forma, hay muchas referencias que tratan el agua como recurso turístico (JENNINGS, 2006). Entre estos estudios previos, algunos han analizado por ejemplo las conexiones del agua con el turismo deportivo y las prácticas de ocio y recreación (HIGHAM, 2005; MCCOOL y MOISEY, 2001; SWARBROOKE, BEARD, LECKIE y POMFRET, 2003; TURCO, RILEY y SWART, 2002). Con mayor detalle, Jennings (2006, p. 2) destaca que entre las experiencias deportivas centradas en el agua se incluyen la vela, los deportes motorizados, el surf y el windsurf, la pesca deportiva, el rafting, el kayak, o las actividades subacuáticas como el buceo. Todas estas prácticas tienen pues el agua como principal medio, ya sea en entornos marinos (SMITH y JENNER, 1995), fluviales (PRIDEAUX y COOPER, 2009) o lacustres (HALL y HARKONEN, 2006).

En el contexto del mundo occidental, Jennings (2006) afirma que:

El agua se ha asociado durante mucho tiempo con cualidades restauradoras y beneficios medicinales para equilibrar el trabajo, la vida en la ciudad o la contaminación inherente a las zonas industriales y urbanas. Esta asociación se evidencia en las prácticas pasadas de hacer picnic junto a arroyos, ríos y lagos; excursiones cortas a áreas lacustres, aguas termales, y la playa; las vacaciones de mar; la propiedad de segundas viviendas cerca de lagos, o de la playa; y baños y terapias de balneario (JENNINGS, 2006, p. 2).

Así pues, el agua es parte de la herencia natural y cultural. Desde los inicios de la práctica turística ha estado presente en el día a día de esta actividad, y en la actualidad sigue siendo uno de los recursos centrales para el desarrollo del turismo. Los excursionistas o los veraneantes son una clara muestra de ello. A la vez, la importancia económica del agua es también crucial:

Cada vez es más importante en los territorios del *interior*, dentro de las políticas de desarrollo, la posibilidad de transformar los potenciales hídricos en actividad turística. Estas nuevas demandas, secundarias en el pasado, serán el

principal motor de futuro de muchas zonas: cruceros fluviales, actividades complementarias, patrimonio, rehabilitaciones de elementos hidráulicos, balnearios, zonas de baño, etc. Este nuevo sector, cada vez con mayor pujanza económica y social, reclamará aportes hídricos y competirá con otros tradicionales. Un nuevo campo de actuación con implicaciones en el empleo, desarrollo local, medioambiente, etc. Sin olvidar lo que supone para muchos entornos urbanos los espacios hídricos como lugares de uso social y ambiental (GARCÍA GONZÁLEZ, 2004, p. 253).

En el marco de la relación entre el agua y el entorno cultural y natural, se encuentran variados ejemplos de patrimonio donde el agua desarrolla un rol central. Estos ejemplos patrimoniales son también destacados recursos turísticos. Este es el caso de puentes, acueductos, presas, termas, molinos, o fuentes y jardines. Tanto el origen como la evolución de estos elementos permiten trazar la historia de un lugar, donde a la vez “las aguas son uno de los principales componentes del paisaje” (GARCÍA GONZÁLEZ, 2004, pp. 248-249).

En cuanto a los principales productos y zonas turísticas relacionados con el agua, se destaca que “en los últimos años numerosos enclaves hídricos han recibido actuaciones en materia turística y de medio ambiente por las diferentes administraciones implicadas. Haciendo una breve síntesis para situarnos con mayor precisión de los principales tipos de turismo los podemos agrupar, por diversas razones, en unos grandes grupos” (GARCÍA GONZÁLEZ, 2004, p. 245). Estos son: los cruceros fluviales; las zonas de baño y ocio donde se incluyen cascadas, gargantas, lagos y lagunas, y piscinas naturales; las actividades turísticas centradas en los deportes náuticos ya mencionadas anteriormente como natación, vela, windsurf, remo, piragüismo o esquí náutico; la pesca; y los balnearios.

