

Plan de acciones del paisaje EITA- Ruta Garnacha

Espacio de Interés Turístico de Aragón

2017 - 2027



CAMPO DE
BORJA



1. PLAN DE GESTIÓN DEL PAISAJE RUTA DE LA GARNACHA

1.1 Plan de gestión del paisaje

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.

Dentro del Plan de Trabajo sobre el Paisaje, se contemplaba la solicitud al Gobierno de Aragón del reconocimiento del paisaje Campo de Borja y DO. Campo de Borja como Espacio de Interés Turístico de Aragón tanto por el trabajo que se estaba realizando, los resultados que ya se están materializando en el paisaje y **por su especial singularidad: el paisaje vitivinícola.**

Finalmente **el paisaje fue declarado EITA el 30 de junio de 2015 por el Gobierno de Aragón**. Se trata del segundo territorio de la comunidad aragonesa en ser distinguido con esta denominación, ya que desde la concesión a las Hoces del río Mesa en el año 2006, ninguna zona había accedido a esta declaración.

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, ya que muestra elementos característicos y comunes, como las bodegas en cerro, el paisaje de viñedos, las acequias, los yacimientos arqueológicos o los senderos que atraviesan el paisaje.

Todos estos elementos contribuyen a potenciar el atractivo del turismo vinculado al vino o enoturismo, 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. **Los trabajos iniciados para el cuidado del entorno urbano y paisajístico, la calidad y grado de conservación del espacio, y la afluencia de visitantes han sido otros parámetros tenidos en cuenta para este reconocimiento.**

En el marco del **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas (2017)**, se ha celebrado un proceso de participación ciudadana en territorio del Campo de Borja cuyo debate principal ha sido la **puesta en valor, conservación y mantenimiento del paisaje cultural distinguido "Espacio de Interés Turístico de Aragón"** (de ahora en adelante EITA)

El proceso de participación ciudadana se encuadró 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 se ha convertido como referencia en la gestión del paisaje cultural EITA.**

1.2 Declaración del Paisaje

El pasado día los 20 municipios del EITA firmaron la “Declaración del Paisaje” en
Con la firma se **establecieron las bases de una declaración** (extraídas de las conclusiones finales del proceso de participación ciudadana celebrado en la primavera de 2017) **por la que el territorio EITA y en su conjunto, 20 municipios** (Comarca Campo de Borja, Vera de Moncayo y El Buste), **se comprometen mediante un pacto global** (aceptación oficial de la declaración) **a la gestión eficaz, sostenible y respetuosa con el entorno y su paisaje cultural** (conservación y mantenimiento del paisaje cultural).

Esta declaración fue ratificada por el pleno de cada uno de los municipios EITA e integrada en su normativa municipal sobre ordenación urbanística y ambiental”. Esta declaración también fue aprobada por el conjunto del Consejo de la Comarca Campo de Borja.

Declaración del Paisaje” contempla:

1º Que el turismo de naturaleza y/o rural (ecoturismo) por definición incorpora los principios del **turismo sostenible en relación con los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo**. Es decir, se planifica con la participación de todos los actores implicados y contribuye a la calidad de vida de la población local de los destinos donde se desarrolla.

2º El ecoturismo se basa en los recursos más valiosos del paisaje cultural y que precisamente por ello **los criterios de conservación deben primar sobre los de uso turístico**.

La "Declaración del Paisaje" representa:

1º El resultado de un diálogo y consenso sobre la necesidad y oportunidad del paisaje cultural EITA como base en la mejora de calidad de vida de sus ciudadanos así como la mejora de la calidad turística proyectada en los diferentes productos turísticos que posicionan al territorio.

2º El resultado (conclusiones finales) del proceso de participación ciudadana realizado con todos los actores implicados y ciudadanía. El documento base por el que las instituciones públicas del territorio (Ayuntamientos y Comarca Campo de Borja) deberán basar sus estudios y decisiones a la hora de establecer una regulación que vele por la conservación del paisaje cultural.

2. OBJETIVOS DEL PLAN DE GESTIÓN DEL PAISAJE RUTA DE LA GARNACHA

2.1 Sensibilización y comunicación

Objetivo: Contribuir activamente a la conservación del paisaje (natural y cultural), contribuyendo de este modo a una mejora de la calidad de vida de la población local y de la calidad turística del destino.

2.1.1 Contar con el tejido asociativo del territorio estableciendo formas de colaboración voluntaria que contribuyan a la mejora del paisaje. Fórmulas como la observación del entorno durante sus actividades habituales como asociación; comunicación de impactos y alteraciones del paisaje; etc. Implicar al tejido asociativo como "observadores del paisaje"

2.1.2 Difundir entre los más jóvenes mensajes de respeto, conservación y buenos usos del paisaje cultural y entorno.

2.1.3 Implicar a los medios de comunicación en la difusión de un mensaje de concienciación y sensibilización destinado a la población autóctona en materia de respeto, conservación y mantenimiento del paisaje.

