



proceso participativo para la elaboración del

Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta de la Garnacha

Proceso participativo para la elaboración del Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta de la Garnacha

TALLER 3. IMAGEN Y PROMOCIÓN

ACTA DE LA SESIÓN

Borja, Miércoles 17 de mayo de 2017



#paisajerutagarnacha



ÍNDICE

ÍNDICE	2
1 INTRODUCCIÓN	3
2 ORGANIZACIÓN DE LA SESIÓN	6
3 ASISTENTES	7
4 BIENVENIDA Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROCESO	8
5 CONTRASTE DEL OBJETIVO DEL EJE 3 “IMAGEN Y PROMOCIÓN”	9
6 CONTRASTE Y APORTACIONES A LAS LÍNEAS DE TRABAJO DEL OBJETIVO ESTRATÉGICO 3 “IMAGEN Y PROMOCIÓN”	10
7 EVALUACIÓN DEL TALLER. DESPEDIDA.....	19
8 DIFUSIÓN EN LAS REDES SOCIALES.....	21

1 INTRODUCCIÓN

El paisaje como elemento de calidad de vida e identidad colectiva precisa de políticas específicas de protección y gestión que concilien la necesidad de conservar sus valores originales con su carácter de elemento en constante evolución. Estas políticas deben inspirarse en los principios y mandatos de la Convención Europea del Paisaje, aprobada por el Consejo de Europa el 20 de octubre de 2000.

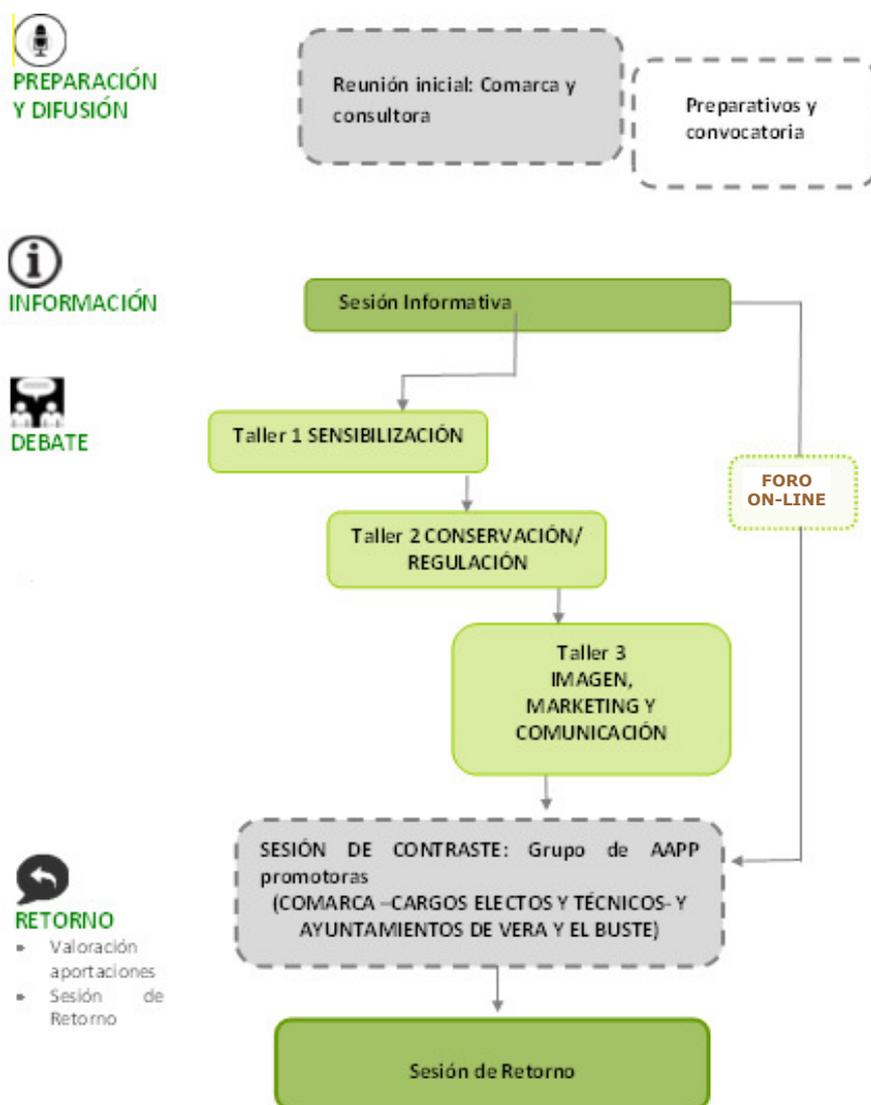
La gestión del destino turístico de la Comarca Campo de Borja es la que en 2014 hizo que se planteara la puesta en valor del paisaje cultural como recurso turístico de primer orden ya que buena parte del producto turístico creado (enoturismo) así como los que están en proceso de creación (ecoturismo y turismo fluvial) dependen estrictamente de este elemento.

