



# Carreteres, paisatge i turisme

Bases per a la definició d'un model per a Catalunya



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Coneixement



Observatori del Paisatge





---

# Carreteres, paisatge i turisme

Bases per a la definició d'un model per a Catalunya

Novembre de 2019



Generalitat de Catalunya  
**Departament d'Empresa  
i Coneixement**



Observatori del Paisatge

## Equip de treball

**Pere Sala i Martí.** Director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya

**Jordi Grau.** Ambientòleg. Observatori del Paisatge de Catalunya

**Rafael López-Monné.** Geògraf i fotògraf. Universitat Rovira i Virgili

**Ludovica Marinaro.** Arquitecte i paisatgista. Alma Mater Studiorum, Universitat de Bolonya

## Col·laboració

**Angela Barbanente.** Arquitecte urbanista. Universitat de Bari

**Alberto Barbaresi.** Arquitecte. Alma Mater Studiorum, Bolonya

**Gemma Bretcha.** Documentalista. Observatori del Paisatge de Catalunya

**Xavier Campillo.** Geògraf

**Gerhard Ermischer.** Arqueòleg. Universitat de Würzburg (Àustria)

**Berenguer Gangoells.** Enginyer de Camins i urbanista. Departament de Territori i Sostenibilitat. Generalitat de Catalunya

**Beatriz Lopez.** Arquitecta paisatgista. Universitat de Porto (Portugal)

**Niek Hazendonk.** Arquitecte paisatgista. Ministeri d'Assumptes Econòmics. Govern dels Països Baixos.

**Anna Jiménez.** Geògrafa. Observatori del Paisatge de Catalunya

**Joan Morales.** Periodista. Director de Descobrir Catalunya

**Eulàlia Palau.** Historiadora. Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya.

**Bas Pedroli.** Geògraf. Universitat de Wageningen (Països Baixos)

**Jaume Perarnau.** Historiador. Director del Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya.

**Clara Queiroz.** Arquitecta paisatgista. Universitat de Porto (Portugal)

**Jesús Rodríguez.** Centro de Estudios Paisaje y Territorio (CEPT), Andalusia

**Júlia Rubert.** Ambientòloga. Departament de Territori i Sostenibilitat. Generalitat de Catalunya

**Montse Vila.** Observatori del Paisatge de Catalunya

**Eugènia Vidal.** Arquitecta. Universitat Politècnica de Catalunya

## Fotografies

Rafael López-Monné: coberta i p. 8, 20, 24, 29, 30, 32, 49, 92, 190, 194, 200, 224 / Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya (Fons Cuyàs): p.10 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Jordi Salinas): p. 13, 16, 19, 181, 184, 192, 205, 219, 222 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Arnau Fernàndez): p. 38 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Zhulian Valeriev Ivanov): p. 42 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya: p. 46, 50, 191, 198, 206, 207, 210, 216 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya: (Maria Rosa Ferré Galimany): p. 47 / Harald Bech-Hanssen, Statens vegvesen: p. 97 / Luca Zannotti: p. 94, 103 / Per Ritzler, Statens vegvesen: p. 100 / ©Jarle Wæhler / Statens vegvesen: p. 100, 104, 105, 107, 110, 113, 114 / Steinar Skaar, Statens vegvesen: p. 101 / Michelle van Rossenberg: p. 108 / Roger Ellingsen, Statens vegvesen: p. 112 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Pere Font Ruiz): p. 178 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Esther Reverté Gras): p. 188 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Laura Armengol): p. 203 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Joan Soler Gironès): p. 209 / Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Omar Zbari): p. 213 / Agència Catalana de Notícies: p. 215.

## Direcció General de Turisme. Departament d'Empresa i Coneixement. Generalitat de Catalunya

Sub-direcció general de Desenvolupament Turístic Territorial

## Observatori del Paisatge de Catalunya

### Referència bibliogràfica

Sala i Martí, Pere; Grau, Jordi; López-Monné, Rafael; Marinaro, Ludovica (2019). *Carreteres, paisatge i turisme. Bases per a la definició d'un model per a Catalunya* [inèdit]. Observatori del Paisatge de Catalunya i Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.





## Sumari

6

<b>Presentació</b>	9
<b>CAPÍTOL 1. RELACIONS ENTRE CARRETERES, PAISATGE I TURISME</b>	15
1.1. Aproximació conceptual a la idea de paisatge	21
1.2. Les polítiques de paisatge i la tasca de l'Observatori del Paisatge de Catalunya	23
1.3. Les carreteres: més enllà de connectar i traslladar-nos	25
1.4. La necessària multimodalitat, i els nous punts de trobada en les carreteres	29
1.5. Distinció entre carretera i itinerari	31
1.6. Què entenem per itinerari i per ruta	33
1.7. El turisme itinerant de carretera: els <i>road trips</i>	34
1.8. El turisme itinerant de carretera: els circuits i les rutes	37
1.9. Un turisme menys invasiu i més respectuós amb el territori	39
<b>CAPÍTOL 2. CARRETERES, PAISATGE I TURISME A CATALUNYA, AVUI</b>	45
2.1. Iniciatives analitzades	48
2.2. Lliçons inspiradores	51
Iniciatives catalanes analitzades	54
(Itineraris i escapades. Descobreix Catalunya en cotxe; Les Grans Rutes de Catalunya, Museu al Carrer; Miradors de l'Alt Empordà; Miradors de l'Alt Berguedà; La Carretera del Vi; Carreteres d'interès paisatgístic de l'Alt Empordà)	
<b>CAPÍTOL 3. INICIATIVES INNOVADORES EN L'ÀMBIT EUROPEU I INTERNACIONAL</b>	73
3.1. Iniciatives analitzades	75
3.2. Lliçons inspiradores	83