2.1.4 Acercar la sensibilización en materia paisajística por mediación de la actividad deportiva, especialmente entre los más jóvenes.

- 2.1.5 Incidir en los beneficios que aporta el cuidado del paisaje a los agentes económicos del territorio (sector empresarial).
- 2.1.6 Difundir entre el colectivo de la 3º edad un mensaje de respeto, conservación y buenos usos del paisaje cultural y entorno.
- 2.1.7 Establecer en los municipios, y lugares adecuados para ello, mensajes de buenas prácticas y usos de ciertos elementos que contribuyen a la mejora y conservación del paisaje tanto urbano como natural.
- 2.1.8 Elaborar un folleto con buenas prácticas básicas en el paisaje, tanto para el visitante como ciudadano.
- 2.1.9 Incentivar a aquellos municipios y empresas que cumplan los objetivos del Plan de Gestión del Paisaje.
- 2.1.10 Ofrecer un servicio de "Atención al visitante/ciudadano" en cuestiones vinculadas a conservación y mantenimiento del paisaje.
- 2.1.11 Intercooperación entre territorios para implementar buenas prácticas y experiencias vinculadas con el desarrollo del paisaje.
- 2.1.12 Implantar la figura de "Observador paisajístico".
- 2.1.13 Apoyo vía ayudas/subvenciones a aquellas asociaciones sin ánimo de lucro comprometidas con los objetivos del Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha.
- 2.1.14 Trabajar por un sello de compromiso por la sostenibilidad del territorio.
- 2.1.15 Intercambiar conocimientos y programación de actuaciones de las diferentes asociaciones cuya actividad se centre o desarrolle en el paisaje.
- 2.1.16 Difundir las cualidades del paisaje EITA.

Acciones:

2.1.1 Contar con el tejido asociativo del territorio estableciendo formas de colaboración voluntaria que contribuyan a la mejora del paisaje. Fórmulas como la observación del entorno durante sus actividades habituales como asociación; comunicación de impactos y alteraciones del paisaje; etc. Implicar al tejido asociativo como "observadores del paisaje"

P.003 Trabajar con asociaciones comprometidas con el patrimonio artístico del territorio EITA; con el medioambiente y paisaje así como agrícolas y agrarias.

P.004 Implicar al tejido asociativo vinculado con el patrimonio artístico, medioambiente, paisaje, desarrollo agrícola y ganadero en la figura de "observador del paisaje" de forma que comuniquen impactos y alteraciones en el paisaje: cúmulo de residuos, daños en los senderos, malas prácticas, etc. (P.102 / W.018)

W.018 Fomentar el voluntariado para la creación del colectivo "informadores paisajísticos" de forma que recorran los senderos más transitados informando de buenas prácticas en el entorno a los usuarios, así como a los agricultores y ganaderos (P.102)

2.1.2 Difundir entre los más jóvenes mensajes de respeto, conservación y buenos usos del paisaje cultural y entorno.

P.003 Lectura y talleres vía Biblioteca viajera.

P.005 Dar continuidad a la "Brigada Garnacha" (programa de sensibilización del paisaje a través del juego dirigida a la población infantil vía centros escolares) con un efecto multiplicador de la concienciación (envío del mensaje a sus hogares). Elaboración del

carnet de asociad@ e invitar a la brigada a sesiones de trabajo del Observatorio del Paisaje (puertas abiertas), realizar talleres específicos con la brigada, implicación de la brigada en el diseño de las acciones de sensibilización del paisaje, etc.

P.006 Diseñar talleres y charlas específicos en materia de paisaje (puesta en valor, conservación, mantenimiento, etc.) para niveles superiores de la escuela primaria y secundaria (es decir para esas edades que no pueden estar comprendidas en la "Brigada Garnacha") (P.007)

P.008 Llevar a los escolares hasta el mismo paisaje mediante actividades organizadas en la naturaleza.

W.020 Concurso de fotografía utilizando las nuevas tecnologías (redes sociales tipo instagram, etc.) con una temática centrada en el paisaje cultural, bien de forma general o concreto (por ejemplo: bodegas en cerro, o acequias, u olivos, etc.).

P.009 Comité de jóvenes (participando con los municipios y comarca) con voz en el Observatorio del Paisaje.

2.1.3 Implicar a los medios de comunicación en la difusión de un mensaje de concienciación y sensibilización destinado a la población autóctona en materia de respeto, conservación y mantenimiento del paisaje.

P.010 Crónica Campo de Borja, Radio Moncayo, redes sociales (Comarca, Ruta y Observatorio Paisaje y grupos de FACEBOOK que trabajan el territorio), blog del CESBOR, etc. (P.100)

PW.021 Informar a la ciudadanía del papel que realiza el Observatorio del Paisaje Campo de Borja y su posible adhesión (sin coste, es gratuito).

2.1.4 Acercar la sensibilización en materia paisajística por mediación de la actividad deportiva, especialmente entre los más jóvenes.

