

**TURISMO NARANJA EN EL SUDOESTE  
BONAERENSE (ARGENTINA): PROYECTOS  
“PEHUEN CÓ CUNA DE MEGATERIOS” E  
“ISLA INVISIBLE”. ORANGE TOURISM IN THE  
SOUTHWEST OF BUENOS AIRES  
(ARGENTINA): PROJECTS "PEHUEN CÓ CUNA  
DE MEGATERIOS" AND "ISLA INVISIBLE".**

DANIELA GAMBAROTA<sup>1</sup>.

*IIESS, UNS-CONICET. Departamento de Geografía y Turismo, UNS. Argentina.*

ROMINA MATAMALA<sup>2</sup>.

*Departamento de Geografía y Turismo, UNS. Argentina,*

VIVIANA LEONARDI<sup>3</sup>.

*Departamento de Economía, UNS. IIESS, UNS-CONICET, Argentina*

**RESUMEN**

La dimensión turística del patrimonio territorial ha contribuido al impulso del turismo naranja que fomenta el desarrollo cultural, económico y social popular con la preservación de los componentes patrimoniales. En la provincia de Buenos Aires (Argentina) los bienes patrimoniales son diversos y han dado lugar a proyectos innovadores y creativos. Los ejemplos abordados en esta investigación se localizan en Pehuen Có y en el estuario de Bahía Blanca. El objetivo consiste en analizar si las propuestas mencionadas pueden ser consideradas bajo el concepto de turismo naranja. Metodológicamente, se parte de una indagación bibliográfica sobre patrimonio territorial, turismo naranja y procesos de activación turística y patrimonialización de los recursos. Luego se caracterizan los territorios estudiados y se analizan ambos proyectos considerando el cumplimiento de tres criterios propuestos, determinándose que, en las iniciativas impulsadas, se cumplen mayoritariamente los mismos.

**Palabras clave:** Estuario Bahía Blanca; Pehuen Có; patrimonio territorial; turismo naranja

**ABSTRACT**

The tourism dimension of the territorial heritage has contributed to the promotion of orange tourism that promotes cultural, economic and social development with the preservation of

---

Fecha de Recepción: 22 de junio de 2022 Fecha de Aceptación: 10 de noviembre de 2022

<sup>1</sup> Dra. Gambarota, Daniela. IIESS, UNS-CONICET. San Andrés 800, Bahía Blanca – Argentina. Departamento de Geografía y Turismo, UNS. 12 de octubre 1098, Bahía Blanca – Argentina. [danielagambarota@gmail.com](mailto:danielagambarota@gmail.com)

<sup>2</sup> Lic. Matamala, Romina. Departamento de Geografía y Turismo, UNS. 12 de octubre 1098, Bahía Blanca - Argentina, [romina.matamala@uns.edu.ar](mailto:romina.matamala@uns.edu.ar)

<sup>3</sup> Mg. Leonardi, Viviana, Departamento de Economía, UNS. IIESS, UNS-CONICET, San Andrés 800, Bahía Blanca – Argentina, [viviana.leonardi@uns.edu.ar](mailto:viviana.leonardi@uns.edu.ar)

heritage components. In the province of Buenos Aires (Argentina) heritage assets are diverse and have given rise to innovative and creative projects. The examples addressed in this research are located in Pehuen Có and in the estuary of Bahía Blanca. The aim is to analyse whether the above proposals can be considered under the concept of orange tourism. Methodologically, it is based on a bibliographic investigation on territorial heritage, orange tourism and processes of tourist activation and patrimonialization of resources. Then the territories studied are characterized and both projects are analyzed considering the fulfillment of three proposed criteria, determining that, in the initiatives promoted, the majority of them are met.

**Keywords:** Estuary Bahía Blanca; Pehuen Có; territorial heritage; orange tourism

## 1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, se observa que en diversos territorios se producen numerosos procesos de valoración y patrimonialización (Prats, 2011) de recursos culturales existentes, con diversos grados de ejecución y de éxito.

La dimensión turística del patrimonio territorial ha contribuido al desarrollo del llamado turismo naranja que fomenta el desarrollo cultural, económico y social popular con la posibilidad de preservar los componentes patrimoniales de un territorio dado. Este novedoso concepto se desprende del estudio de Buitrago y Duque Márquez (2013) denominado: La economía naranja: una oportunidad infinita, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y se trata de una forma de turismo que considera los principios de sostenibilidad como así también la generación del desarrollo cultural. El color naranja se identifica con las industrias culturales-creativas y todo lo relacionado con ellas (Buitrago y Duque Márquez, 2013). Tresserras (2015), analiza que, si la economía cultural y creativa es economía naranja y se considera dentro de ella al turismo cultural y creativo, entonces este debía tener un color. De esta manera, se denomina al turismo cultural creativo como turismo naranja.

Algunas de sus características son la diversificación de la oferta turística, la ruptura de la estacionalidad y la combinación de diferentes segmentos turísticos.

A su vez, el proceso de activación patrimonial implica seleccionar la temática, la mejora de la accesibilidad al recurso, el análisis de las posibilidades de presentación, información y comunicación para la realización de una visita guiada, entre otros (Troitiño *et al.*, 2011). Esta activación está relacionada con la identidad de una comunidad.

El “patrimonio integral”, o “patrimonio territorial”, parte del conjunto de recursos culturales y naturales heredados en un espacio geográfico dado, que tienen un elevado grado de

aceptación y reconocimiento social (Ortega, 1999). Tal como menciona Pinassi (2019), el patrimonio se configura por el vínculo sentimental, emocional y afectivo que la sociedad construye en torno a ciertos elementos y lo hacen parte de su identidad.

En la provincia de Buenos Aires (Argentina) los bienes del patrimonio integral son diversos, forman parte del capital territorial y poseen un elevado valor económico. Dicho patrimonio ha dado lugar al surgimiento de proyectos innovadores y creativos. Dos ejemplos significativos que serán abordados en esta investigación se localizan en Pehuen C6, “Cuna de megaterios” y en el estuario de la Bahía Blanca, “Isla Invisible”.

Pehuen C6, es un destino turístico litoral del sudoeste bonaerense, donde el patrimonio también ha sido objeto de atención turística en las últimas décadas, posibilitando la diversificación del producto turístico principal (sol y playa) permitiendo el desarrollo de nuevos productos turísticos en torno a los recursos paleontológicos del territorio (Vera, 2002; Vera y Baños, 2010). El proyecto “Pehuen C6 Cuna de megaterios” es una iniciativa impulsada por un grupo de vecinos en pos de contribuir a la puesta en valor de los mencionados recursos a través de la creación de un parque temático en la plaza Benito Carrasco de la localidad, donde se han ido emplazando con el correr de los años diversas réplicas a escala real de animales extintos que habitaron el área hace 12.000 años atrás: Megaterio, Gliptodonte, Tigre dientes de sable, Macrauchenia y Notiomastodonte.