La importancia del paisaje cultural no es puesta sobre la mesa hasta que la industria turística así lo hace, de forma que el territorio y bajo la figura de la Ruta de la Garnacha inicia un extenso Plan de Trabajo sobre el Paisaje hasta la fecha jamás visto en el Campo de Borja. Un trabajo complejo que poco a poco va concienciando a las instituciones y la sociedad. Fruto de este trabajo, **el paisaje Campo de Borja y DO. Campo de Borja es declarado Espacio de Interés Turístico de Aragón (EITA) el 30 de junio de 2015 por el Gobierno de Aragón.** Siendo el segundo territorio de la comunidad aragonesa en ser distinguido con esta denominación.

Entre las razones esgrimidas para esta concesión, figura la acreditación de que el territorio que abarca el Campo de Borja y la DO Campo de Borja reúne a 20 localidades unidas por el nexo común del paisaje vitivinícola de la garnacha y posee singularidad propia y extraordinario valor cultural y medioambiental o los trabajos iniciados para el cuidado del entorno urbano y paisajístico, la calidad y grado de conservación del espacio, con el apoyo e impulso de la Asociación para la promoción turística de la Ruta de la Garnacha y del Observatorio del Paisaje, y la participación de agentes públicos, como la Comarca Campo de Borja y privados.

En el marco del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas (2017), se celebrará un proceso de participación ciudadana en el territorio del Campo de Borja cuyo debate principal será la puesta en valor, conservación y mantenimiento del paisaje cultural distinguido “Espacio de Interés Turístico de Aragón”.

El presente proceso de participación ciudadana se encuadra en el Plan de Trabajo Paisaje EITA, incluido a su vez en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Comarca Campo de Borja. Este Plan pretende ser de referencia en la gestión del paisaje cultural EITA. La estructura diseñada durante la fase previa de preparación es la siguiente:



La Sesión Informativa, celebrada el 19 de abril, supone el inicio formal del proceso. Durante esta sesión la Comarca justifica la necesidad de dotarse de un Plan de Gestión del Paisaje y explica el contenido del borrador elaborado que será sometido a debate y desde *Aragón Participa* se detalla la metodología y cronograma del proceso de participación ciudadana.



La fase de debate continuará con tres talleres participativos a desarrollar los días 3, 10 y 17 de mayo en el Salón de plenos de la Comarca y una sesión de contraste con cargos electos y técnicos de las administraciones promotoras (Comarca Campo de Borja y Ayuntamientos de El Buste y Vera del Moncayo), en la que se presentarán y debatirán todas las aportaciones recibidas.

Además de los talleres participativos presenciales, en la página *web* de *Aragón Participa* (<http://aragonparticipa.aragon.es/plan-de-gestion-del-paisaje-de-la-ruta-de-la-garnacha-en-la-comarca-campo-de-borja>) se ha habilitado un foro *on-line* para que cualquier vecino, vecina, entidad o asociación pueda realizar aportaciones al borrador de Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta de la Garnacha.

Finalizada la fase de participación y debate, se convocará una Sesión de Retorno, a celebrar el 31 de mayo, en la que la Comarca justificará las decisiones adoptadas respecto a las aportaciones y comentarios recibidos. Posteriormente, el Plan resultante se debatirá y aprobará en el pleno del consejo comarcal del 28 de junio, previo al Día del Paisaje de la Comarca, que se celebra el 30 de junio.

