



**PLAN DE GESTIÓN DEL PAISAJE DE  
LA RUTA DE LA GARNACHA  
“ESPACIO INTERÉS TURÍSTICO DE ARAGÓN”**

Periodo 2017 – 2027

*(Elaborado tras el proceso de participación ciudadana celebrado en  
2016 y aprobado en consejo de Comarca Campo de Borja, 19 de julio de 2017)*



# Objetivos estratégicos y líneas de trabajo

## 1. Sensibilización

*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.*

### *LÍNEAS DE TRABAJO:*

1.1 Establecer **programas de sensibilización** entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 1.1.   |
|---|---|
| Actuaciones a desarrollar con el tejido asociativo: |   |
| P.003   | Implicar en la sensibilización a: <ul style="list-style-type: none"><li>- “Biblioteca viajera”, gestionada por el Servicio Comarcal de Cultura. Llevar un mensaje de sensibilización en la preservación de nuestros recursos paisajísticos y culturales, mediante lectura y talleres.</li><li>- Asociaciones que defiendan nuestro patrimonio artístico.</li><li>- Asociaciones agrícolas/agrarias.</li></ul> |
| P.004   | Convocar y explicar a todo el tejido asociativo vinculado con nuestro territorio formas de colaboración voluntaria para la mejora del paisaje: vigilancia y comunicación de impactos y alteraciones (cúmulos de residuos, señalización dañada, etc.) para que se sientan “observadores del territorio”. El Observatorio del Paisaje puede recoger las comunicaciones enviadas por los observadores.           |

| Actuaciones a desarrollar en Centros escolares/con población joven:   |  |
|---|--|
| P.005   | Dar continuidad a la “Brigada Garnacha” (programa de sensibilización del paisaje a través del juego dirigida a la población infantil) con un efecto multiplicador de la concienciación (envío del mensaje a sus hogares). Carnet de asociad@, invitar a la brigada a sesiones de trabajo del Observatorio del Paisaje (puertas abiertas), talleres específicos con la brigada, implicación de la brigada en el diseño de las acciones de sensibilización, etc. |
| P.006   | Diseñar talleres para todos los niveles de la escuela primaria y secundaria.   |
| P.007   | Charlas en los centros escolares vía Servicio Comarcal de Juventud.  |
| P.008   | Salir de la escuela y amar el paisaje.   |
| P.009   | Comité de jóvenes (participando con los municipios y comarca) con voz en el Observatorio del Paisaje.  |
| Actuaciones a desarrollar junto a los medios de comunicación:         |  |
| P.010   | Utilizar los medios de comunicación como herramientas de sensibilización: periódico de la comarca, redes sociales, radio Moncayo, Aragón en Abierto, Blog CESBOR, etc.   |
| Otras actuaciones a desarrollar (dirigidas a la población en general) |  |
| P.011   | Desarrollar jornadas de sensibilización territorial a nivel deportivo o iniciación en el deporte. Realización de acciones deportivas vinculadas al paisaje, como senderismo, BTT, etc. con la colaboración del Servicio de Deportes Comarcal.  |
| P.012   | Concienciar a todos los trabajadores y trabajadoras del territorio en el cuidado del paisaje, con la implicación de las empresas.  |
| P.014   | Difundir la diversidad del paisaje a toda la población de la comarca (incluyendo la 3ª edad).  |
| P.015   | Implicar a los habitantes de la comarca en la conservación y mejora del paisaje.   |
| P.016   | Difundir las cualidades del paisaje a usuarios potenciales.  |
| P.017   | Desarrollar actividades y terapias de cuidado “cuerpo/mente” y/o “salud psiquiátrica” en el entorno del paisaje como elemento de sensibilización.  |
| W.018   | Fomentar el voluntariado. Crear informadores paisajísticos que recorran los senderos más transitados informando de buenas prácticas a los usuarios, así como a los agricultores.   |
| W.019   | Llevar a cabo actividades de sensibilización con la ciudadanía en el Día del Paisaje.  |
| W.020   | Concurso fotográfico vía dispositivos móviles (usando redes sociales) bajo el tema “Paisaje del EITA”, como plan de trabajo del departamento Cultura/Juventud de la Comarca Campo de Borja.  |
| W.021   | Informar a la ciudadanía del papel que realiza el Observatorio del Paisaje Campo de Borja y su posible adhesión (no tiene coste, es gratuito)  |
| 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.        |
| W.024 | Colocar carteles “prohibido tirar basuras/escombros” en aquellos puntos del paisaje más vulnerables y propensos a albergar pequeñas escombreras/basureros. |
| W.025 | Exposición itinerante por los municipios. Destacando la importancia del paisaje y de la distinción Espacio de Interés Turístico de Aragón.                 |