Por otra parte, en el estuario de la Bahía Blanca se encuentran islas e islotes que conforman Reservas Naturales. Estas islas y la existencia de las reservas naturales han estado invisibilizadas mucho tiempo, donde parece que la sociedad ha evolucionado a “espaldas” de este entorno. El proyecto “Isla Invisible”<sup>4</sup> consiste en la realización de viajes y residencias en las islas del estuario. Estos viajes exploratorios permiten conocer el territorio y generar producciones inéditas entre los protagonistas.

Ambos proyectos fueron generados por diferentes actores, por ende, el objetivo del presente trabajo es analizar si las propuestas creativas y relacionadas a la cultura de cada comunidad pueden ser consideradas bajo el concepto de turismo naranja.

El trabajo se estructura de la siguiente manera. Luego de la introducción se desarrolla el concepto de patrimonio territorial, turismo naranja y procesos de patrimonialización y activación turística de los recursos. En la tercera parte se presenta la metodología utilizada. Luego se realiza una breve

---

<sup>4</sup> Surge desde el Museo Ferrowhite y el Servicio de Guardaparques de las Reservas Naturales, con la coordinación de Agustín Rodríguez.

caracterización de los territorios estudiados. Seguidamente se analizan ambos proyectos considerando datos primarios obtenidos de entrevistas realizadas a referentes de los mismos. En el apartado cinco se expone la discusión de los resultados. Finalmente se realizan las reflexiones finales.

## **2. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.1. El patrimonio territorial**

Actualmente, existe una evolución del concepto de patrimonio desde su perspectiva etimológica, desde una visión acotada o centrada en los monumentos hacia una de carácter integral o territorial (Pinassi, 2016), en la que se articulan los componentes de origen antrópico (patrimonio cultural), con aquellos de carácter físico-biológico, (patrimonio natural). Es decir, "se debe de comprender su interrelación como un todo, como parte de un mismo conjunto, con sus relaciones biológicas, históricas y valorización social de los recursos naturales y culturales de dicho ambiente" (Pinassi, 2016 p. 83).

Según Ortega (1999), el concepto de patrimonio territorial parte del conjunto de recursos culturales y naturales propios de un espacio geográfico dado, que tienen un elevado grado de aceptación y reconocimiento social. Es una valoración de recursos territoriales donde las relaciones entre el entorno y las dimensiones culturales e históricas del mismo no pueden ser disociadas (Troitiño y Troitiño, 2015). Es decir, hay una progresiva vinculación entre la dimensión natural y cultural del patrimonio, que durante mucho tiempo han discurrido por sendas paralelas (Feria Toribio, 2010).

La valoración de los recursos territoriales como bienes patrimoniales es la más compleja que pueda señalarse (Graham *et al*, 2000; Diméo, 1995). Uno de los elementos que más contribuyen a esa complejidad es el hecho de que además de la aceptación social necesaria para que un componente del territorio se reconozca como legado de una comunidad, hay que considerar que sobre el mismo existen valoraciones y aspiraciones diversas.

Por otra parte, se advierten cambios respecto a la visión del patrimonio dado que ya no se considera solamente ligado al campo estético, es decir, como elemento singular producto de la naturaleza o la cultura, sino como una visión más amplia, en la que confluyen también razones de carácter ético, científico, social y pedagógico (Ortega, 1999).

Lo mencionado, tiene un escenario: el territorio, entendido como espacio geográfico antropizado; es decir, delimitado, apropiado, ordenado y construido, y, por tanto, como producto social e histórico, constituye la base de identidad de la población local. La nueva aproximación supone una visión del funcionamiento conjunto del patrimonio en el

territorio, desplazando el énfasis de la protección al de su valoración sostenible.

## **2.2. El turismo creativo o turismo naranja**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2009) define a la industria cultural y creativa como aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. Asimismo, Lebrún Aspíllaga (2014), agrega que la creatividad humana es la variable que permite a dichos bienes, servicios y actividades llegar al público y al mercado.

La dimensión turística del patrimonio territorial ha contribuido al turismo naranja que fomente el desarrollo cultural, económico y social popular con sostenibilidad. Para Tresserras, “el turismo naranja es sustentable y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas” (2014, p. 51). Algunas de sus características son la diversificación de la oferta turística, la ruptura de la estacionalidad y la combinación de diferentes segmentos turísticos. Además, implica que los visitantes participen en actividades creativas junto con la población local para la estimulación y construcción de vínculos (Díaz-Zarco y Castro Morales, 2017). Esta participación e interacción en el destino, permite una valorización del patrimonio y, también, contribuye a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad (Richards y Raymond, 2000 y Tresserras, 2021). Este turismo es definido como “... el viaje enfocado en una comprometida y auténtica experiencia, con aprendizaje participativo en las artes, patrimonio o aspectos específicos de un lugar” (UNESCO, 2006, p. 3).

En el turismo creativo, también denominado turismo naranja, el turista no se limita a ser un mero consumidor de bienes y servicios, por el contrario, es una persona que se desarrolla en diferentes contextos en los cuales busca satisfacer necesidades de orden superior, a través de experiencias auténticas y espontáneas que lo diferencien de los demás: necesidades de autorrealización, de implicarse en la vida local, de ser diferente después de la experiencia de viajar y la búsqueda de oportunidades de desarrollo personal.

El turismo creativo se sustenta en la interacción entre las personas, locales y visitantes, y el contexto, donde subyace el espíritu del territorio y su comunidad que lo convierte en un sitio auténtico e inspirador para que sus turistas adquieran nuevos aprendizajes. El entorno, se configura como una red de actores que intervienen en la experiencia de visita.

Es por lo expuesto que el turismo creativo, constituye una oportunidad de transformación personal que perdura y trasciende (Carballo-Fuentes, Moreno-Gil, González y Brent-Ritchie, 2015). En palabras de Tresseras (2021, p. 17): “plantea combinar la tradición con la innovación tomando la creatividad como hilo conductor, generando desarrollo mediante la participación y la generación de oportunidades para la comunidad”.

Según Molina (2016) el desarrollo del turismo creativo debe fundamentarse en principios que se interrelacionan y potencian (Figura 1).

**Figura 1: Principios del Turismo creativo**



Fuente: elaboración propia adaptada de Molina (2016)

Un destino naranja o creativo es un territorio con identidad y recursos culturales que tiene a la economía naranja como uno de sus ejes de desarrollo endógeno y genera una capacidad de atracción para inducir a un viajero a desplazarse hacia él. Debe disponer de productos derivados de la acción creativa de la comunidad local, o de la interacción de ésta con el turista, debe poseer un imaginario, un icono, una marca, un precio y un lugar en el mercado, con una comunidad que participa, se identifica y ejerce de anfitriona.

### **2.3. Procesos de patrimonialización y activación turística de los recursos**

El concepto patrimonio, puede analizarse desde diferentes perspectivas. Como menciona Pinassi (2013) es desde el presente donde se identifican, seleccionan y legitiman

dichos componentes históricos, a partir de ciertos intereses específicos.