A continuación, se plasman las aportaciones recibidas durante el tercer taller participativo celebrado el 17 de mayo en el Salón de Plenos de la Comarca Campo de Borja.

2 ORGANIZACIÓN DE LA SESIÓN

El taller deliberativo 3, se llevó a cabo el miércoles **17 de mayo de 2017**, en el Salón de Plenos de la Comarca Campo de Borja. El horario previsto era de 18:00 a 20:00 horas, dado que se comenzó más tarde y se generaron numerosas aportaciones e intensos debates, el horario fue de 18:30 a 21:30 horas.

Los **objetivos** de esta sesión eran los siguientes:

- Contrastar el articulado correspondiente al Eje u objetivo estratégico 3 sobre Imagen y Promoción.
- Recoger propuestas concretas en torno a las líneas de trabajo previstas en el Objetivo Estratégico 3 sobre Imagen y Promoción.

Para el desarrollo del taller, el programa diseñado fue el siguiente:

18:00. Bienvenida y contextualización del proceso

18:15. Contraste del objetivo del eje 2 “Imagen y Promoción”

18:30. Contraste y aportaciones a las líneas de trabajo del Eje/Objetivo Estratégico 2 “Imagen y Promoción”

- Trabajo en grupos (recorrido de cada grupo por los paneles/mesas de trabajo)
- Puesta en común en plenario
- Conclusiones

20:00. Evaluación del taller y despedida

3 ASISTENTES



Las personas asistentes son:

Participantes (7)

Apellidos	Nombre	Entidad
Aznar San Martín	Pedro José	Presidente de la Ruta de la Garnacha
Martínez	Anabel	Oliambel
Pou Cantallops	Jaime	Aventuras Bajo Cero, S.L.
Redondo Montero	Rosa M ^a	Mi Casa Loft (V.U.T.)
Regueiro Artigas	Roberto	Gerente de la Ruta de la Garnacha
Ruiz Marcellán	M ^a Carmen	Asociación para la defensa y promoción de bienes culturales de Agón y de Gañarul
Sánchez Matute	Susana	Aventuras Bajo Cero, S.L.

Organización (2)

Apellidos	Nombre	Entidad
López Miguel	Julián	Equipo de facilitación, idema
Serrano Larraz	Manuel	Equipo de facilitación, idema

4 BIENVENIDA Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROCESO



Julián López, del equipo de facilitación del proceso, da la bienvenida y agradece la asistencia.

Expone el motivo del taller de hoy y el programa diseñado para alcanzar los objetivos previstos. Recuerda brevemente los objetivos del proceso de participación que se está desarrollando así como las diferentes vías puestas a disposición de la ciudadanía y agentes del territorio para su participación.

Explica que la dinámica a seguir será similar a la de las sesiones anteriores, combinando trabajo en plenario y en grupos:

1. Contraste, en plenario, del objetivo del Eje 3 “Imagen y Promoción”.
2. Contraste y aportaciones de las líneas de trabajo contempladas para la promoción del Paisaje del Espacio de Interés Turístico de Aragón de la Ruta de la Garnacha. Se empleará una dinámica basada en el “World Café” o “Café Mundo”. Para ello se han preparado tres espacios en el salón de actos con paneles para:
 - Contrastar las 14 líneas de trabajo previstas. El contraste significa la posibilidad de modificar, ampliar, eliminar, cambiar de eje...cualquiera de las líneas contempladas.
 - Recoger propuestas concretas para cada una de las líneas de trabajo.

Las personas asistentes, divididas en dos grupos, realizarán propuestas de forma positiva, no de los problemas que tienen en el presente con relación al tema, y rotarán por los tres paneles.

Las aportaciones recogidas se anotarán en etiquetas autoadhesivas que se colocarán sobre los paneles o bien se redactarán o dibujarán directamente sobre ellos, para que el siguiente grupo pueda ampliar o matizar las mismas.

Como punto final a la dinámica, después de la última ronda, se podrán en común todas las aportaciones recogidas para su debate y aceptación (o no) en plenario.