1.2 Elaborar **acciones puntuales de comunicación** “in situ” que conciencien al visitante por el cuidado y mantenimiento del paisaje cultural una vez en el destino.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 1.2.  |
|-------|--|
| P.026 | Colocar cartelería y folletos en las zonas visitadas para el correcto mantenimiento de la totalidad del paisaje (uso de papeleras, mantener limpio el paisaje, evitar residuos, etc.).   |
| P.027 | Crear la figura del guía turístico siempre que la economía lo permita barajando la posibilidad que sea el propietario de la finca/bodega la figura de guía.  |
| P.028 | Sensibilizar a los visitantes a través de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenas prácticas del visitante</li> <li>- Consejos de conservación</li> <li>- Trípticos, dípticos, flyers informativos (adhesivos) en establecimientos, espacios naturales con mensajes sobre respeto al paisaje, respeto a lo ajeno y respeto al mobiliario urbano.</li> </ul>  |
| P.029 | Fomentar la bandera verde (mismo fin que la bandera azul para playas) o distintivo "Municipio más Sostenible del año" a aquellos municipios que cumplan con los requisitos de calidad paisajística establecidos en el Manual de Buenas Prácticas EITA. Esta distinción deberá ser otorgada por el OPCB (Observatorio del Paisaje Campo de Borja).  |
| P.030 | Servicio de atención al visitante, que desarrolle, entre otras las siguientes funciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender peticiones de los visitantes (teléfono de atención).</li> <li>- Recoger incidencias, sugerencias y quejas</li> <li>- Mantener contacto, comunicación y coordinación con el Observatorio del Paisaje.</li> </ul> <p>Él servicio, además, puede tener asociada una app, WhatsApp, código QR...</p> |

|       |  |
|-------|--|
| P.031 | Instaurar el 30 de junio como Día del Paisaje. Cada municipio, voluntariamente, celebraría actos con una pequeña partida presupuestaria de su Ayuntamiento, por ejemplo, visitas teatralizadas al paisaje. |
| P.032 | Aprovechar eventos deportivos (carreras, marchas, etc.) para trasladar un mensaje (en un díptico) de respeto al paisaje dentro de la Comarca de Campo de Borja (EITA).                                     |

1.3 Diseño y ejecución de **medidas de apoyo para la activación económica del ecoturismo en los entornos EITA y medio rural**, en los correspondientes marcos de medidas aprobadas por Programas Regionales de Desarrollo Rural, y a incluir a nivel local en sus Estrategias o Programas de Desarrollo Rural a financiar por LEADER, diseñando o dirigiendo las líneas de ayudas para que las empresas de turismo locales y/o sus asociaciones puedan ejecutar sus compromisos ambientales, diversificar sus servicios, mejorar la calidad de la interpretación del patrimonio, etc.

| <b>COD.</b> | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 1.3.</b>  |
|-------------|---|
| P.033       | Dar función y autoridad al Observatorio del Paisaje para velar por el cumplimiento y seguimiento del Plan de Gestión.   |
| P.034       | Intercooperación entre territorios: búsqueda, intercambio e implementación de buenas experiencias y cómo aplicarlas al desarrollo turístico del territorio, así como a la actividad empresarial. Línea de investigación. Especialmente las vinculadas con las bodegas en cerro, así como con la limpieza del entorno y embellecimiento del mismo. |
| P.035       | Creación de la figura de "Guardia Rural", a partir de la figura ya existente de vigilantes que realiza Inladis (Centro Especial de Empleo, gestionado por la comarca, dirigido a la Integración Laboral de Discapacitados).   |
| P.036       | Creación de figuras de Custodia del territorio mediante acuerdos con los propietarios para conservar el patrimonio.   |
| 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.  |
| P.038       | Campañas de crowdfunding para proyectos específicos.  |
| P.039       | Apadrinamientos. Cuotas de socio de las asociaciones.   |

|       |  |
|-------|--|
| P.040 | Creación de un Sello de compromiso por la sostenibilidad del territorio. |
| P.041 | Sensibilización del patrimonio mudéjar y del Camino de Santiago.         |
| P.042 | Sensibilización en el mantenimiento de riberas y cauce del río Huecha.   |