Los recursos patrimoniales se transforman en atractivos turísticos previo al desarrollo de un proceso de patrimonialización, de construcción social de atraktividad (Prats, 1997, 1998, 2005), dado que los atractivos no son atributos absolutos de un territorio, sino que se crean en relación con la sociedad de origen de los turistas (Bertoncello, 2002).

El proceso de activación patrimonial implica seleccionar la temática, la mejora de la accesibilidad al recurso, el análisis de las posibilidades de presentación, información y comunicación para la realización de una visita guiada, entre otros (Troitiño *et al.*, 2011). Esta activación está relacionada con la identidad de una comunidad.

Según Swarbrooke (2007) existen varios “pulsos” que estimulan la creación y resignificación de atractivos tales como: los avances tecnológicos, los cambios en estilos de vida, el reconocimiento del turismo como actividad generadora de impactos económicos y sociales, por parte de los gobiernos y del sector privado; y la evolución en la definición del turismo como una actividad predominantemente relacionada al ocio.

Por otra parte, existen perspectivas que analizan el proceso sociocultural mediante el que determinados recursos se convierten en atractivos turísticos. Al respecto Navarro (2015, p. 351-352) sostiene que:

“Este proceso de transformación del recurso en atractivo consiste en hacer que el recurso sea conocido y sea visitable. Registrar un recurso, gestión que aquí se denomina identificación, supone acciones de reconocimiento y valoración. Hacer visitable un recurso o facilitar la experiencia turística, gestión que aquí se refiere como conversión, implica la provisión de instalaciones y/o el desarrollo de un relato (y aún de actividades), desde el ámbito público o del privado. En consecuencia, los atractivos turísticos son recursos turísticos convertidos”.

Entonces, la atraktividad será socialmente construida considerando las características de los territorios y en íntima relación con los intereses y la lógica de los turistas y de los actores locales (Bertoncello y Troncoso, 2003). Los turistas configuran sus gustos, deseos y necesidades a través de la construcción de una mirada turística (Urry, 1996) recopilando signos asociados a lugares diferentes a los de su residencia habitual de una manera diferenciada, dado que los objetos a mirar y que motivan el desplazamiento hacia un destino, en parte se definen en función de cuestiones como pertenencia a un determinado grupo social, sociedad y contexto socio-histórico; entre otras cuestiones. Es por esto, que solo algunos atributos de los lugares son jerarquizados, acondicionados y resignificados por y para la práctica turística, transformándose en atractivos turísticos.

La participación de los actores locales en la construcción de atraktividad, se define en relación a sus propios intereses y objetivos (políticos, económicos y sociales) donde también se ven involucradas sus propias representaciones e imágenes del lugar. Es así que la construcción de atraktividad implica un juego de fuerzas, acciones e intervenciones que de por sí, es múltiple, cuando no complejo y contradictorio:

“(…) las potencialidades diferenciales que los atributos de un lugar tengan para generar beneficios económicos (el negocio turístico) o para otorgar legitimidad política (las propuestas de desarrollo turístico) o para alcanzar fines sociales (de disciplinamiento o de valoración cultural), entre otros, van definiendo también que cosas devendrán atractivos turísticos y que lugares serán de destino turístico y cuáles no lo serán” (Bertoncello, 2008, p. 9).

Las acciones de los diferentes actores sociales locales para lograr la valorización del patrimonio, determina un proceso de valoración turística del mismo mediante la construcción de atraktividad turística: “se produce un uso del patrimonio para fines turístico-recreativos” (Pinassi, 2017, p. 105). Concretar una relación entre el patrimonio y turismo, equivale a su inserción en el mercado lo cual produce modificaciones cualitativas en las activaciones y en su evaluación. Por lo tanto, las activaciones patrimoniales y el turismo contribuyen a una continua reformulación de la identidad local (Gambarota, *et al.*, 2018, p. 290).

Este proceso se manifiesta de dos formas: a partir de la puesta en valor turística de los patrimonios locales legitimados por la comunidad que le otorga valores identitarios o a través de procesos de construcción social que surgen a partir de patrimonios que no son propios del lugar, sino que son construidos socialmente con base en intereses específicos de los actores sociales involucrados (Guerrero y Gallucci, 2015) entre los que se pueden mencionar los actores estatales y no estatales (empresas, medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil). De esta manera, es posible afirmar que el turismo resignifica el patrimonio a partir de procesos sociales de construcción de atraktividad turística, que generan una dinamización del territorio a través del turismo.

### **3. METODOLOGÍA**

Se parte de una indagación bibliográfica sobre el patrimonio territorial y el turismo naranja o también conocido como turismo cultural creativo, así como respecto al proceso de activación turística y patrimonialización de los recursos. A partir de la conceptualización de turismo creativo se proponen tres criterios que se desprenden de la definición establecida por UNESCO (2009), los cuales se analizan en los dos casos de estudio a los fines de cumplir con el objetivo del trabajo. Los criterios propuestos son: (1) los turistas participan de una



experiencia de aprendizaje; (2) el hacer de los turistas se convierte en una herramienta de interpretación activa del patrimonio y (3) hay interacción entre visitantes y residentes que genera una oportunidad para la comunidad local.

Luego, se presenta una breve caracterización del territorio de estudio mediante un trabajo de campo. Seguidamente se analizan ambos proyectos, por un lado, “Pehuen Có Cuna de megaterios” considerando datos primarios obtenidos de una entrevista realizada a la Dra. Teresa Manera. Por otro lado, “Isla Invisible” con datos obtenidos a partir de entrevistas a artistas locales: Agustín Rodríguez creador y coordinador del proyecto y a Massi Díaz, artista y participantes de la primera residencia.

### 3.1. Descripción de las áreas de estudio

#### 3.1.1. Caracterización de Pehuen Có

Pehuen Có es un balneario localizado en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires (Argentina), sobre la costa atlántica. Pertenece al partido de Coronel de Marina Leonardo Rosales, situándose a 68 km de Punta Alta (ciudad cabecera del partido) y a 85 km de Bahía Blanca. El ingreso a la villa se realiza por la Ruta Provincial N°113/2, la cual conecta con la Ruta Nacional N°3 (Figura 2).

**Figura 2: Localización de la localidad de Pehuen Có**



Fuente: Larreche, J. *et al*, (2014)

La localidad fue fundada en 1948 y su nombre significa pino y agua (araucano). Se emplaza en un plano irregular, a 15 metros sobre el nivel del mar, posee todas sus calles aún sin asfaltar y son muy forestadas principalmente con pinos y eucaliptos. Su desarrollo es paralelo a la costa, la cual tiene una orientación Este - Oeste. No existen edificaciones que superen los tres pisos y las casas tienen parque o jardín a su alrededor.