Iniciatives europees i internacionals analitzades	93
---	----

(The 18 Scenic Routes; Carreteres paisatgístiques d'Andalusia; North Coast 500; The Ring of Kerry; La Targa Florio; La grande strada delle Dolomiti; The Great Ocean Road; Tourist Drives Queensland; Ruta Romàntica; La strada del vino; America's Byways; Protecció del viari històric a Noruega; Heritage Roads Singapur; Xarxa Ciclable del Departament dels Pirineus Atlàntics; Rutes de comunicació històriques de Suïssa; Route Nationale 7; Wild Atlantic Way; Grand Tour; Carreteres amb valor paisatgístic de la Pulla; La ciclovia tirrenica; North East 250)

<b>CAPÍTOL 4. UN MODEL PER A CATALUNYA</b>	177
4.1. Què és una carretera d'interès paisatgístic?	180
4.2. Factors definidors de les carreteres d'interès paisatgístic	182
4.3. Criteris per a la catalogació	199
4.4. Criteris per a la intervenció	202
4.5. Criteris per a la governança i la gestió	217
4.6. Criteris per al disseny de la imatge i la senyalització	221
4.7. Criteris per al disseny de rutes turístiques	223
<b>Referències bibliogràfiques</b>	227
<b>ANNEX 1      Iniciatives identificades</b>	233
<b>ANNEX 2      Assaig metodològic (mapa)</b>	241







## Presentació

La Direcció General de Turisme del Departament d'Empresa i Coneixement i l'Observatori del Paisatge de Catalunya fa temps que col·laboren a explorar vies conjuntes per definir estratègies turístiques a partir dels valors dels paisatges de Catalunya, en el marc de l'actual Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022 i la visió 2025, així com de l'anterior i les Directrius Nacionals de Turisme 2020, i els objectius del Conveni europeu del paisatge i de la Llei del paisatge de Catalunya.

Una de les línies de treball iniciades el 2019 entre ambdues institucions està relacionada amb les carreteres. En aquest sentit, el seminari internacional "La carretera en el paisatge", organitzat el maig de 2018 per l'Observatori del Paisatge i la Secretaria d'Infraestructures i Mobilitat del Departament de Territori i Sostenibilitat, va constatar que les carreteres són avui la principal via d'accés al coneixement del territori i a la diversitat dels seus paisatges, i una magnífica plataforma de percepció i gaudi dels recursos escènics i paisatgístics. A més, generen experiències turístiques i de lleure ben diverses, activen el patrimoni –i alhora el preserven– i, en conseqüència, repercuteixen positivament en el desenvolupament local i regional. En aquest sentit, els catàlegs de paisatge de Catalunya proposen impulsar una xarxa de carreteres amb aquesta finalitat.



(A la pàgina del costat)

**Fig. 1** | La identificació dels paisatges de Catalunya a través dels catàlegs de paisatge, és una magnífica oportunitat per aprendre i aplicar noves formes de relacionar-se amb els paisatges contemporanis a través de les carreteres. Vista de la carretera N-260 al coll de la Creu de Perves, al paisatge de Sant Gervàs-Montcortès.

El fet que Catalunya disposi ara, per primer cop, del mapa de 134 paisatges, que representen 134 caràcters paisatgístics diferents, tots ells delimitats i descrits pels catàlegs de paisatge, és una magnífica oportunitat per aprendre i aplicar noves formes de relacionar-se amb els paisatges contemporanis a través de les carreteres. És, doncs, el moment pertinent per posar les bases d'un futur model que redescobreixi el vincle entre les carreteres i el paisatge, tenint en compte la xarxa viària existent i la riquesa i diversitat paisatgística del país, amb l'objectiu de contribuir a diversificar l'oferta d'activitats de lleure i de gaudi del paisatge.



En aquest sentit, ens situem enmig d'una gran revolució dels sistemes de mobilitat, cada cop més col·lectius, segurs, autogestionats i vinculats a les noves tecnologies i a les dades a temps real, que ens obre un munt d'oportunitats i de vies per explorar fins ara inimaginables. Cal aprofitar-ho i fer que el paisatge deixi de percebre's des de dins del cotxe o d'un autobús, per exemple, com un mer decorat o fons escènic i es converteixi en el protagonista de les noves experiències de conducció i transport que venen.