P.011 Utilizar los eventos ya existentes (e incluso los de nueva creación) y asentados en el territorio para entregar a los participantes un decálogo de buenas prácticas (respeto) en el entorno: Escornabueyes, Calcenada, cicloturista Garnacha, Ultra Garnacha&Bike, campeonato autonómico y nacional de kite y windsurf, etc. (P.032)

2.1.5 Incidir en los beneficios que aporta el cuidado del paisaje a los agentes económicos del territorio (sector empresarial).

P.002 Talleres de sensibilización al tejido empresarial donde darles a conocer el Plan de Gestión del Paisaje, los beneficios que le aporta de cara a su actividad y cómo pueden contribuir a su desarrollo participando en los objetivos del Plan.

P.027 Curso de guía paisajístico para propietarios de fincas que consideren puedan suscitar interés para ser visitadas

2.1.6 Difundir entre el colectivo de la 3º edad un mensaje de respeto, conservación y buenos usos del paisaje cultural y entorno.

P.011 Llevar a cabo rutas senderistas y guiadas en los PR de la Comarca explicando el valor de los diferentes enclaves paisajísticos por los que se pase y el papel que desempeña la red de senderos (P.032)

P.017 Desarrollar actividades y terapias de cuidado "cuerpo/mente" y/o "salud psiquiátrica" en el entorno del paisaje como elemento de sensibilización: talleres de Chi Kung, yoga, etc.

2.1.7 Establecer en los municipios, y lugares adecuados para ello, mensajes de buenas prácticas y usos de ciertos elementos que contribuyen a la mejora y conservación del paisaje tanto urbano como natural.

W.025 Exposición itinerante por los municipios EITA. Destacando la importancia del paisaje y de la distinción EITA.

W.024 Colocar cartelería en las zonas visitadas para el correcto mantenimiento de la totalidad del paisaje (uso de papeleras, no arrojar residuos, contribuir a mantener limpio el entorno urbano y pasajístico, no arrojar residuos en las cunetas de las carreteras o bodegas en cerro, indicar que el visitante está en un espacio distinguido como Espacio de Interés Turístico de Aragón, etc.). (P.026)

P.028 Edición de folletos a colocar en establecimientos con mensajes de respeto hacia el paisaje, mobiliario urbano, etc. Incluso adhesivos (a colocar por ejemplo en los baños de los establecimientos) donde se recuerde hacer un uso adecuado de los recursos naturales (no derrochar agua, energía, mantener limpio el entorno, recordarles que están en un territorio EITA, etc.) (W.104)

2.1.8 Elaborar un folleto con buenas prácticas básicas en el paisaje, tanto para el visitante como ciudadano.

2.1.9 Incentivar a aquellos municipios y empresas que cumplan los objetivos del Plan de Gestión del Paisaje.

P.029 Fomentar la bandera verde (como la azul para las playas) o bien un distintivo como "Municipio más sostenible del año" a aquellos ayuntamientos que cumplan (en un % establecido) con los objetivos establecidos en el Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha. Esta distinción deberá ser otorgada por el Observatorio del Paisaje Campo de Borja.

2.1.10 Ofrecer un servicio de "Atención al visitante/ciudadano" en cuestiones vinculadas a conservación y mantenimiento del paisaje.

P.030 Recoger las incidencias en el paisaje y atender a peticiones y sugerencias de los ciudadanos y visitantes vía Observatorio del Paisaje Campo de Borja. Uso de un número de teléfono, así como posibilidad de poder hacerlo vía mail, código QR, aplicaciones, etc. (W.104)

2.1.11 Intercooperación entre territorios para implementar buenas prácticas y experiencias vinculadas con el desarrollo del paisaje.

P.034 Proyectos de intercooperación nacionales o europeos. Búsqueda, intercambio e implementación de buenas experiencias y cómo aplicarlas al desarrollo turístico del territorio (contando con la actividad empresarial). Incidir de forma especial en las bodegas en cerro como paisaje cultural (embellecimiento y conservación del mismo, así como mantenimiento). (P.063)

2.1.12 Implantar la figura de "Guardia rural"

P.035 Formar y trabajar con el colectivo INLADIS (integración laboral de personas con discapacidad).

2.1.13 Apoyo vía ayudas/subvenciones a aquellas asociaciones sin ánimo de lucro comprometidas con los objetivos del Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha.

P.037 Línea de subvención (municipal/comarcal) a asociaciones comprometidas con la Declaración del Paisaje y que el Observatorio del Paisaje asesore en los criterios de adjudicación (W.090).

W.090 Comunicación y gestión de subvenciones para el paisaje (entorno y medioambiente) vía Observatorio del Paisaje Campo de Borja y Comarca Campo de Borja (P.037)

P.038 Fomentar campañas de crowdfunding (o apadrinamiento) para proyectos muy específicos, por ejemplo: recuperación de un barrio de bodegas en cerro, etc.

2.1.14 Trabajar por un sello de compromiso por la sostenibilidad del territorio (sello de calidad "Campo Borja" (P.091 y P.041)

P.092 El sello deberá contemplar a los artesanos agroalimentarios y artísticos en el territorio EITA.