La zona céntrica y comercial es muy reducida. En la actualidad, posee 900 habitantes permanentes (Dirección de Turismo de Coronel Rosales, 2021) y es de destacar la presencia de segundos residentes que en su mayor parte se instalan durante los meses de la época estival. A lo mencionado se suman los visitantes, los cuales pueden llegar alrededor de 20.000 personas por día entre los meses de diciembre a marzo (Dirección de Turismo de Coronel Rosales, 2021), si bien hay que considerar que la época estival 2020-2021 se desarrolló particularmente, por las restricciones ocasionadas por el COVID-19.

La extensión de la playa es de 10 km de largo y 143 metros de ancho, en cuya parte alta se halla un grupo de dunas bajas y en la parte inferior, se constituye un yacimiento fosilífero (Bustos, 2012). En las proximidades de la costa alcanzan una altura de 10 metros con médanos sin vegetar, médanos cubiertos por tamariscos (*Tamarix gallica*), acantilados artificiales y afloramientos de arena cementada (Calo *et al.*, 1998; Bustos, 2012).

Pehuen Có, es un destino turístico litoral del sudoeste bonaerense, donde el patrimonio también ha sido objeto de atención turística en las últimas décadas, posibilitando la diversificación del producto turístico principal (sol y playa) permitiendo el desarrollo de nuevos productos turísticos en torno a los recursos paleontológicos del territorio (Vera, 2002; Vera y Baños, 2010).

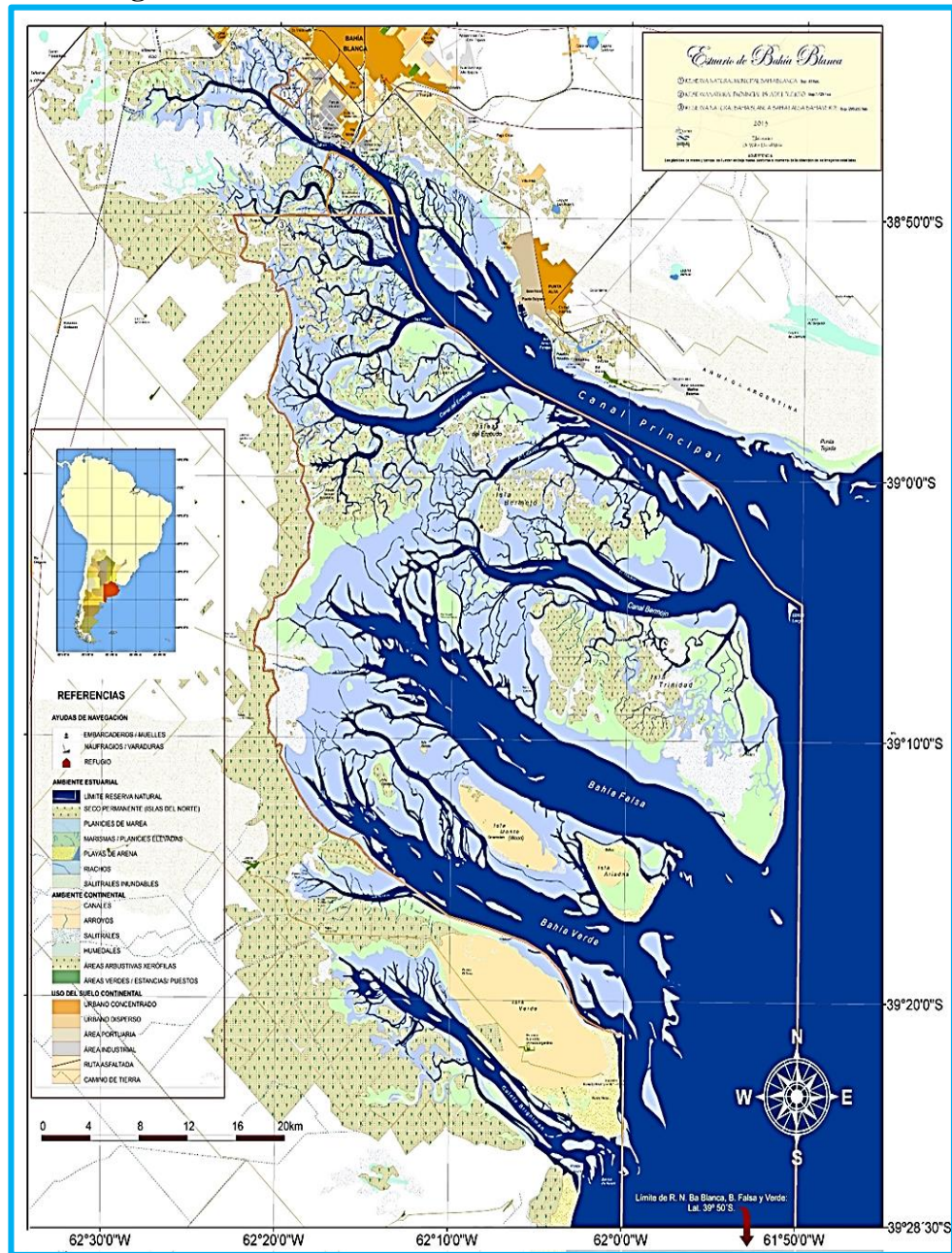
### **3.1.2. Caracterización del estuario de la Bahía Blanca**

El estuario de la Bahía Blanca, de aproximadamente 3000 km<sup>2</sup>, se encuentra al sudoeste de la provincia de Buenos Aires (Argentina). En el interior de este estuario existen extensas planicies de mareas, riachos y canales que conforman un gran ecosistema marino. Entre los canales, el más destacado, es el Canal Principal que por su profundidad y longitud permite el acceso y navegabilidad de buques de gran calado a los puertos de Ingeniero White y Coronel Rosales (Melo *et al.*, 2003).

En este ambiente, a partir del año 1998 bajo la Ley 12.101, se reconoce a la Reserva Natural Bahía Blanca, Bahía Falsa y Bahía Verde con una extensión de más de 200 mil

hectáreas bajo la categoría de Uso Múltiple (desde aquí RNUM) (Figura 3).

**Figura 3: Estuario de la Bahía Blanca**



Fuente: Melo W. (2016)

Está ubicada en la zona costera frente a los Municipios de Coronel Rosales, Bahía Blanca y Villarino; comprende a un conjunto de islas, canales y bahías, de extraordinaria riqueza natural, singular belleza paisajística, importantes atributos biológicos y rasgos culturales, tanto históricos como contemporáneos. Las islas que la conforman son: Embudo, Bermejo, Trinidad, Monte, Ariadna y Zuraita. Gran parte de la Reserva está caracterizada por ser un humedal costero con extensas áreas de cangrejales y planicies de marea, siendo uno

de los humedales “más importantes de la costa atlántica argentina” (Massola, 2016:27).

Al sistema provincial de Áreas Naturales Protegidas se incorpora la Isla del Puerto a través del Decreto 469/2011. Esta Reserva Natural Integral denominada “Isla de la Gaviota Cangrejera” o “Islote del Puerto” está situada frente al Puerto de Ingeniero White. Aquí se ubica la colonia reproductiva más grande del mundo de Gaviota Cangrejera (*Larus atlanticus*), una de las cinco especies de gaviotas en riesgo de extinción del mundo. Tanto esta área protegida como la RNUM forman parte del sistema provincial de áreas protegidas del Ministerio de Ambiente de la Provincia de Buenos Aires.