**1.4 Otras líneas de trabajo y propuestas sobre sensibilización** a incorporar en el Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta de la Garnacha.

| <b>COD.</b> | <b>Otras acciones concretas a incluir en la línea 1.4</b>   |
|-------------|---|
| P.044       | Jornadas gastronómicas para conservar nuestras tradiciones y poner en valor la huerta del río Huecha.   |
| P.045       | Catas de vinos y aceites (y expertos en temas enológicos y del aceite de oliva) para su promoción y puesta en valor.  |
| P.046       | Reuniones de asociaciones para intercambio de conocimiento y programación de actuaciones a desarrollar en diferentes áreas/temas (cooperación intracomarcal). |
| P.047       | Difundir las cualidades del paisaje, destacar los elementos singulares.   |
| P.048       | Ponderar y puesta en valor del espacio fluvial: río Huecha.   |

## 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.*

*LÍNEAS DE TRABAJO:*

2.1 Habilitar mecanismos y fórmulas para **vincular el paisaje con las acciones de conservación del patrimonio del espacio EITA** en el que el conjunto de la sociedad (agentes políticos, económicos y sociales) sea partícipe.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.1.  |
|-------|--|
| P.050 | Apadrinamiento de proyectos motivados por: <ul style="list-style-type: none"><li>- Mejorar imagen.</li><li>- Mejorar entorno.</li><li>- Responsabilidad sostenible.</li><li>- Bien común.</li><li>- Aumento de ingresos.</li><li>- Por desarrollo de nuevas actividades.</li><li>- Compensación de prácticas no sostenibles de empresas.</li></ul> |
| P.051 | El Observatorio del Paisaje Campo de Borja (OPCB) podrá actuar como interlocutor con los diferentes sectores de la sociedad – políticos, económicos y sociales- en materia del EITA.   |
| P.052 | Realizar auditorías del paisaje.   |

**2.2 Aspectos y elementos del paisaje que deberían ser conservados y mantenidos por su valor bajo una figura de regulación (normativa) amparada desde la administración.** (Es en este punto donde la ciudadanía debería detallar qué es lo que le preocupa del paisaje y como querría que se conservara mediante una regulación para todos los municipios por igual. Es el punto estrella del proceso de Participación Ciudadana y dónde se desea trabajar con mayor ímpetu en el territorio).

| <b>COD.</b>   | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 2.2.</b>  |
|---|---|
| Elementos que no necesitan de figura de protección:                   |   |
| P.053   | Sobre todos ellos se deberían llevar a cabo labores de catalogación, revisión, limpieza, recuperación, mantenimiento y señalización.  |
| P.054   | Los elementos paisajísticos identificados son:<br>- Zonas paisajísticas sin valor, como cultivos abandonados.   |
| P.055   | - Senderos comarcales PR. En concreto se propone la revisión del paisaje y limpieza, 2 veces al año, a través del colectivo INLADIS   |
| P.056   | - Entorno de los municipios “tierra de nadie”. Limpieza anual del entorno a través del vía colectivo INLADIS.   |
| P.057   | - Catalogar y/o señalar la red de acequias.   |
| P.058   | - Catalogar y/o señalar las construcciones agropecuarias.   |
| P.059   | - Catalogar y/o señalar huertas tradicionales abandonadas.  |
| Elementos sobre los que habría que estudiar una figura de protección: |   |
| P.060   | Revisar el Catálogo del Paisaje Campo de Borja y valorar la inclusión de nuevos elementos (cultural y natural) del EITA.  |
| P.061   | Los elementos paisajísticos identificados son:<br>- Árboles centenarios, singulares o sus conjuntos.  |
| P.062   | Espacios paisajísticos frágiles catalogados: Recuperación.  |
| P.063   | Promover que los municipios aprueben una ordenanza para conservar y difundir el valor de las bodegas en cerro”. La Comarca elaborará, junto al OPCB (que ya tiene un documento base elaborado), un modelo de ordenanza que cada Ayuntamiento pueda adaptar y promoverá su aprobación. |
| P.064   | Fuentes naturales –manantiales: Recuperación, mantenimiento y señalización.   |
| P.065   | Pilares votivos: Señalización, promoción, difusión y recuperación.  |