P.093 El sello deberá contemplar una auditoría de calidad a aquellos establecimientos que se adhieran.

P.094 Otorgar un reconocimiento a la empresa con mayor implicación en la sostenibilidad del territorio

P.075 Evaluar y seguir los impactos ambientales, culturales y socioeconómicos que pueda producir el turismo en los espacios naturales.

2.1.15 Intercambiar conocimientos y programación de actuaciones de las diferentes asociaciones cuya actividad se centre o desarrolle en el paisaje.

2.1.16 Difundir las cualidades del paisaje cultural EITA.

P.031 Celebración del Día del Paisaje por parte de los municipios (ayuntamientos vía asociaciones o concejalías) por mediación de actividades que pongan en valor el paisaje: visitas teatralizadas, charlas temáticas, exposiciones, cuenta cuentos para niños, rutas guiadas, brindis comunitario en la plaza, limpieza de algún entorno, plantada de árboles, etc.

P.042 Sensibilizar a los municipios sobre el potencial del río Huecha y por lo tanto apostar por el mantenimiento de sus riberas y cauce (P.048)

P.041 Sensibilizar a los municipios sobre el valor del patrimonio mudéjar y Camino Santiago (P.091)

P.044 Jornadas gastronómicas. Puesta en valor de la industria agroalimentaria.

P.045 Puesta en valor del vino y del aceite mediante catas

W.022 La Comarca Campo de Borja ha de lograr la adhesión de todos y cada uno de los municipios EITA en el observatorio del Paisaje Campo de Borja (cuya delimitación territorial de actuación es precisamente el espacio EITA, es decir los 20 municipios). Esta adhesión no tiene coste, es gratuito.

2.2 Conservación y Protección

Objetivo: Implicar a los organismos político-administrativo a establecer una regulación que vele por la ordenación, gestión, mantenimiento y conservación del paisaje cultural por igual en el conjunto de los municipios EITA. (P.049)

2.2.1 Coordinación en el mantenimiento de las cunetas de las carreteras del territorio EITA.

2.2.2 Protección, conservación, mantenimiento y limpieza de la red de senderos del espacio EITA.

2.2.3 Conservar, mantener y limpiar el entorno de los municipios.

2.2.4 Proteger y conservar aquellos elementos arquitectónicos más destacables del paisaje cultural.

2.2.5 Inventario del paisaje.



2.2.6 Catalogar los espacios paisajísticos más frágiles.

2.2.7 Fijar medidas de protección que garanticen la conservación de las bodegas en cerro.

2.2.8 Fijar obligaciones por parte de los promotores de eventos culturales, deportivos, etc. a la restitución del paisaje.

2.2.9 Establecer una tabla de sanciones económicas según gravedad del impacto.

2.2.10 Catalogar los impactos como muy graves, graves y leves.

2.2.11 Facilitar la accesibilidad universal para todos los visitantes y establecer actuaciones para favorecer y fomentar la movilidad sostenible.

2.2.12 Velar por la calidad turística del paisaje.

2.2.13 Establecer convenios con instituciones educativas que beneficien al desarrollo sostenible del paisaje.

2.2.14 Creación de Escuelas Taller y Campus sobre conservación y mantenimiento del paisaje cultural.

2.2.15 Protección, conservación y mantenimiento del paisaje.

Acciones:

2.2.1. Coordinación en el mantenimiento de las cunetas de las carreteras del territorio EITA.

P.088 Limpieza coordinada de las cunetas de las carreteras locales, autonómicas y nacionales con periodicidad anual. Las diferentes administraciones han de contemplar el trabajo del destino realizado en materia de paisaje y que se unifiquen los criterios de mantenimiento y conservación de las carreteras en el Espacio de Interés Turístico de Aragón.

2.2.2 Protección, conservación, mantenimiento y limpieza de la red de senderos del espacio EITA.

P.055 Revisión de los senderos, mantenimiento y limpieza dos veces al año con la empresa INLADIS

P.066 Blindaje de los senderos homologados mediante una figura. Se convierten en las arterias del paisaje, único elemento donde guiar a nuestros visitantes y ciudadanos a lugares con valor paisajístico en el Espacio de Interés Turístico de Aragón. Son de dominio público y por lo tanto se han de proteger. Los daños que se produzcan en él deberán ser reparados por el causante (por ejemplo, dejar la tajadera abierta y que inunde el camino, la rotura de señales por vehículos agrícolas o de cualquier otro tipo, etc.). Símil a la trashumancia.

P.066 Señalización de los senderos, según indique el Manual de Senderos del Gobierno de Aragón. No se podrá colocar nada sobre los postes de señalización de senderos que no corresponda la señalización de dicha red (eliminar placas de caza, pinturas del Camino de Santiago, etc.).

P.066 Reconversión de la red de senderos comarcales en Senderos Turísticos de Aragón.