A su vez, el estuario de la Bahía Blanca fue designado en 2016 como “Sitio de Importancia Regional” por la Red Hemisférica de Reservas para Aves Playeras (RHRAP), para conservar aves migratorias que pasan por los humedales.

A los espacios antes mencionados se les inducen determinados valores patrimoniales comunes al pertenecer al área litoral, pero este espacio natural y su valor ecosistémico, social y cultural, es poco conocido o pasa inadvertido por la sociedad. Uno de los motivos es que se encuentra en una zona con accesibilidad limitada y esto no posibilita a residentes y visitantes un contacto más estrecho con esta área.

Desde el punto de vista turístico-recreativo, la RNUM posee atractivos naturales y culturales diferenciales que hacen de la misma un área con vocación turística. Su paisaje nativo local, junto a una rica historia y cultura asociadas al mar y sus recursos, posibilitan el desarrollo de actividades enmarcadas en el ecoturismo, ampliando la oferta turística de la Región del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y generando múltiples beneficios sociales, ambientales, educativos y económicos (Sotelo y Massola, 2008).

#### **4. PROYECTOS CREATIVOS VINCULADOS A LA CULTURA LOCAL**

##### **4.1. Proyecto “Pehuen Có cuna de megaterios”**

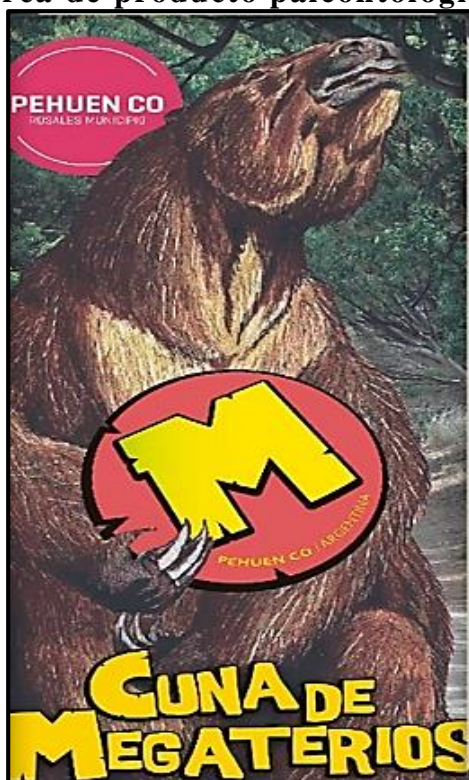
En 2016, un grupo de comerciantes junto con el área de Turismo y de Comunicación de Coronel Rosales lanzaron “Pehuen Có, Cuna de Megaterios” como marca de un producto que busca consolidar una nueva imagen para la promoción de la villa (Figura 4).

El proyecto “Pehuen Có cuna de megaterios” busca incrementar la demanda gracias a la promoción de atractivos complementarios al de sol y playa relacionados al turismo paleontológico y contribuir a la puesta en valor de los recursos paleontológicos a través de la creación de un parque temático en la plaza Benito Carrasco de la localidad, donde se han ido emplazando con el correr de los años diversas réplicas a escala real de animales extintos que habitaron el área hace 12.000



años atrás: Megaterio, Gliptodonte, Tigre dientes de sable, Macrauchenia y Notiomastodonte.

**Figura 4: Marca de producto paleontológico Pehuen C6**



Fuente: Turismo de Coronel Rosales (2021)

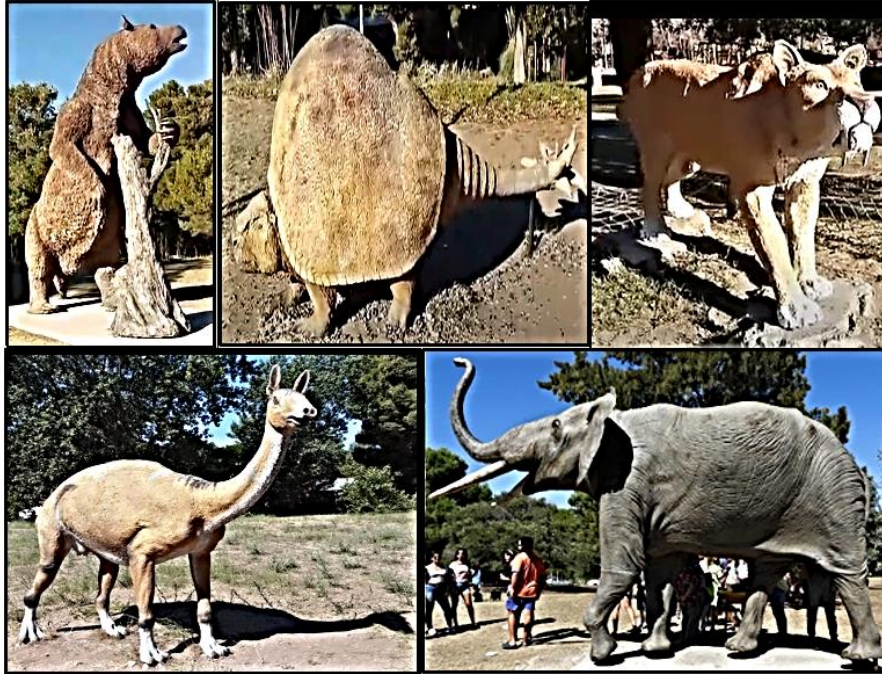
Con el aporte de los profesionales del Museo de Ciencias Naturales de Punta Alta, de la Sala de Interpretación Paleontológica “Florentino Ameghino” de Pehuen C6 y la conformación de un fondo aportado por los comerciantes de \$200.000, se encargó la construcción de un Megaterio a Fernando Cárdenas, experimentado escultor de dinosaurios. Simultáneamente se creó la imagen del proyecto, ideada “Ad honorem” por el diseñador gráfico Leandro Di Giacomo.

Aquí lo destacable e importante es la unión producida entre los comerciantes para alcanzar un crecimiento comunitario. Teresa Manera, (directora del proyecto), lo resalta considerando muy importante el compromiso con este aspecto de Pehuen C6, ya que, por fin es toda la comunidad que se suma a una iniciativa.

Con el correr de los años se han ido incorporando más réplicas de animales extintos tales como, Gliptodonte (2018) que también estuvo financiado en un 100% por los comerciantes pehuenquinos, Tigre dientes de sable (2019), Macrauchenia (2019) y Notiomastodonte (2020) quienes forman parte de una segunda etapa del proyecto (Figura 5) y cuya financiación también contó con aportes del Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología (FONCyT) gestionados por Fundación del sur para el desarrollo tecnológico

(FUNDASUR), del Municipio de Coronel Rosales y de la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires.