De forma específica y en relación a las estaciones balnearias, Molina Villar (2011) afirma que:

La evolución de la actividad balnearia promovió un cambio en las prácticas del baño, que pasó de los espacios de interior y de montaña (agua termal y mineromedicinal) al litoral (agua de mar), y una serie de cambios sociales, morales y económicos. Y, más allá de las prácticas clásicas, los cambios culturales y de los establecimientos hacen que el agua se convierta en el centro de un nuevo fenómeno, el turismo, con renovadas modalidades de uso (baño, natación, náutica, pesca, submarinismo, surf, etc.), en paralelo a las prácticas de salud (MOLINA VILLAR, 2011, s.p.).

A la vez:

Los tratamientos, las costumbres y las actividades balnearias se han ido manteniendo en el tiempo, pero con una adaptación a los cambios de las necesidades sociales. De los llamados "hoyos de humo en el suelo" y manantiales de agua sin elementos arquitectónicos, donde se bañaba directamente a los enfermos, se pasó al diseño de instalaciones termales complejas (republicanas e imperiales), al uso en los monasterios, los primitivos hospitales, en las masías, las casas de baños, los balnearios y las estaciones balnearias, termales o climáticas, hasta llegar a las villas termales, a las ciudades de aguas, el balneario urbano o spa, los baños de mar (de ola o marítimo) y el centro de talasoterapia. Ahora, se han añadido nuevos conceptos de salud física como el *fitness* y el *mental wellness*. Pero, siempre en relación con los principios del agua, la hidrología y la hidroterapia y con las necesidades de salud (MOLINA VILLAR, 2011, s.p.).

En esta misma dirección, los balnearios siguen siendo hoy en día una de las infraestructuras turísticas más y mejor relacionadas con las aguas. En toda la Península Ibérica, y también en Catalunya, el turismo de balnearios cuenta con una gran tradición. Además, García González (2004) destaca que:

En algunos lugares estos enclaves favorecen enormemente el turismo del área, potenciando otras industrias auxiliares (artesanía, gastronomía, etc.), al ser un turismo estante y no de paso. La mayoría de los lugares tienen manantiales de aguas que generan actividad de embotellado unido a otras líneas de productos. Todas las regiones tienen balnearios aunque existen algunas que destacan como Galicia, Cataluña, etc. muchas veces concentrados en pequeñas zonas como el Jalón (Aragón). Finalmente indicar que el incremento ha potenciado nuevas instalaciones como: centros de salud y belleza, centros de talasoterapia, hoteles con «spa», etc. Incluso algunas regiones como Murcia han potenciado mucho esta línea de balnearios, salud y belleza (GARCÍA GONZÁLEZ, 2004, pp. 248).

La existencia de aguas en un lugar específico define tanto sus características como su relación con el entorno. En este sentido, en Catalunya la localización tradicional de los balnearios se relaciona con los manantiales en espacios de montaña, a modo de ejemplo el de Caldes de Boí en los Pirineos Occidentales. En su contexto histórico, los balnearios y estaciones termales han tenido como objetivo el de recuperar la salud. "Ahora se añade la prevención, a través de una dieta equilibrada y de la potenciación de las defensas orgánicas, con el fin de alargar la vida desde un concepto integral de salud y actividad turística" (MOLINA VILLAR, 2011, s.p.). Aunque las aguas mineromedicinales

tienen orígenes antiguos, no es hasta el siglo XIX, gracias a la industrialización, cuando empezarán a consolidar su oferta.

En la actualidad, el turismo termal y de salud es una oferta que continua al alza. De esta manera, “a partir de los años noventa [del siglo XX], la iniciativa de la renovación y recuperación proviene en gran parte del sector hotelero, que pretende mejorar, innovar y diversificar los servicios. Este sector renueva dependencias e incorpora los últimos avances en maquinaria deportiva y en materia de relajación y de tratamientos antiestrés. De los establecimientos balnearios adquiere los principios de utilidad para la recuperación de la salud y algunos hoteles de nueva planta incorporan servicios de spa, fitness y wellness, en una evolución hotelera que también se sigue en otros países” (Ídem, 2011, s.p.). La oferta hotelera está a la vez intrínsecamente ligada a la gastronómica a través de los establecimientos de restauración.