|       |  |
|-------|--|
| P.066 | <p>Senderos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- 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.).</li> <li>- Reconversión de la red de senderos comarcales en Senderos Turísticos de Aragón.</li> </ul> |
| P.067 | Sensibilizar a la población sobre la utilización de los caminos  |
| P.068 | Miradores: Catalogación, recuperación, señalización y creación de una red de miradores.  |
| 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 (esta estación es propiedad de Fundación Vías Verdes).   |
| 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.   |
| P.072 | Instar a las instituciones públicas al cumplimiento de sus obligaciones de conservación.   |
| W.073 | Elaboración de censos de bodegas y propietarios de las mismas, para saber cuales están "activas" o "semi activas". 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.   |
| 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.).  |

**2.3 Evaluar y seguir los impactos ambientales y socioeconómicos que pueda producir el turismo** en los espacios naturales, aplicando medidas para mejorar la capacidad de acogida, considerando las variables ambientales y las psicosociales y los objetivos de conservación de cada espacio donde se desarrolle la actividad turística.

| <b>COD.</b> | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 2.3.</b>   |
|-------------|--|
| 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. Promover la redacción de una ordenanza que regule el uso del paisaje por promotores privados para actividades deportivas, culturales...”  |
| W.077       | Establecer una tabla de sanción económica (para los residuos arrojados en el paisaje) e incluso la posibilidad de restituir la sanción económica con trabajos sociales en el paisaje.  |
| P.078       | Contemplar en la regulación del paisaje lo siguiente:<br>Se considera activos de contaminación paisajística MUY GRAVES:<br>- 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).<br>- 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.<br>- Componentes de vehículos industriales abandonados (neumáticos, baterías, coches abandonados, aceite, etc.).<br>- 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 consideran como activos de contaminación paisajística GRAVES:<br>- 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.).<br>- Botellas de cristal por la capacidad que tienen de originar un incendio en temporada estival.<br>- Elementos de obras mayores (cemento, hormigón, etc.).<br>- 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.<br>- 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 consideran como activos de contaminación paisajística LEVES:<br>- 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. |
|-------|--|

2.4 Considerar la **accesibilidad para todos los visitantes** y establecer actuaciones para mejorar la movilidad sostenible en el paisaje.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.4.   |
|-------|---|
| 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.   |

2.5 Que las **administraciones ambientales autonómicas se coordinen con sus respectivas administraciones turísticas, Entidades Locales y Grupos de Desarrollo Rural** para que los respectivos planes e iniciativas de financiación para impulsar el turismo vinculado al paisaje cultural EITA (ecoturismo, enoturismo, etc.) converjan y sean complementarias.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.5.  |
|-------|--|
| 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. |

|       |  |
|-------|--|
| P.089 | Facilitar la administración, la transmisión y propiedad construida o reformada. Que no cueste más la transmisión que el arreglo.                       |
| 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. |

2.6 Establecer un sistema de **ventajas y beneficios que diferencien a las empresas de turismo adheridas del resto de oferta turística**, incentivándolas por su compromiso voluntario para aplicar medidas que disminuyen los impactos ambientales de sus negocios, y por vincularse con los gestores de los espacios para ayudarles en su labor de conservación y sensibilización de los visitantes y turistas.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.6.  |
|-------|--|
| P.094 | Otorgar un premio anual a la empresa con mayor implicación, más sostenible, mayor calidad, menor impacto sobre el paisaje... |

2.7 Incluir el diseño de un sistema o un condicionado de las autorizaciones para que el recurso (natural y cultural) sea observado bajo condiciones muy reguladas que propicien el **uso de guías intérpretes acreditados y no quede abierto a cualquier persona que lleve un grupo o a la afluencia no controlada de visitantes**, como fórmula para facilitar la labor de las empresas asentadas en el territorio y propiciar que los ingresos por estas actividades se queden en el ámbito local.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.7.  |
|-------|--|
| P.095 | Discriminar positivamente a los guías locales, sin que suponga un factor limitante a la atracción del turismo (grupos de visitantes con sus guías propios). No obstante, ciertos recursos deberían ser explicados por guías locales. |