**Figura 5: Réplicas de animales extintos ubicados en el parque temático**



Fuente: Gambarota, D. (2022)

En la actualidad, se está trabajando para colocar códigos QR en cada réplica a fin de brindar información a partir de su escaneo, así como en el diseño paisajístico del parque (Manera, 2021).

#### **4.2. Proyecto “Isla invisible”**

“Isla Invisible” (Figura 6) es un proyecto que organiza el Museo Ferrowhite (Ingeniero White) y el Servicio de Guardaparques de las Reservas Naturales bajo la coordinación de Agustín Rodríguez (artista y docente), con la idea de llevar a cabo viajes y residencias en las islas del estuario.

**Figura 6: Logo del proyecto Isla Invisible**



Fuente: Página oficial del proyecto (2021)

La finalidad es recorrer el territorio de la reserva para realizar producciones artísticas que luego sirvan para acercar a la comunidad imágenes y sonidos de un ecosistema que para la mayoría de la población es casi desconocido.

Este evento es de convocatoria abierta, y se presentan personas tanto a nivel regional, nacional como internacional, permitiendo la formación de un equipo compuesto por los seleccionados, e integrantes del grupo de trabajo de Ferrowhite y de la Reserva Natural.

A partir de esta experiencia en las islas, se llevan a cabo exposiciones, se edita el material de difusión y se participa en distintos espacios de sociabilización (artísticos, educativos, académicos, eventos) (Figura 7). De esta manera, se logra difundir no solo el trabajo realizado por los participantes de las residencias sino también dar a conocer lo que existe más allá del puerto local.

**Figura 7: Muestra de la residencia a Isla Bermejo, en la Fiesta de los Humedales de Villa del Mar**



Fuente: Matamala, R. (2022)

Como parte del trabajo de campo se entrevistó a Massi Díaz (artista y profesor de artes visuales), que a su vez fue participante del primer viaje de Isla Invisible, realizado a la Isla de la Gaviota Cangrejera a fines del año 2017. El entrevistado manifestó que antes de hacer el viaje cada integrante debe llevar un proyecto o una idea de cómo apreciar ese contexto, al cual van a sumergirse. Es así, como de esa primera experiencia se obtuvo el siguiente resultado: las personas relacionadas a la cerámica (con la arcilla de la ría hicieron cacharros y se dejó en la isla para próximos visitantes); se hizo una mesa y bancos con maderas que se encontró (material que deja la marea); una producción desde la narrativa; minidocumental de la noche en la isla y como las gaviotas se ven afectadas por el movimiento y luminarias del polo petroquímico ubicado en Ingeniero White.

En el caso de Massi, tuvo dos ideas: por un lado, buscar en el suelo de la isla el impacto de las personas en el lugar a través de las huellas, para eso juntó dos porciones de la isla con las pisadas. Por otro lado, se relaciona con parte de su trabajo que es recolectar objetos (fragmentos de vidrios, parte



de piezas industriales, minerales, etc). El artista trajo materiales, principalmente industriales, para analizar la convivencia del hombre en la costa, con el fin de ver cómo impacta en ese ecosistema. En ese trabajo de juntar piedras, se encuentra con fragmentos de gliptodonte, por lo que hizo dos cajas como módulos didácticos (Figura 8) para que sean utilizados como material pedagógico en la visita de alumnos tanto en el Museo como en la oficina de Guardaparques de la Reserva. Uno de los módulos tiene que ver con la relación del hombre, el polo petroquímico y el impacto en ese lugar. El otro módulo, se vincula con lo más agreste, con lo natural. Resulta ser que esas piezas de gliptodonte tienen que ver con el dragado que se hizo en el Canal Principal para el acceso de grandes barcos (año 2013), es así que se reactiva el tema de la agresión e impacto del hombre en ese lugar.

**Figura 8: Cajas pedagógicas con los objetos y fragmento de caparazón de gliptodonte**



Fuente: Massi Diaz (2018)

El primer viaje del proyecto se llevó a cabo a fines del año 2017 y el segundo en el 2018, ambas residencias se desarrollaron en el Islote del Puerto o Isla de la Gaviota Cangrejera. La tercera edición fue en el 2019 con mayor cantidad de personas entre ellos guardaparques, científicos, artistas y trabajadores del museo, esa vez el viaje fue más extenso y con más noches de estadía ya que se adentraron a la Isla Bermejo. Luego, de cada viaje se armaron las muestras con los trabajos de los diferentes participantes con el objetivo de dar a conocer lo que hay en esos lugares.

Debido a la pandemia, la última muestra fue suspendida hasta el año 2021 cuando se permitieron los encuentros al aire libre. La muestra pasó a llamarse "Territorios sensibles" y tuvo tres encuentros, los cuales se denominaron: Estar, Ver y



Señalar. De esa manera, se logró dar difusión de todo el material recabado desde el primer viaje de “Isla Invisible”.

## **5. DISCUSIÓN**

Retomando lo expuesto en el apartado metodológico, se proponen tres criterios que se desprenden del concepto de turismo creativo los cuales se analizan en los casos de estudio; los mencionados son: (i) los turistas participan de una experiencia de aprendizaje; (ii) el hacer de los turistas se convierte en una herramienta de interpretación activa del patrimonio y (iii) hay interacción entre visitantes y residentes que genera una oportunidad para la comunidad local.

Según estos criterios se puede aseverar que el proyecto “Isla Invisible” cuenta con una participación directa de los visitantes en el territorio por la posibilidad de conocer parte del estuario que sin Isla Invisible o sin autorización previa es difícil de acceder y por el hecho de convivir bajo inclemencias climáticas y propias del lugar que hacen que los visitantes de alguna manera se lleven un aprendizaje más allá de la idea de proyecto antes de embarcar. En cuanto al segundo criterio, la producción de los visitantes genera diferentes interpretaciones del patrimonio territorial, esto se logra a través de las diversas propuestas artísticas que realizan (canciones, poemas, fotografías, instalaciones, vídeos, arte textil y performance). Sin embargo, no existe un contacto directo con los residentes más allá de los guías o coordinadores del proyecto.

Por otro lado, en la experiencia “Pehuen Có Cuna de Megaterios” se observa que se produce una experiencia de aprendizaje al conocer los aspectos vinculados al pasado ambiental de la localidad, de los animales que allí habitaron y cómo dejaron su huella en el territorio. En relación al segundo criterio, si bien los visitantes tanto en la reserva natural contemplan las huellas como en la plaza Carrasco tomando contacto con las réplicas de animales extintos, se acercan al patrimonio paleontológico de la localidad, puede decirse que aún no se desarrollan actividades en donde el hacer del turista implique una interpretación activa del patrimonio. Por lo cual existe un espacio para la programación y el diseño de potenciales actividades creativas por parte del gobierno municipal y los actores que participan en la gobernanza del recurso patrimonial. Asimismo, y en correspondencia al tercer criterio, existe un mayor contacto entre la comunidad local y los visitantes que en el caso de Isla Invisible. Esto se fundamenta en que, además de desarrollarse visitas guiadas al sitio paleontológico se realizan encuentros en la Sala Paleontológica Florentino Ameghino, además se comenzaron a desarrollar ferias con artesanías y productos locales en la plaza donde se recrea el ambiente paleontológico extinto.