5 CONTRASTE DEL OBJETIVO DEL EJE 3 “IMAGEN Y PROMOCIÓN”

Contraste del objetivo de “Imagen y Promoción”

La imagen del destino deberá ser común a los 20 municipios EITA, logrando posicionar el territorio a un segmento de público determinado: respetuoso con el patrimonio cultural y paisajístico; amante de la naturaleza y del deporte; y de los productos locales (gastronomía y cultura del vino).

¿Algún comentario o aportación al Objetivo del eje?



Se está de acuerdo con la redacción y contenido del objetivo. No obstante, se remarca la importancia de una imagen común o marca a los 20 municipios EITA.

Roberto Regueiro, indica que la imagen del EITA se asocia a la Ruta de la Garnacha y que se trata de vender esta “marca” como un producto que beneficie a los 20 municipios aunque no estén dentro de la misma.



6 CONTRASTE Y APORTACIONES A LAS LÍNEAS DE TRABAJO DEL OBJETIVO ESTRATÉGICO 3 “IMAGEN Y PROMOCIÓN”

Como punto inicial, se leen y explican las 14 líneas de trabajo para su correcta comprensión. Ante el elevado número de líneas y con contenidos similares en algunas de ellas, se pregunta si consideran pertinente la agrupación de líneas de trabajo bajo un nuevo título (o bien la inclusión de alguna línea de trabajo más específica en otra más genérica).

Eje 3. Imagen y Promoción. Líneas de trabajo

Reflexión:

¿Antes de comenzar con las rondas, consideráis que algunas de las líneas de trabajo deberían agruparse o incluirse en otra?



No se valora la agrupación de líneas de trabajo.

Para la línea 14, se propone incluir el soporte digital en el manual mínimo de uso del EITA, quedando como sigue:

“El territorio deberá contemplar un mensaje común para todos por igual. Este mensaje deberá disponer de un manual mínimo de uso del EITA tanto por escrito (soporte papel y digital –folletos, revistas, prensa, etc.-, señalización -paneles interpretativos, informativos etc.-); oralmente (medios radiofónicos) y gráficamente (uso del logotipo y texto que le acompañe).

LÍNEAS DE TRABAJO:

3.1. Incorporar el paisaje cultural a planes estratégicos y a planes de promoción, como un recurso al que apoyar diferencialmente por las positivas repercusiones que tiene sobre el medio ambiente, las economías locales y la sensibilización de los turistas que lo disfrutan bajo la figura de diferentes productos turísticos, diseñando actuaciones específicas para su apoyo.



Se propone abreviar el texto de la línea 3.1. a como sigue:

“Incorporar el paisaje cultural a planes estratégicos y a planes de promoción, como un recurso que apoye a la sostenibilidad turística diseñando actuaciones específicas”.



Acciones concretas a incluir en la línea 3.1.:

- Invitación, implicación y participación de los agentes del territorio en la elaboración, ejecución y seguimiento de los planes.
- Elaboración de un plan para la fijación de la población en el territorio
- Incorporación de medidas para la ubicación y asentamiento de empresas en el territorio.
- Elaboración de un video promocional destacando los recursos turísticos del territorio (así como productos turísticos) bajo el paraguas de nuestro paisaje cultural.

Nota: Durante el plenario se indica que esta acción concreta también podría incluirse en la línea 3.5. Diseñar y ejecutar una campaña de comunicación.

3.2. Elaborar procedimientos ágiles para facilitar autorizaciones cuando sea pertinente, minimizando sus impactos ambientales, y facilitando su comercialización con la antelación suficiente que demandan las agencias de viaje, empresas de turismo activo y de naturaleza, clubes deportivos, etc.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.2.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.2.:

- Apertura de vías de comunicación entre administración y gestores de destino para agilizar trámites.
- Establecimiento de procedimientos y autorizaciones on-line rápidas.

3.3. Planificar conjuntamente las acciones de promoción con Turismo de Aragón.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.3.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.3.:

- Fomento de otras peculiaridades de la Ruta de la Garnacha (como la ruta de la Vera Cruz, Camino de Santiago, etc).
- Asistencia a ferias especializadas (naturaleza, turismo activo,...) con Turismo de Aragón y otras administraciones (DPZ, ...).