2.2.3 Conservar, mantener y limpiar el entorno de los municipios.

P.056 Limpieza anual del entorno a través del colectivo INLADIS

W.023 Señalización en las escombreras indicando qué se puede arrojar y un teléfono de contacto para su recogida por el servicio comarcal (a través de INLADIS). También indicar no depositar plásticos por ser elementos transportados por el viento y contaminan el paisaje (es el elemento que más contamina nuestro paisaje encontrando plásticos entre viñedos, almendros, cunetas de carreteras, entrada de los pueblos, aguas, lagunas, etc.).

2.2.4 Proteger y conservar aquellos elementos arquitectónicos más destacables del paisaje cultural.

P.057 Red de acequias, construcciones agropecuarias, huertas tradicionales abandonadas.

P.064 - Fuentes naturales –manantiales: Recuperación, mantenimiento y señalización.

P.065 - Pilares votivos: Señalización, promoción, difusión y recuperación.

P.069 - Vía verde (antigua línea de ferrocarril Cortes- Borja): Esta vía es utilizada por agricultores y turistas por lo que hay que ponerla en valor y señalar, así como recuperar la antigua estación de Bureta como Centro de Interpretación.

P.070 - Casas y casetas de riego (mudéjar): Reclamar a las comunidades de regantes su restauración y señalización.

P.071 - Elementos y recursos del patrimonio inmaterial referido a actividades económicas tradicionales que hayan pasado por varias generaciones (3ª o 4ª generación): Establecer y difundir un catálogo de estos elementos inmateriales.

W.074 Regulación de los elementos que se pueden colocar en las fachadas de construcciones populares propias del paisaje cultural (no permitir elementos que no sean contemporáneos de la época y que rompan la estética del conjunto e infravaloren la importancia cultural y social del elemento. Por ejemplo: contenedores de basuras, aperos de labranza en desuso y abandonados, etc. frente a bodegas en cerro, iglesias, palacios, etc.).

2.2.5 Inventario del paisaje.

P.061 Árboles centenarios, singulares o sus conjuntos.

W.073 Censo de bodegas y propietarios de las mismas, para saber cuáles están activas o semi activas.

P.060 Previamente a la definición de las figuras de protección y conservación se considera necesario elaborar un Catálogo del paisaje (cultural y natural) del EITA

2.2.6 Catalogar los espacios paisajísticos más frágiles.

2.2.7 Fijar medidas de protección que garanticen la conservación de las bodegas en cerro.

P.063 Ordenanza para conservar y difundir su valor. Establecer un plan que fije las directrices (por básicas que sean) en la conservación y mantenimiento de las bodegas en cerro. Hasta que eso llegue un acuerdo global mínimo de conservación de las bodegas (retirada de residuos y vigilancia). (P.034 /W.073)

W.073 Proponer/debatir acciones de acondicionamiento de accesos y quizá la uniformidad de las entradas y estudiar una posible señalización fundamentada por bodega y por conjunto para poner en valor su aportación paisajística y antropológica. (P.034 / P.063)

2.2.8 Restitución del paisaje a promotores de eventos culturales, deportivos, etc. que se ejecuten en el paisaje.

P.076 Después de una actividad deportiva, cultural, etc. (pruebas de BTT, romerías, carreras, etc.), que se realice en el paisaje, el promotor deberá proceder a su posterior limpieza y restitución de elementos. El OPCB será el encargado de revisar y comprobar su cumplimiento. Para ello, la entidad promotora deberá pagar una fianza (que se devolverá en caso de no haber daños a excepción de una tasa que recoja el gasto que supone supervisar el estado del paisaje una vez realizado el evento y haber limpiado el espacio por el promotor). Se entiende que es la única forma que garantiza de que en el paisaje no queden cintas colgadas por los árboles, pintadas en postes de senderos, basuras, etc., además de dar trabajo y financiación a ello.

2.2.9 Establecer una tabla de sanciones económicas según gravedad del impacto.

W.077 Sanción económica e incluso la posibilidad de restituir la sanción económica con trabajos sociales en el paisaje.

2.2.10 Catalogar los impactos como muy graves, graves y leves.

P.078 Se considera activos de contaminación paisajística MUY GRAVES:

- Los invernaderos abandonados. Estos elementos contaminan notablemente el paisaje por la cantidad de plástico usado y que el viento transporta a kilómetros (contaminación de los municipios vecinos).
- Vertederos municipales sin un control de los residuos desechados y delimitación de los mismos (vallados). Todo residuo ligero vuela con el viento y contamina el paisaje.

- Componentes de vehículos industriales abandonados (neumáticos, baterías, coches abandonados, aceite, etc.).
- Residuos tóxicos. Productos químicos utilizados por los agricultores y abandonados en el campo, así como los de construcción (obras mayores: uralitas, tuberías, etc. por composición contaminante –amianto, etc.).