EL AGUA Y EL TURISMO GASTRONÓMICO: EL CASO DE CATALUNYA

En la concepción de turismo gastronómico se incluye de forma genérica el turismo de alimentos y bebidas (HJALAGER y RICHARDS, 2002). En particular, Hall y Sharples (2003) definieron el turismo gastronómico como el desplazamiento, con una motivación recreativa y de entretenimiento, a regiones gastronómicas que incluye visitas a productores alimentarios, degustaciones y demostraciones, eventos, ferias culinarias, festivales gastronómicos, mercados agrícolas, así como cualquier otra actividad turística relacionada con la gastronomía. Así, el turismo gastronómico se refiere a “cualquier experiencia donde se aprende, aprecia y/o consumen alimentos y bebidas que reflejan la cocina local, regional y nacional, el patrimonio, la cultura, la tradición o las técnicas culinarias” (ONTARIO MINISTRY OF TOURISM, CULTURE AND SPORT, 2005, p. 12).

Por su lado, Wolf (2006) destaca por ejemplo que la comida y la bebida son uno de los componentes más importantes de la experiencia turística, y a la vez, que mayor potencial ofrecen para el desarrollo de la industria turística. Ejemplos como el “café, miel, queso... también cerveza, licor o vino. Posiblemente las bebidas están más

consolidadas como producto turístico, inclusive con visitas a los viñedos o los *tours* en las fábricas de cerveza” (FUSTÉ, 2016, p.12). No se encuentran artículos que previamente hayan desarrollado el papel específico del agua como un recurso gastronómico, si bien algunos estudios sí que mencionan su valor dentro de la oferta gastronómica de un destino, como es el caso del agua de Luso, en la región portuguesa de Mealhada (OLIVEIRA, 2011) o del agua de Caldes de Boí, en la región catalana de la Alta Ribagorça (FUSTÉ, 2014).

El agua como recurso gastronómico se entiende en este artículo desde su concepción como agua mineral natural, y de aquí se deriva la relación con prácticas turísticas como el turismo de salud y el turismo en espacios naturales y termales, así como el valor paisajístico de fuentes o manantiales, “plenamente integrado en la práctica termal y balnearia. El microclima específico del lugar, la fenomenología atmosférica, la temperatura, la presión, la brisa o la humedad se combinan con la actividad física moderada” (MOLINA VILLAR, 2011, s.p.). También, una de las posibilidades que ofrece el agua en estos entornos, es la gastronómica: entre sus otros usos, lo destaca García González cuando afirma que “la mayoría de las aguas se pueden tomar en bebida” (GARCÍA GONZÁLEZ, 2004, pp. 247).

De esta forma, de acuerdo con la Directiva 2009/54/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2009 (DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA, 2009) sobre explotación y comercialización de aguas minerales naturales, se establece en el apartado de definiciones lo siguiente: “se entenderá por «agua mineral natural», el agua microbiológicamente pura que tenga su origen en una capa freática o yacimiento subterráneo y que brote de un manantial en uno o varios puntos de alumbramiento naturales o perforados”. Según la misma Directiva, el agua mineral natural se distingue del agua potable ordinaria, por su naturaleza, caracterizada por su contenido en minerales, oligoelementos y otros componentes, y por su pureza original. Dichas características se destacan que se mantienen “intactas dado el origen subterráneo del agua que la ha protegido de todo riesgo de contaminación”. La Directiva establece, además, que las características del agua mineral natural son apreciadas desde varias

disciplinas de estudio como la geología, la hidrología, la física, la química, la farmacología o la fisiología. La gastronomía también se puede incluir como una de ellas.