3.4. Apoyar iniciativas locales de promoción del turismo de naturaleza vinculados al sector primario, donde los productos sean un elemento más de las experiencias turísticas.



Se propone incluir al sector económico y social en general y no sólo al sector primario. La nueva redacción quedaría:

“Apoyar iniciativas locales de promoción del turismo de naturaleza vinculados al sector económico y social, donde los productos sean un elemento más de las experiencias turísticas”.



Acciones concretas a incluir en la línea 3.4.:

- Realización/celebración de mercados populares con productos locales.
- Feria de recuperación de oficios antiguos/perdidos.
- Encuentros artesanales anuales de manejo y trabajo de bolillos.
- Reconversión de la red de senderos en Senderos Turísticos de Aragón.

- Señalización de la ruta cicloturista Garnacha&Bike y rutas BTT establecidas dentro del sector familias y aficionados. Todas ellas publicadas en la Web de la Ruta.

3.5. Diseñar y ejecutar una campaña de comunicación que mejore la posición del territorio como destino sostenible y socialmente responsable.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.5.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.5.:

- Campaña de comunicación dirigida al exterior (internacional).
- Cursos de idiomas a gestores de destino.
- Invertir más en comunicación de todos los eventos (por ejemplo, en la próxima celebración de la 1ª edición Ultra Garnacha&Bike el 08 de julio de 2017).
- Puesta en valor de nuestros encuentros lúdicos religiosos perdidos (como las romerías).
- Viaje de prensa. Convocatoria de medios de comunicación para mostrarles la riqueza paisajística y la oferta turística (así como recursos) que se asientan en ella.
- Viaje de prensa para instagramers y bloggers. En ferias más importantes a nivel internacional: convocatoria instagramers, convocatoria bloggers, feria de bloggers.
- Promoción del paisaje vía redes sociales, mailing y entrevistas de radio y prensa.
- Creación de un departamento de prensa en la comarca para comunicación interna y externa.
- Topoguía de senderos y rutas BTT (los senderos son el punto de entrada a nuestro paisaje), dirigiendo al visitante y ciudadano a los lugares mejor considerados y conservados). Desarrollo del paisaje en la misma guía.

3.6. Integrar las experiencias turísticas que se hayan diseñado en los portales oficiales de promoción turística, **explicando convenientemente el término, diferenciándolo adecuadamente en su visibilidad y navegabilidad**, facilitando que los potenciales turistas accedan a las experiencias de los diferentes productos turísticos cuya base sea el paisaje cultural.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.6.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.6.:

- Difusión a través de páginas web institucionales: Turismo de Aragón, DPZ, Ruta de la Garnacha, Observatorio del Paisaje.
- Difusión a través de páginas web especializadas en turismo: Top Rural, Escapada Rural, Tripadvisor.
- Difusión a través de páginas web de las empresas turísticas del territorio.
- Elaboración de una página web de turismo de la comarca.

3.7. Las Entidades Locales con competencias en promoción turística y los municipios ubicados en el paisaje EITA, se coordinarán para **realizar acciones de promoción conjunta, dando participación a las asociaciones de turismo** que estén interesadas en apostar por este producto.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.7.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.7.:

- Reconocimiento de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha como entidad de gestión del destino turístico Campo de Borja.
- Facilitación de espacios para la visibilidad de los recursos por parte de las alcaldías/ayuntamientos.
- Creación de una Mesa de Turismo, a falta de un departamento de turismo de la Comarca, donde se reúnan los agentes territoriales cada cierto tiempo y expongan sus inquietudes y necesidades, así

como rendir cuentas del desarrollo del Plan de Desarrollo Turístico de la Comarca Campo de Borja.

