

CAMPO DE  
BORJA



# Plan de Gestión del Paisaje EITA- Ruta de la Garnacha

## **INDICE**

### **1. Justificación para la elaboración de un Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta del Vino de la Garnacha**

1.1. ¿Por qué un plan de Gestión del Paisaje?

### **2. Objetivos estratégicos y líneas de trabajo**

2.1. Sensibilización

2.2. Protección y Conservación

2.3. Imagen y Promoción

### **3. Plan de Acciones del Paisaje EITA-Ruta de la Garnacha**

## 1. **Justificación para la elaboración de un Plan de Gestión del Paisaje de la Ruta del Vino de la Garnacha**

### 1.1. **¿Por qué un 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, Vera de Moncayo y El Buste, 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)

De este proceso, se extraen tres documentos que deben servir como guión para el desarrollo futuro de las políticas de conservación y promoción de nuestro paisaje:

- El **Plan del Paisaje del EITA- Ruta de la Garnacha** (este documento)
  - El **Plan de Acciones sobre el Paisaje del EITA- Ruta de la Garnacha**
  - La Declaración del Paisaje **del EITA- Ruta de la Garnacha**
- 

## 2. **Objetivos estratégicos y líneas de trabajo**

### 2.1. **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

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

- 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.

## 2.2. Conservación y Protección

Invitar al tejido 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

- 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.
- 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.**
- 3- **Evaluar y seguir los impactos ambientales, culturales 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.
- 4- Facilitar la accesibilidad universal para todos los visitantes y establecer actuaciones para favorecer y fomentar la movilidad sostenible.
- 5- Que las **administraciones 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.

- 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.
- 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.
- 8- Diseñar y ejecutar **programas formativos de interpretación y conocimiento del territorio**.
- 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.
- 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.

### 2.3. 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).

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

- 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.
- 3- **Planificar conjuntamente las acciones de promoción con Turismo** de Aragón.
- 4- Apoyar **iniciativas locales de promoción del turismo de naturaleza vinculados a sectores económicos y sociales**, donde los productos sean un elemento más de las experiencias turísticas.
- 5- **Diseñar y ejecutar una campaña de comunicación** que mejore la posición del territorio como destino sostenible y socialmente responsable.
- 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.
- 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.
- 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**.
- 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.

- 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.
- 11- Promover la rigurosidad en la información que proporcionan las diferentes administraciones sobre el destino sostenible EITA, cuidando y sensibilizando a sus audiencias sobre los problemas de conservación paisajística y medioambiental.
- 12- Que sean cuidadosos en el tratamiento y comunicación de la información especialmente aquella sobre conflictos entre conservación, ecoturismo y actividades del sector primario.
- 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.
- 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 y digital-folletos, revistas, prensa, etc.-, señalización -paneles interpretativos, informativos etc.-); oralmente (medios radiofónicos) y gráficamente (uso del logotipo y texto que le acompañe).

### 3. Plan de Acciones del Paisaje EITA-Ruta de la Garnacha

Las acciones planteadas en el proceso de participación y aceptadas por la Comarca Campo de Borja, se han recogido en un documento denominado Plan de Acciones del Paisaje EITA- Ruta de la Garnacha 2017-2027, cuya definición de tiempos, agentes y costes, así como su puesta en marcha y ejecución, está prevista para los próximos años.