Entre las tendencias recientes, de acuerdo con Molina Villar (2011):

Actualmente, se recupera el uso del agua marina y del agua común y se añaden nuevos elementos como el chocolate, la leche, el vino y sus derivados. Pero el agua termal se mantiene como principio fundamental: un agua que brota y que se capta de la tierra o del subsuelo, que se utiliza en función de sus propiedades físicas (térmicas), químicas y de los minerales disueltos; un agua que se usa para el tratamiento de enfermedades (con resultados más o menos contrastados) en forma de bebida (cuidado hidropónico), de baño (inmersión o vapor) o en combinación con otros soportes (fangos, lodos o envoltorios). Unas aguas que, además, tienen la garantía de su declaración de utilidad pública por el Estado y un servicio médico de acompañamiento y supervisión (MOLINA VILLAR, 2011, s.p.).

Son varios los ejemplos de aguas internacionalmente conocidas, y cuya degustación dentro del turismo gastronómico se encuentra estrechamente vinculada al lugar donde se encuentran los manantiales. Para el caso concreto de Catalunya, y a partir de la relación de aguas minerales naturales, en la tabla 1 a continuación se observa que un total de veintinueve aguas se comercializan a partir de manantiales ubicados en Catalunya. Aunque estas se distribuyen a lo largo de las cuatro provincias, se centran especialmente en la provincia de Girona, que cuenta con un total de veintidós. En la tabla siguiente se pueden ver las comarcas en las cuales se ubican las explotaciones. Es importante destacar la vinculación de algunos de los lugares de explotación con la disponibilidad de estaciones termales, tal y como se mencionaba en párrafos anteriores.

Nombre comercial	Nombre manantial del	Lugar de explotación (Provincia)	Comarca
Aigua de Ribes	Fontaga	Ribes de Freser (Girona)	Ripollès
Aigua de Vilajuïga	Vilajuïga	Vilajuïga (Girona)	Alt Empordà
Aigua del Montseny	Aigua del Montseny	Sant Esteve de Palautordera (Barcelona)	Vallès Oriental
Aiguaneu	Aiguaneu	Espinelves (Girona)	Osona
Aquarel	Aquarel-Avets	Arbúcies (Girona)	Selva
Caldes de Bohi	Font del Bou	Barruera (Lleida)	Alta Ribagorça
Estrella I	Estrella I	Arbúcies (Girona)	Selva
Estrella V	Estrella V	Arbúcies (Girona)	Selva
Font Agudes	Ballanes	Arbúcies (Girona)	Selva
Font del Regàs	Font del Regàs	Arbúcies (Girona)	Selva
Font del Subirà	El Subirà	Osor (Girona)	Selva
Font Nova del Pla	Font Nova del Pla	Santes Creus-Aiguamúrcia (Tarragona)	Alt Camp
Font Vella	Font Vella Sacalm	Sant Hilari Sacalm (Girona)	Selva
Fontboix	Font del Boix	Barruera (Lleida)	Alta Ribagorça
Fontcristall	Fontcristall	Ribes de Freser (Girona)	Ripollès
Fontdalt	Fontdalt	Tivissa (Tarragona)	Ribera d'Ebre
Fontdor	Fontdor	Sant Hilari Sacalm (Girona)	Selva
Fonter	Fonter	Amer (Girona)	Selva
Fonter	Palatín	Amer (Girona)	Selva
Imperial	Imperial	Caldes de Malavella (Girona)	Selva
Les Creus	Les Creus	Maçanet de Cabrenys (Girona)	Alt Empordà
Malavella	Malavella	Caldes de Malavella (Girona)	Selva
Pineo	Pineo	Estamariu (Lleida)	Alt Urgell
Rocallaura	Agua de Rocallaura	Vallbona de les Monges (Lleida)	Urgell
San Narciso	San Narciso	Caldes de Malavella (Girona)	Selva
Sant Aniol	Sant Aniol	Sant Aniol de Finestres (Girona)	Garrotxa
Sant Hilari	Sant Hilari	Arbúcies (Girona)	Selva
Vichy Catalán	Vichy Catalán	Caldes de Malavella (Girona)	Selva
Viladrau	Fontalegre	Viladrau (Girona)	Osona

Tabla 1: Las aguas minerales naturales en Catalunya

Fuente: Generalitat de Catalunya, Departament de Salut, Secretaria de Salut Pública (2017).