Por lo tanto, puede afirmarse que, en ambos proyectos las actividades organizadas tienen como objeto principal la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico y patrimonial.

Finalmente, según lo analizado, en la tabla 1 se resume la evaluación del grado de cumplimiento de los tres criterios propuestos para ambos proyectos. La evaluación del grado de adecuación de la propuesta al concepto de turismo naranja se realizó teniendo en cuenta el cumplimiento de los diferentes criterios propuestos. Así, el nivel de adecuación de cada proyecto se considera: (1) alto: si el proyecto cumple con los tres criterios propuestos; (2) medio: si cumple medianamente dos y (3) bajo: si solo se verifica el cumplimiento de un criterio. Para ambos proyectos puede decirse que el nivel de cumplimiento es medio, lo cual indica que aún existe espacio para generar iniciativas que los potencien contribuyendo a que se genere una interacción entre los residentes y los visitantes.

**Tabla 1: Nivel de adecuación de los proyectos**

Criterios	Proyectos	
	Pehuen Có Cuna de Megaterios	Isla Invisible
Los turistas participan de la experiencia de aprendizaje	Se cumple	Se cumple
El hacer de los turistas se convierte en una herramienta de interpretación activa del patrimonio	Se cumple medianamente	Se cumple
Hay interacción entre visitantes y residentes que genera una oportunidad para la comunidad local	Se cumple medianamente	No se cumple

Fuente: elaboración propia (2022)

## 6. CONCLUSIONES

Cualquier comunidad puede aprovechar a consciencia sus recursos patrimoniales para generar propuestas distintivas, ya que en un mundo de homogeneización lo singular frente a lo masivo resulta actualmente una ventaja competitiva. En el contexto actual, donde se propicia la activación patrimonial de diferentes componentes en diversos espacios de ocio y

recreación, surge la oportunidad de crear nuevos usos del patrimonio territorial.

En el caso de la localidad de Pehuen C6 el impulso del turismo naranja de la mano del fomento y activaci6n de los recursos paleontol6gicos, contribuir6 a contrarrestar la estacionalidad de la demanda propia de un destino predominantemente de sol y playa.

Ser6a recomendable reconducir las iniciativas existentes en materia de intervenci6n/inversi6n cultural-patrimonial para que sean reorientadas y lograr de esta manera, su mayor potencial dentro del enfoque de turismo creativo.

Por otra parte, en el estuario de la Bah6a Blanca se encuentran islas e islotes que conforman Reservas Naturales las cuales han estado invisibilizadas mucho tiempo, donde parece que la sociedad ha evolucionado a espaldas de este entorno. Isla Invisible es un proyecto art6stico que busca visibilizar esos ecosistemas olvidados, dar a conocer esas islas que rodean a Bah6a Blanca. Se trata de viajes que como productos surgen canciones, dibujos, danzas, videos, entre otros.

Ambos proyectos pueden ser promocionados bajo el concepto de turismo naranja o turismo creativo dado que cumplen moderadamente con las condiciones establecidas en los criterios de evaluaci6n propuestos a partir de la definici6n de UNESCO (2009). Isla Invisible es un producto atractivo que si contara con m6s ediciones anuales podr6a atraer m6s visitantes y lo que ello conlleva en la cadena productiva del turismo. Pehuen C6 Cuna de Megaterios si bien se encuentra cada vez mejor posicionado, podr6a incorporar la realizaci6n de talleres, b6squeda de recursos in situ, producci6n de elementos artesanales relacionados a la tem6tica, entre otros, a fin de ofrecer a los turistas y visitantes un abanico variado vinculado al turismo creativo, provocando que los criterios (ii) y (iii) se cumplan plenamente.

## 7. REFERENCIAS

- BERTONCELLO, R. (2002): "Turismo y territorio. Otras pr6cticas, otras miradas". *Revista Aportes y Transferencias. Tiempo libre, turismo y recreaci6n*, 6(2), 29-50. Mar del Plata: Centro de estudios tur6sticos, Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/259/1/Apo2002a6v2pp29-50.pdf>
- BERTONCELLO, R. (2008): *Turismo y Geograf6a: lugares y patrimonio natural – cultural de la Argentina*. Buenos Aires: ediciones Ciccus.
- BERTONCELLO, R. y TRONCOSO, C. (2003): "El lugar y las redes. Turismo en Quebrada de Humahuaca (Argentina)". *Revista Huellas*, 8, 11-38.

- BUITRAGO RESTREPO, F. y DUQUE MÁRQUEZ, I. (2013): *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. BID.
- BUSTOS, M. L. (2012): *Estudio integrado ambiental del balneario Pehuén Co.* p. 231. Tesis Doctoral (Inédita), Departamento de Geografía y Turismo, UNS.
- CALO, J., FERNANDEZ, E., MARCOS, A. y ALDACOUR, H. (1998): "Análisis preliminar del balance sedimentario de la playa de Pehuén Co, provincia de Buenos Aires, Argentina". *GEOACTA*, nº 23, 1-12.
- CARBALLO FUENTES, R., MORENO GIL, S., GONZÁLEZ, C. y BRENT RITCHIE, J. (2015): "La creación y promoción de experiencias en un destino turístico: Un análisis de la investigación y necesidades de actuación". *Cuadernos de Turismo*. 35, 71-94. Recuperado de: <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221511>
- DÍAZ ZARCO, V. y CASTRO MORALES, F. (2017): "El turismo emocional creativo: La ciudad como taller inclusivo". *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 357-371. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975093>
- DIAZ, M. [entrevista]. (2021): Por Matamala, R. [Museo de Ciencias de Bahía Blanca], Bahía Blanca, Argentina.
- DIMÉO, G. (1995): "Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle". *Espaces et Sociétés*, 78, 16-33.
- DIRECCIÓN DE TURISMO DE CORONEL ROSALES. Datos sobre Pehuen Có. Disponible en: <http://www.turismorosales.gob.ar/>. Acceso el: 22 de agosto de 2021.
- FERIA TORIBIO, J. (2010): "Patrimonio territorial y desarrollo sostenible: un estudio comparativo en Iberoamérica y España". *Estudios Geográficos*, Vol. (71), 268, 129-159.
- GAMBAROTA, D., LEONARDI, V. y ELÍAS, S. (2018): "Las aguas termales como patrimonio natural y cultural. Potencialidad turística en Bahía Blanca (Argentina)". *International Journal of Scientific Management and Tourism* 4-2, 285-301.
- GRAHAM, B., ASHWORTH, G. H. y TUNBRIDGE, J. (2000): *A Geography of Heritage: Power, Culture, Economy*. Londres: Arnold.
- GUERRERO, A. L. y GALLUCCI, S. (2015): "Aporte teórico conceptual al Turismo como disciplina académica a partir de la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios". *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 1 (13), 145-156. Disponible en: [http://www.pasosonline.org/Publicados/13115/PS0115\\_10.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/13115/PS0115_10.pdf)