- Reconocimiento del Observatorio del Paisaje como entidad que vele por el buen desarrollo del Pacto por el Paisaje que todos los municipios acuerden. Con un papel de supervisión y ejecución, dotándolo de autoridad y reconocimiento.
- Coordinación con el CESBOR (Centro de Estudios Borjanos).por ejemplo, en la corrección de datos históricos en la comunicación de folletos, etc.
- Promoción de asociaciones sectoriales (alojamientos, hostelería, comercio, empresarios, sector primario) para: asesoramiento sobre legislación, promoción conjunta, central de compras, trabajo conjunto/en red...

3.8. Las empresas deben cooperar con el gestor del destino en proporcionar información a sus clientes sobre el espacio EITA y sus valores, en la promoción conjunta, en la comunicación de la gestión activa que se hace del espacio como destino sostenible. Que apliquen el **concepto de seducción ambiental en la forma de interpretar el patrimonio**.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.8.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.8.:

- Comunicación, por parte de las empresas, de sus actividades y experiencias a la Oficina de turismo, Ruta de la Garnacha y departamentos implicados de la comarca.
- Facilitación de materiales de comunicación a las empresas (notas de prensa, difusión de actividades,...).

3.9. Las empresas deben fomentar nuevas motivaciones en sus clientes por aprender, interpretar la naturaleza y consumir productos locales vinculados al territorio. Deben considerar la necesaria interacción entre el turista y los recursos.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.9.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.9.:

- Puesta en valor del conocimiento del paisaje.
- Creación de nuevas experiencias para vender.
- Colaboración entre empresas.
- Utilización del portal de la Ruta de la Garnacha como herramienta de comercialización de experiencias.
- Fomento del ingenio.

3.10. Promover que se conozca el significado del paisaje cultural EITA y sus repercusiones, y se colabore para colocar este producto en la mente de los ciudadanos, y ayudarles a distinguir las empresas y municipios que han invertido en ser más sostenibles.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.10.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.10.:

- Adhesión como socios voluntarios y sin coste alguno al Observatorio del Paisaje.
- Iniciar los primeros pasos para trabajar la distinción de Destino Turístico Sostenible, se trata de una certificación que nació en la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible de 1995 auspiciada por la Unesco y sirve para distinguir tanto a establecimientos turísticos como a destinos.

3.11. Promover la rigurosidad en la información que proporcionan sobre el destino sostenible EITA, y sobre las empresas cuidando y sensibilizando a sus audiencias sobre los problemas de conservación paisajística y medioambiental.



No se entiende la redacción de esta línea de trabajo (3.11.). Se solicita **que se especifique mejor quién debe promover la rigurosidad en la**

información, si la administración o los gestores finales. Se propone que el Observatorio del Paisaje vele por la rigurosidad en la información.



Acciones concretas a incluir en la línea 3.11.:

- Incorporación, en el stand de turismo de la Ruta de la Garnacha y/o Comarca, de expositores que pongan en valor el EITA. No centralizar la imagen únicamente en el vino, sino en la variedad de sus recursos.

3.12. Que sean cuidadosos en el tratamiento y comunicación de la información especialmente aquella sobre conflictos entre conservación, ecoturismo y actividades del sector primario.



No se entiende la redacción de esta línea de trabajo (3.12.). Se solicita **que se especifique mejor quiénes han de ser cuidadosos** con la información.



Acciones concretas a incluir en la línea 3.12.

- Se incide en que hay que ser especialmente cuidadosos en temas relacionados con la caza y con la aplicación y tratamiento con productos fitosanitarios. El Observatorio del Paisaje puede ser la entidad que “cuide” de la información y “vele” por el cumplimiento de la normativa aplicable a cada caso.

3.13. Las comunidades de redes sociales deben contribuir a divulgar el término paisaje incorporando mensajes positivos sobre el recurso, destacando sus beneficios para los que disfrutan de sus productos turísticos: enoturismo (cultura del vino y gastronomía), ecoturismo (senderismo, btt, vuelos en globo, mushing entre viñedos, etc.) y turismo fluvial.



Se está de acuerdo con la redacción de esta línea de trabajo (3.13.).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.13.:

- Actualización de la página web de la Comarca (que sea operativa y esté bien gestionada).

- Divulgación del paisaje, por parte de las empresas, para que lo entiendan las personas (por ejemplo: en una visita a una bodega que se añada la visita al viñedo y campo cercano).