P.079 Se considera activos de contaminación paisajística GRAVES:

- Vertidos, sin control alguno y en diferentes áreas del paisaje, de elementos de desecho ya sea de uso doméstico y/o agrícola (plásticos, cubos, sanitarios, elementos de obra menor, frigoríficos, lavadoras, ordenadores, etc.).
- Botellas de cristal por la capacidad que tienen de originar un incendio en temporada estival.
- Elementos de obras mayores (cemento, hormigón, etc.).
- Estructuras arquitectónicas abandonadas que actualmente acumulan residuos. Son focos insalubres y de inseguridad para todas aquellas personas que pudieran entrar debido al mal estado de sus estructuras.
- La falta de mantenimiento (limpieza) de las cunetas de las carreteras que cruzan municipios poblados, especialmente los núcleos de mayor población. Esta incidencia afecta negativamente al paisaje y a la imagen del municipio y del territorio ya que es de los primeros impactos visuales que el visitante recibe.

P.080 Se considera activos de contaminación paisajística LEVES:

- La acumulación de residuos naturales que con el tiempo pueden degradarse pero que no son el lugar adecuado donde deben retirarse o tratarse: restos de podas, pallets de madera, etc.

2.2.11 Facilitar la accesibilidad universal para todos los visitantes y establecer actuaciones para favorecer y fomentar la movilidad sostenible (P.087)

P.082 Creación de aparcamientos en las proximidades de espacios de interés (visitantes).

P.083 Instalación de paneles informativos en Braille, varios idiomas y código QR.

P.084 Creación de un mapa con rutas senderistas y cicloturistas (que atraviesen/pasen por aparcamientos) y que conecten los recursos del catálogo del paisaje EITA

P.085 Apoyo a facilitar la accesibilidad universal en los senderos ya existentes y/o en nuevos recorridos.

P.086 Apoyo a facilitar la accesibilidad universal en museos, centros culturales, VTR o restaurantes.

P.095 Discriminar positivamente a los guías locales, sin que suponga un facto limitante a la atracción del turismo (grupos de visitantes con sus guías propios). No obstante, ciertos recursos deberían ser explicados por guías locales.

2.2.12 Velar por la calidad turística del paisaje.

P.052 Auditar el paisaje cada cierto tiempo (2 años).

P.068 Miradores: Catalogación, recuperación, señalización y creación de una red de miradores.

P.072 Instar a las instituciones públicas al cumplimiento de sus obligaciones de conservación

W.103 Cuestionario de satisfacción a la población (cada x tiempo) (P.004)

2.2.13 Establecer convenios con instituciones educativas que beneficien al desarrollo sostenible del paisaje.

P.096 Firma de convenio con la Universidad de Zaragoza para acoger a estudiantes en prácticas o que realicen TFG o TFM que participen en la creación de programas.

2.2.14 Creación de Escuelas Taller y Campus sobre conservación y mantenimiento del paisaje cultural.

P.097 Desarrollo de campos de trabajo nacionales e internacionales.

P.098 Creación de Escuelas-Taller sobre conservación y mantenimiento de las bodegas en cerro y sobre prospección de tumbas medievales en el entorno del despoblado Gañarul, entre otras posibles temáticas.

2.2.15 Protección, conservación y mantenimiento del paisaje.

Las empresas deberán:

P.105 Participar en la difusión (red de reparto) y coste de la revista/ flyer .

P.106 Contribuir económicamente en las labores de limpieza, mantenimiento y restauración de los recursos catalogados y entorno natural

P.107 Ceder instalaciones (bodegas) para actos lúdicos, deportivos y culturales.

W.108 Las granjas y otras explotaciones agropecuarias deberán guardar sus residuos y herramientas dentro de su propiedad y no "fuera". Su entorno deberá estar limpio. Se deberá buscar un incentivo para que puertas adentro, pero a la vista, esté todo bien ordenado y limpio (un reconocimiento al mejor huerto del año, o granja, etc.).

P.109 Coordinación y trabajo conjunto entre los gestores de destino y cazadores para que no coincidan o solapen las batidas de caza con ciertas actividades turísticas deportivas vinculadas a la naturaleza evitando, de este modo, riesgos y molestias para unos y otros. Por ejemplo, publicar en un portal las batidas de caza previstas con al menos 7 días de antelación.

P.110 Velar por la puesta en funcionamiento de las EDAR. *Nota: Se valora incluir esta acción concreta aunque se indica que la misma supera el ámbito de actuación de este Plan.*

W.111 Normativa que fomente el uso de plásticos biodegradables en explotaciones agrarias (como ya se está haciendo en algunas de ellas).

W.112 Limitación del uso de bolsas de plástico no biodegradables o de un solo uso en los establecimientos comerciales (y con ello disminuir la presencia de plásticos en el entorno, el plástico es el elemento contaminante paisajístico más grave del territorio).