La relación de aguas minerales naturales observada en la tabla 1 muestra la relevancia que este producto tiene como recurso gastronómico, el cual no obstante aun no ha sido desarrollado. Así pues, los puntos de explotación más destacados, algunos de

los cuales dan lugar a varios nombres comerciales, son Amer, Arbúcies, Caldes de Malavella, Ribes de Freser o Sant Hilari Sacalm en la provincia de Girona, así como las explotaciones de la Vall de Boí, con sede administrativa en Barruera, en la provincia de Lleida. Tampoco se puede olvidar la importancia de otros lugares, que también añaden un componente de identidad cultural al entorno natural como son Santes Creus-Aiguamúrcia, Vallbona de les Monges o Viladrau.

En definitiva, la tradición cultural y el entorno natural se reflejan en el consumo de las aguas, donde el paisaje adquiere un valor clave. Esto permite incorporar la noción de autenticidad y de sentido de lugar a la degustación del agua, tal y como sucede con el enoturismo o el turismo cervecero, ya mencionados anteriormente. El consumo turístico del agua más allá de los restaurantes es también una forma de contribuir al desarrollo regional de entornos naturales y rurales, en zonas de montaña, ya que su comercialización permite a la vez la adquisición de este producto para el consumo posterior, lo cual se podría equiparar a un souvenir. El hecho de incorporar el agua como bebida al circuito turístico y gastronómico también tiene repercusiones para con la dinamización del sector turístico y la creación de sinergias con otros productos y eventos, gastronómicos o no, que ayuden a la desestacionalización de la actividad.

CONSIDERACIONES FINALES

Este artículo aporta un marco inicial para la comprensión y el estudio del agua como un recurso dentro del turismo gastronómico, a partir del caso descriptivo de las aguas minerales naturales de Catalunya. Más allá de su interés paisajístico en entornos naturales, y rurales, el agua cuenta con una serie de propiedades – entre las cuales, su origen – que la convierten en un atractivo gastroturístico. Tradicionalmente percibida como un elemento que debe ser observado en el marco de su geografía – por ejemplo, las cascadas –, la degustación del agua como parte de la experiencia gastronómica es una forma de adquirir el sentido de lugar, en la misma dirección que otros productos como el vino han sabido desarrollar ampliamente, también a nivel académico. Las dificultades de utilizar la experiencia del vino para el desarrollo del agua como un producto

gastronómico son evidentes – el abanico de colores o sabores se aprecian más fácilmente en los vinos.

La principal limitación de este artículo es su carácter descriptivo, y la falta de una aproximación empírica. Esto es debido a que el agua como recurso gastronómico aun es un tema que se encuentra lejos de ser un paradigma dentro de la práctica del turismo gastronómico. No obstante, la visibilidad y repercusión internacional de algunas aguas permite anticipar futuros estudios sobre esta temática, también debido a su impacto en el desarrollo regional. En este sentido, se abren varias posibilidades de investigación, como lo pueden ser el estudio de la predisposición de los visitantes y turistas a consumir el agua de un determinado territorio, tanto en el propio lugar como con posterioridad, o la creación de sinergias para la promoción del agua como un recurso gastronómico en el contexto del atractivo natural y cultural de un destino.

WATER, GASTRONOMY AND TOURISM: A THEORETICAL APPROACH TO WATER AS AN INGREDIENT OF FOOD TOURISM

ABSTRACT

Water and tourism have always been linked, both through natural spaces such as lakes, rivers and seas, or through cultural constructions such as aqueducts, bridges and mills. Water is a crucial part of the environment, especially in rural and natural regions, and coastal areas. This implies a wide tourist practice, which ranges from sport or thermal tourism, to cultural tourism. At the same time, water offers an opportunity for the development of food tourism, where water appears as a product closely linked to the landscape and authenticity of a territory. This article presents a theoretical approach of water as part of food tourism from a descriptive case of natural mineral waters in Catalonia.