3.14. El territorio deberá contemplar un mensaje común para todos por igual. Este mensaje deberá **disponer de un manual mínimo de uso del EITA tanto por escrito** (soporte papel –folletos, revistas, prensa, etc.-, señalización -paneles interpretativos, informativos etc.-); oralmente (medios radiofónicos) y gráficamente (uso del logotipo y texto que le acompañe)



Se propone incluir el soporte digital en el manual mínimo de uso del EITA, quedando la redacción como sigue:

“El territorio deberá contemplar un mensaje común para todos por igual. Este mensaje deberá disponer de un manual mínimo de uso del EITA tanto por escrito (soporte papel y digital –folletos, revistas, prensa, etc.-, señalización -paneles interpretativos, informativos etc.-); oralmente (medios radiofónicos) y gráficamente (uso del logotipo y texto que le acompañe).



Acciones concretas a incluir en la línea 3.14.:

- Consolidación de la imagen que ya tenemos, la de la Ruta de la Garnacha como “destino turístico sostenible”. Más logos generarían mayor confusión y aumentarían los recursos económicos necesarios.
- Incorporación de la imagen en todos los folletos de promoción turística, como recurso base a los diferentes productos turísticos existentes.
- Edición en material ecológico y reciclable (y que figure este término en los materiales).
- Elaboración de un manual de identidad/estilo del paisaje en el que se establezcan las mismas directrices para todos a la hora de llevar a cabo la comunicación hacia los medios y la señalización (con contenidos y formato- medidas, colores, tipografía, etc.-), centralizado y revisado por el Observatorio.

7 EVALUACIÓN DEL TALLER. DESPEDIDA

Antes de dar por finalizada la sesión, se entregó a las personas asistentes un cuestionario de evaluación, en el que se solicitaba que valorasen de 1 (valoración mínima) a 10 (valoración máxima) su grado de satisfacción con diversos aspectos de la sesión. Se han obtenido los siguientes resultados medios (se recogen un total de 7 cuestionarios):



Aspecto	Media
<i>En relación a los recursos empleados</i>	
Sala utilizada	7,1
Medios materiales empleados	8,3
<i>En relación a la dinámica del taller</i>	
Metodología utilizada	8,3
Equipo de dinamización	8,6
Posibilidad de expresar tus opiniones	8,9
Duración del taller	7,6
Horario del taller	8,2
<i>En relación al propio proceso participativo</i>	
Grado de consenso alcanzado	9,0
¿En qué medida se están cumpliendo tus expectativas?	8,9
En general, ¿Estás satisfecho/a con el rumbo que toma el Plan de Gestión del Paisaje?	9,1

Además, dos asistentes comentaron que sería deseable mayor participación en los talleres.

Durante la despedida, Julián López indica que se elaborará un acta de la sesión y Aragón Participa la remitirá a todos ellos/as para su validación final e invita a que realicen nuevas aportaciones a través del Foro on-line habilitado

(<http://aragonparticipa.aragon.es/encuesta/plan-de-gestion-del-paisaje-de-la-ruta-de-la-garnacha-en-la-comarca-campo-de-borja>) y a que difundan el proceso entre sus vecinos, vecinas, amigos, amigas y familiares.

Así mismo, se recuerda que este es el último taller presencial y que todas las aportaciones recogidas tanto en los talleres como en el foro on-line serán presentadas y contrastadas en una mesa de trabajo con técnicos y cargos electos de los Ayuntamientos y Comarca a celebrar el próximo 7 de junio. Las decisiones adoptadas en esta mesa de trabajo serán presentadas en la sesión de retorno que se celebrará el 21 de junio. Aunque se les convocará con suficiente antelación se invita a que asistan a la misma.

Roberto Regueiro, gerente de la Ruta de la Garnacha solicita que se se convoque a la Ruta de la Garnacha, al Observatorio del Paisaje Campo de Borja y al Departamento de Ordenación del Territorio del Gobierno de Aragón a la mesa técnica.



8 DIFUSIÓN EN LAS REDES SOCIALES





En Borja, a 19 de mayo de 2017