## 2.8 Diseñar y ejecutar programas formativos de interpretación y conocimiento del territorio.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.8.   |
|-------|---|
| 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.  |
| 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. |

2.9 Propiciar que **los ciudadanos se conviertan en turistas responsables**, al participar en experiencias de ecoturismo vinculadas a los programas de conservación de la biodiversidad que promueven las fundaciones y asociaciones especializadas en conservación.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 2.9.  |
|-------|--|
| P.099 | Campañas de sensibilización y educación ambiental a la ciudadanía residente.   |
| P.100 | Uso del “Crónicas del Campo de Borja” como herramienta de sensibilización (por ejemplo, dedicar una página sobre un tema específico en cada número). |
| P.101 | Edición de revista o folleto trimestral (tipo flyer) con información relevante del EITA.   |
| P.102 | Fomento y apoyo a las asociaciones y voluntariado.   |
| W.103 | Cuestionario de satisfacción a la población (cada “x” tiempo).   |
| W.104 | Teléfono de atención al paisaje (incidencias, sugerencias y quejas) vía Observatorio del Paisaje Campo de Borja                                      |

**2.10 Las empresas deben implicarse de forma práctica en las acciones de conservación del patrimonio y la biodiversidad, apoyando causas locales y acciones de conservación protagonizadas por los gestores de destino y/o por las entidades del tercer sector ambiental.**

| <b>COD.</b> | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 2.10.</b>   |
|-------------|---|
| P.105       | Participación en la difusión (red de reparto) y coste de la revista/ flyer.   |
| P.106       | Contribución económica en las labores de limpieza, mantenimiento y restauración de los recursos catalogados y entorno natural.  |
| P.107       | Cesión de 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.). |

**2.11 Otras líneas de trabajo y propuestas sobre conservación y protección a incorporar en el Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta de la Garnacha.**

| <b>COD.</b> | <b>Otras acciones concretas a incluir en la línea 2.11.</b>   |
|-------------|---|
| 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.   |
| W.112       | Promover el uso de bolsas de plástico 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 facturarlo 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 niñ@s. 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 | Fomentar un debate sobre la mejora en la gestión de residuos:<br><b>Escombreras.</b> 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 | Fomentar un debate sobre la mejora en la gestión de residuos:<br>Correcta gestión en la recogida de residuos. Vuelta a los <b>puntos limpios</b> . 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.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).   |

### 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).*

*LÍNEAS DE TRABAJO:*

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

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.1.   |
|-------|---|
| P.121 | Invitación, implicación y participación de los agentes del territorio en la elaboración, ejecución y seguimiento de los planes. |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.2.   |
|-------|---|
| 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 deberá hacer un seguimiento de los eventos que se desarrollen en el paisaje. |



**3.4 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.

| <b>COD.</b> | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 3.4.</b>   |
|-------------|--|
| 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. |

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

| <b>COD.</b> | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 3.5.</b>  |
|-------------|---|
| 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.  |
| 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.  |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.6.  |
|-------|--|
| 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.  |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.7.   |
|-------|---|
| 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.152 | 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. |
| 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...                     |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.8.   |
|-------|---|
| 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...).  |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.9.  |
|-------|--|
| 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. |
|-------|----------------------|

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.10.   |
|-------|--|
| 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. |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.11.  |
|-------|---|
| P.165 | El Observatorio del Paisaje velará 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. |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.2.   |
|-------|---|
| P.168 | El Observatorio del Paisaje será 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. |

**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.

| COD.  | Acciones concretas a incluir en la línea 3.13.   |
|-------|--|
| 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). |

**3.12 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).

| <b>COD.</b> | <b>Acciones concretas a incluir en la línea 3.14.</b>   |
|-------------|---|
| 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. |

### 3.15 Otras líneas de trabajo y propuestas sobre imagen y promoción a incorporar en el Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta de la Garnacha.

| <b>COD.</b> | <b>Otras acciones concretas a incluir en la línea 3.15</b>  |
|-------------|---|
| 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. |