W.113 Obligatoriedad de retirada y depósito en los lugares adecuados de los residuos acumulados y expuestos al viandante o usuario de caminos, senderos, etc. De no hacerlo será el municipio quien debería hacerlo y posteriormente facturarle al propietario de la parcela previo aviso (y notificaciones varias). Para que un terreno acumule residuos permitidos deberá hacerlo en su propia finca y vallada (el hecho de que no está vallada supone el mismo riesgo por la facilidad de acceso de personas y especialmente de los niños. Algo ya comprobado en nuestra red de senderos.). De estas incidencias se deberá pasar parte al

Observatorio del Paisaje Campo de Borja quien debería realizar el seguimiento.

W.114 Adquisición de compromiso, por parte de los municipios, de retirar todos aquellos elementos obsoletos y en desuso que se acumulan en las afuera del casco urbano y proceder a su retirada.

W.115 Mejora en la gestión de escombreras. Se han de acumular correctamente los escombros mediante maquinaria apropiada. No se debería permitir la acumulación de escombros y residuos en superficies innecesariamente extensas (cuando con espacios más reducidos y bien acumulados es más que suficiente). De este modo, y aunque no deja de ser residuos, si al menos se ven correctamente gestionados el ciudadano/visitante lo comprenderá y será menos sensible al impacto.

W.116 Correcta gestión en la recogida de residuos. Vuelta a los puntos limpios. Actualmente la recogida puerta a puerta acumula gran retraso y al final van a parar a las escombreras o paisaje (además de las reclamaciones que existen). Mejora en la gestión del servicio que ofrece la Comarca de recogida de RAEs vía INLADIS. Cesión de la gestión al Observatorio del Paisaje Campo de Borja. Sistema de recogida de plástico de origen agropecuario.

W.117 Normativa específica de invernaderos. Aquellas explotaciones agrarias o ganaderas que queden abandonadas en el campo, y por lo tanto sin actividad, deberían velar por el mantenimiento de sus instalaciones evitando el abandono y por lo tanto su contaminación paisajística como medioambiental. El abandono de estas instalaciones contamina constantemente y a diario el territorio en su conjunto. Los plásticos se reparten en los 4 puntos cardinales cuando sopla el viento (nuestra comarca tiene más de 120 días al año con viento "cierzo"). El propietario debería estar obligado a la retirada de estos componentes.

W.118 Regulación de las molestias de purines tomando como modelo la normativa municipal de Fréscano.

W.119 Restauración de estructuras arquitectónicas "abandonadas" (casetas pequeñas por el campo y senderos) como refugios, o si no es viable, eliminación para evitar problemas (actualmente acumulan residuos de todo tipo siendo focos insalubres y de inseguridad para todas aquellas personas que pudieran entrar debido al mal estado de sus estructuras y cúmulo de basuras).

P.067 - Caminos: Ordenanzas municipales acerca de la utilización de los caminos. Se pone de ejemplo la limitación del paso a algunos vehículos cuando están en malas condiciones (caso de tormentas) para evitar un mayor deterioro. *En este punto se establece un debate sobre la legalidad o posibilidad de elaborar este tipo de ordenanza.*

P.061 Dar notoriedad al Observatorio del Paisaje Campo de Borja. Que sea interlocutor con los distintos sectores de la sociedad (políticos, económicos y sociales) en materia del EITA.



2.3 Imagen y promoción

Objetivo: 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).

2.3.1 Invitación, implicación y participación de los agentes del territorio en la elaboración, ejecución y seguimiento de los planes.

2.3.2 Apertura de vías de comunicación entre administración y gestores de destino para agilizar trámites.

2.3.3 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.

2.3.4 Diseñar y ejecutar campañas de comunicación que pongan en valor el paisaje cultural EITA.

2.3.5 Integrar las experiencias turísticas que se hayan diseñado en los portales oficiales de promoción turística.

2.3.6 Coordinación de las entidades locales con competencias en promoción turística.

2.3.7 Coordinación de las empresas con el ente gestor turístico del destino.

2.3.8 Promover mediante la comunicación el significado del paisaje cultural EITA.

2.3.9 Promover la rigurosidad en la información que proporciona el destino EITA en materia de turismo y sostenibilidad.

2.3.10 Fomentar la comunicación entre las comunidades de redes sociales atendiendo al segmento de población al que se vaya a lanzar los mensajes.

2.3.11 Construir un mensaje común para todo el territorio EITA

Acciones:

2.3.1 Invitación, implicación y participación de los agentes del territorio en la elaboración, ejecución y seguimiento de los planes.

P.122 Elaboración de un plan para la fijación de la población en el territorio.

P.123 Incorporación de medidas para la ubicación y asentamiento de empresas en el territorio.

2.3.2 Apertura de vías de comunicación entre administración y gestores de destino para agilizar trámites.

P.124 Apertura de vías de comunicación entre administración y gestores de destino para agilizar trámites.

P.125 Establecimiento de procedimientos y autorizaciones on-line rápidas.

W.126 El Observatorio del Paisaje Campo de Borja debería tener constancia de cuántos eventos turísticos, culturales, deportivos existan en el paisaje. Debería otorgar los permisos para ello siempre y cuando cumpla con la regulación que surja del proceso de participación y se apruebe en la Declaración del Paisaje.