- LARRECHE, J. y ERCOLANI, P. (2014): “La huella del segundo residente de Pehuén Co: estudio de una influencia”. *Revista Huellas* n° 18, 37-67.
- LEBRÚN ASPILLAGA, A. M. (2014): “Industrias culturales, creativas y de contenidos”. *Consensus*, 19 (2), 45-57.
- MANERA DE BIANCO, T. [entrevista]. (2021): Por Gambarota, D. [Reserva Geológica, Paleontológica y Arqueológica Provincial “Pehuen Có - Monte Hermoso”]. P. Alta, Arg.
- MASSOLA, V. (2016): “Reserva natural de Uso múltiple Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde y Reserva natural Islote de la Cangrejera o del Puerto”. En *Humedal de Villa del Mar: un desafío turístico*. Compilado por Leonardi, V., Elías, S. y Fernández, M. R. Bahía Blanca: Induvio Editora, 23-40.
- MELO, W; SCHILLIZZI, R.; PERILLO, G. y PICCOLLO, C. (2003): “Influencia del área continental pampeana en la evolución morfológica del estuario de Bahía Blanca”. *Revista Asociación Argentina de Sedimentología*, vol. 10 n° 1: 37-50.
- MELO, W. (2016): *Mapa de Reservas*. En *Humedal de Villa del Mar: un desafío turístico*. Compilado por Leonardi, V., Elías, S. y Fernández, M. R. Bahía Blanca: Induvio Editora
- MOLINA, S. (2016): Turismo creativo. *Investigaciones Turísticas*, 6, 170-173.
- NAVARRO, D. (2015): “Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”. *Revista Cuadernos de Turismo*, (35), 335-357. España: Murcia.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO) (2006): *Towards sustainable strategies for creative tourism*. En Actas de la Conferencia Internacional sobre Turismo Creativo de 2008, Estados Unidos, Argentina y México.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO) (2009): *Política para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Disponible en:  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005\\_Guía.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_Guía.pdf)
- ORTEGA VALCÁRCCEL, J. (1999): “El Patrimonio Territorial: el territorio como recurso cultural y económico”. *Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid-Ciudades*, 4: 33-48.
- PINASSI, A. (2013): “Los recreacionistas culturales y la valoración turístico recreativa de áreas patrimoniales. El caso del centro histórico de Bahía Blanca (Argentina)”.

- 
- PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (11): 351-370.
- PINASSI, A. (2016): *La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca*. Tesis doctoral inédita. Departamento de Geografía y Turismo. UNS.
- PINASSI, A. (2017): *Patrimonio cultural, turismo y recreación: el espacio vivido de los bahienses desde una perspectiva geográfica*. -1a ed.- Ediuns: Bahía Blanca
- PINASSI, A. y SILENZI, D. (2019): "Reconstruyendo el patrimonio cultural: de muelle portuario a paseo turístico-recreativo". *Ateliê Geográfico - Goiânia-GO*, 13, (2), 30-50. Disponible en: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/atelie>
- PRATS, L. (1997): *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- PRATS, L. (1998): "El concepto de patrimonio cultural". *Política y Sociedad*, 27, 63-76.
- PRATS, L. (2005): "Concepto y gestión del patrimonio local". *Cuadernos de Antropología Social*, 21, 17-35.
- PRATS, L. (2011): "La viabilidad turística del patrimonío". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 9, n° 2, 2011, 249-264.
- RED HEMISFÉRICA DE RESERVAS PARA AVES PLAYERAS (RHRAP). Estuario de la Bahía Blanca. Recuperado de <https://www.whsrn.org/bahia-blanca>
- RICHARDS, G. y RAIMOND, C. (2000): "Creative tourism." *ATLAS News*. 23, 16-20.
- RODRIGUEZ, A. [entrevista]. (2021): Por Matamala, R. [Museo Ferrowhite, Ingeniero White]. Bahía Blanca, Argentina.
- SOTELO, M. y MASSOLA, V. (Eds.) (2008): *Plan de Manejo Reserva natural provincial de uso múltiple Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde*. Bs As, Argentina.
- SWARBROOKE, J. (2007): *The development and management of visitor attractions* (2nd ed). Great Britain: Elsevier.
- TRESSERRAS, J. J. (2014): "El turismo naranja, el color del turismo cultural y creativo". *Revista de Economía Creativa*. Santiago Creativo n° 1: 51-52. Programa CORFO del Ministerio de Economía de Chile. Santiago.
- TRESSERRAS, J. J. (2015): "El turismo naranja: el color del turismo cultural y creativo. Rumbo a una alianza estratégica entre los sectores cultural y turístico". Hosteltur. Disponible en: [https://www.hosteltur.com/comunidad/004289\\_el-turismo-naranja-el-color-del-turismo-cultural-y-creativo-rumbo-a-una-alianza-estrategica-entre-los-sectores-cultural-y-turistico.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/004289_el-turismo-naranja-el-color-del-turismo-cultural-y-creativo-rumbo-a-una-alianza-estrategica-entre-los-sectores-cultural-y-turistico.html)

- TRESSERRAS, J. J. (2021): “Los retos del turismo cultural y creativo en las ciudades ibero-americanas”. *CCK Revista*, N° 11, 10-30. Barcelona, España.
- TROITIÑO VINUESA, M. Á., DE LA CALLE VAQUERO, M., GARCÍA HERNÁNDEZ, M. y TROITIÑO TORRALBA, L. (2011): *La funcionalidad turística del patrimonio cultural (BIC) de la Comunidad de Madrid y estrategias de actuación*. Dirección General de Turismo, Madrid.
- TROITIÑO VINUESA, M. Á. y TROITIÑO TORRALBA L. (2015): “Territorio y Sistemas Patrimoniales: la Región Urbana de Madrid”. *Ciudad y territorio: Estudios territoriales*, vol. XLVII, n° 184, 255-273.
- URRY, J. (1996): *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. San Pablo: SESC. Studio Nobel.
- VERA REBOLLO, J. F. (2002): “Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales: la revalorización del patrimonio cultural y urbano”. *Estrategias turísticas urbanas*, Universidade de Vigo, Asociación Galega de Ciencia Rexional, 187-207.
- VERA REBOLLO, J. F. y BAÑOS CASTIÑEIRA, C. (2010): “Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, 329-353.

#### **Normativas**

- DECRETO 469/2011. Creación de la Reserva Natural Integral “Isla de la Gaviota Cangrejera” o “Islote del Puerto”.
- LEY N° 12.101/1998. Declaración de la Reserva Natural Provincial de Usos Múltiples "Bahía Blanca, Bahía Falsa y Bahía Verde".