KEYWORDS: NATURAL MINERAL WATER. REGIONAL DEVELOPMENT. FOOD TOURISM. RURAL TOURISM.

REFERENCIAS

DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA. **Directiva 2009/54/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2009 sobre explotación y comercialización de aguas minerales naturales.** L164/45-L164/58, 2009.

DONAIRE, J. A. (2012). L'aigua i el turisme. **El Punt Avui**, 22 de Marzo de 2012.

FUSTÉ FORNÉ, F. L'autenticitat en el patrimoni gastronòmic: La Vall de Boí com a destinació turística gastronòmica. **3rd International Congress UNITWIN Network UNESCO Chair "Culture, Tourism, Development" on Tourism and Gastronomy Heritage - Foodscapes, Gastroregions and Gastronomy Tourism**, Barcelona, 2014.

FUSTÉ FORNÉ, F. Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. **Dixit**, 24, pp.4-16, 2016.

GARCÍA GONZÁLEZ, L. Agua y Turismo. Nuevos usos de los recursos hídricos en la Península Ibérica. Enfoque Integral. **Boletín de la AGE**, 37, pp.239-255, 2004.

GENERALITAT DE CATALUNYA, DEPARTAMENT DE SALUT, SECRETARIA DE SALUT PÚBLICA. **Aigües minerals naturals de Catalunya**. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2017.

HALL, C. M. y HARKONEN, T. **Lake tourism: an integrated approach to lacustrine tourism systems**. Clevedon: Channel View, 2006.

HALL, C. M. y SHARPLES, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. En: HALL, C.M., SHARPLES, L., MITCHELL, R., MACIONIS, N. y CAMBOURNE, B. (Eds.), **Food tourism around the world: Development, management and markets** (pp.1-24). Oxford: Elsevier, 2003.

HIGHAM, J. **Sport tourism destinations: issues, opportunities, and analysis**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2005.

HJALAGER, A. y RICHARDS, G. **Tourism and gastronomy**. Londres: Routledge, 2002.

JENNINGS, G. **Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences**. Londres: Elsevier, 2006.

MCCOOL, S. F. y MOISEY, R. N. **Tourism, recreation, and sustainability**. Wallingford: CABI Publishing, 2001.

MOLINA VILLAR, J. J. Estacions termals i centres de salut. En: **Atles del Turisme a Catalunya**. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2011. Versión disponible en: <http://www.atlesturismecatalunya.cat/>.

OLIVEIRA, S. La Gastronomía como Atractivo Turístico Primario de un Destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada – Portugal. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, 20, pp.738-752, 2011.

ONTARIO MINISTRY OF TOURISM, CULTURE AND SPORT. **Culinary Tourism In Ontario: Strategy and Action Plan 2005-2015**. Toronto: Ministry of Tourism, Culture and Sport, 2005.

PRIDEAUX, B. y COOPER, M. **River tourism**. Wallingford: CABI, 2009.

SMITH, C. y JENNER, P. Marinas in Europe. **Travel and Tourism Analyst**, (6), pp.56-72, 1995.

SWARBROOKE, J., BEARD, C., LECKIE, S. y POMFRET, G. **Adventure tourism: the new frontier**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.

TURCO, D.M., RILEY, R.S. y SWART, K. **Sport tourism**. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, 2002.

WOLF, E. **Culinary Tourism: The Hidden Treat**. Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company, 2006.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 06. out. 2017

Aprovação Final: 21. dez. 2017

Referência (NBR 6023/2002)

FUSTÉ-FORNÉ, Francesc. Agua, gastronomía y turismo: una aproximación teórica al agua como parte del turismo gastronómico. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 6, n. 2, p. 32-44, jul./dez. 2017.