2.3.3 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 (P.129)

P.130 Realización/celebración de mercados populares con productos locales.

P.131 Feria de recuperación de oficios antiguos/perdidos.

P.132 Encuentros artesanales anuales de manejo y trabajo de bolillos.

P.133 Reconversión de la red de senderos en Senderos Turísticos de Aragón.

P.134 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.

2.3.4 Diseñar y ejecutar campañas de comunicación que pongan en valor el paisaje cultural EITA.

P.127 Fomento de otras peculiaridades de la Ruta de la Garnacha (como la ruta de la Vera Cruz, Camino de Santiago, etc).

P.128 Asistencia a ferias especializadas (naturaleza, turismo activo,...) con Turismo de Aragón y otras administraciones (DPZ,...).

P.135 Campaña de comunicación dirigida al exterior (internacional).

P.136 Cursos de idiomas a gestores de destino.

P.137 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).

P.138 Puesta en valor de nuestros encuentros lúdicos religiosos perdidos (como las romerías).

P.139 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.

P.140 Viaje de prensa para instagramers y bloggers. En ferias más importantes a nivel internacional: convocatoria instagramers, convocatoria bloggers, feria de bloggers.

P.141 Promoción del paisaje vía redes sociales, mailing y entrevistas de radio y prensa.

P.142 Creación de un departamento de prensa en la comarca para comunicación interna y externa.

P.143 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.

P.144 Elaboración de un video promocional destacando los recursos turísticos del territorio (así como productos turísticos) bajo el paraguas de nuestro paisaje cultural.

2.3.5 Integrar las experiencias turísticas que se hayan diseñado en los portales oficiales de promoción turística.

P.145 Difusión a través de páginas web institucionales: Turismo de Aragón, DPZ, Ruta de la Garnacha, Observatorio del Paisaje.

P.146 Difusión a través de páginas web especializadas en turismo: Top Rural, Escapada Rural, Tripadvisor.

P.147 Difusión a través de páginas web de las empresas turísticas del territorio.

P.148 Elaboración de una página web de turismo de la comarca.

2.3.6 Coordinación de las entidades locales con competencias en promoción turística.

P.149 Reconocimiento de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha como entidad de gestión del destino turístico Campo de Borja.

P.150 Facilitación de espacios para la visibilidad de los recursos por parte de las alcaldías/ayuntamientos.

P.151 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.

P.153 Coordinación con el CESBOR (Centro de Estudios Borjanos), por ejemplo, en la corrección de datos históricos en la comunicación de folletos, etc.

P.154 Promoción de asociaciones sectoriales (alojamientos, hostelería, comercio, empresarios, sector primario) para: asesoramiento sobre legislación, promoción conjunta, central de compras, trabajo conjunto/en red...

2.3.7 Coordinación de las empresas con el ente gestor turístico del destino.

P.155 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.

P.156 Facilitación de materiales de comunicación a las empresas (notas de prensa, difusión de actividades,...).

P.157 Puesta en valor del conocimiento del paisaje.

P.158 Creación de nuevas experiencias para vender.

P.159 Colaboración entre empresas.

P.160 Utilización del portal de la Ruta de la Garnacha como herramienta de comercialización de experiencias.

P.161 Fomento del ingenio.

2.3.8 Promover mediante la comunicación el significado del paisaje cultural EITA.

P.162 Adhesión como socios voluntarios y sin coste alguno al Observatorio del Paisaje.

P.163 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.

2.3.9 Promover la rigurosidad en la información que proporciona el destino EITA en materia de turismo y sostenibilidad.

P.165 Que el Observatorio del Paisaje vele por la rigurosidad en la información.

P.166 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.

P.168 El Observatorio del Paisaje Campo de Borja puede ser la entidad que “cuide” de la información y “vele” por el cumplimiento de la normativa aplicable a cada caso.

P.169 Se incide en que hay que ser especialmente cuidadosos en temas relacionados con la caza y con la aplicación y tratamiento con productos fitosanitarios.

2.3.10 Fomentar la comunicación entre las comunidades de redes sociales atendiendo al segmento de población al que se vaya a lanzar los mensajes.

P.170 Actualización de la página web de la Comarca (que sea operativa y esté bien gestionada).

P.171 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).

2.3.11 Construir un mensaje común para todo el territorio EITA

P.173 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.

P.174 Incorporación de la imagen en todos los folletos de promoción turística, como recurso base a los diferentes productos turísticos existentes.

P.175 Edición en material ecológico y reciclable (y que figure este término en los materiales).

P.176 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.

P.172 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)“.

P.177 Cartelería informativa y señalización de caminos, acequias,... y otros elementos de interés paisajístico.

P.178 Unificación de la señalización para el territorio EITA.

W.179 Mantenimiento en correcto estado de la señalización (y retirada de la obsoleta) relacionada con la caza (por parte de los cazadores). En ocasiones se coloca nueva señalización y se mantiene la vieja afeando el entorno y pudiendo ocasionar peligro para el viandante por el mal estado en el que se encuentran.