De quina manera pot contribuir una carretera a reconèixer, activar culturalment, social i econòmica, i divulgar els valors paisatgístics del país? Quin rol hi poden tenir la varietat i riquesa de recursos paisatgístics de Catalunya? (Miradors, fons escènics, carreteres poc transitades o fora d'ús, parcs, alineacions arbrades i altres patrimonis, trams panoràmics, unitats de paisatge, etc.). Val la pena aprofitar l'oportunitat que suposa el fet de començar des de zero en aquest àmbit i la responsabilitat de reflexionar-hi adequadament, partint del context actual de canvis en la mobilitat i considerant la població local com a subjecte substancial i primordial de qualsevol projecte relacionat amb el paisatge i el turisme.

↑  
**Fig. 2 i 3** | Les carreteres poden contribuir a divulgar els valors paisatgístics del país. A l'esquerra carretera de Santa Cecília, al paisatge de Montserrat i a la dreta accés a Cervera.



## Objectius

L'objectiu general és plantejar una nova mirada i un nou model per a Catalunya que enforteixin la relació entre les carreteres, el paisatge i el turisme, amb propostes que incorporin noves formes de planificació, ús, governança i comunicació, i que promoguin models de turisme i de mobilitat responsables. Els objectius específics que es persegueixen són els següents:

- 1.** Enriquir la mirada sobre el paisatge a través del viatge, amb un grau més de consciència i de plaer, reforçant alhora la dimensió patrimonial i cultural del paisatge i el valor de les carreteres.
- 2.** Explorar formes de convertir les carreteres en eines de sensibilització i de difusió de la cultura del paisatge.
- 3.** Aprendre de les iniciatives més innovadores a escala catalana i internacional que ajudin a definir un model de relació entre el paisatge, les carreteres i el turisme per a Catalunya.
- 4.** Establir els criteris que permeten identificar les carreteres o trams de carreteres més idònies per afavorir la relació amb el paisatge, tenint en compte la xarxa viària existent, i la riquesa i diversitat paisatgística del país.
- 5.** Esdevenir un referent per al disseny de propostes d'itineraris de viatges per carretera a Catalunya.
- 6.** Contribuir a la descoberta i redescoberta de paisatges i aspectes de la cultura de diferents racons del país que són poc coneguts.
- 7.** Contribuir a diversificar l'oferta d'activitats de lleure i de gaudi del paisatge.



## Continguts

El document ha estat elaborat per un equip interdisciplinari de l'Observatori del Paisatge. Introdueix, en primer lloc, els principals reptes que, avui, enmig d'un autèntic canvi de paradigma en el model turístic i de mobilitat, planteja la relació entre les carreteres i el paisatge, i posa en relleu els enormes potencials que té.

Tot seguit s'analitzen les principals aproximacions que hi ha hagut a Catalunya per fer de la carretera l'eix de promoció d'una determinada experiència que estigui relacionada amb els paisatges que creua, tant des del punt de vista de la planificació com del de la promoció i l'ús. S'hi analitzen tant les impulsades per la Generalitat com diversos exemples de les promogudes per l'administració local, així com les iniciatives privades o de la societat civil en general.

A continuació s'aprofundeix en les lliçons que podem extreure de diverses experiències europees; són d'utilitat alguns casos de Noruega, Itàlia, Escòcia, Suïssa, Alemanya, o Andalusia, entre d'altres. El capítol analitza i compara les iniciatives més innovadores i pioneres que s'han impulsat en l'àmbit europeu i internacional en matèria de carreteres d'interès paisatgístic, per extreure'n allò més rellevant i que pugui ser útil per definir una estratègia pròpia per a Catalunya.

Finalment, i arran de la reflexió conjunta amb la Subdirecció General de Desenvolupament Turístic Territorial de la Direcció General de Turisme durant els mesos d'elaboració del document, es defineixen quins són els aspectes clau que hauria de tenir un futur model de carreteres d'interès paisatgístic de Catalunya, que ha de ser coherent amb la realitat paisatgística del país, i construït de forma progressiva entre els diferents actors involucrats. El document, doncs, planteja una nova mirada a les "carreteres d'interès paisatgístic", amb criteris clars per definir-les i noves formes de planificació, governança i comunicació.







**Relacions entre  
carreteres, paisatge  
i turisme**







El paisatge és un recurs de primer ordre per al turisme; n'és un dels principals atractius, i això resulta molt significatiu per a un país com Catalunya, on el turisme té un pes molt rellevant. Els paisatges i les seves imatges, convertides sovint en elements icònics, són, alhora, grans motivadors de viatges.

D'altra banda, els paisatges sovint estan relacionats amb les carreteres. Les societats occidentals compartim referents culturals molt marcats vinculats, per exemple, als *road trips*. Qui no té fixades a la memòria imatges de l'aventura de Thelma i Louise? La indústria del cinema s'encarrega d'enriquir progressivament aquests referents amb les *road movies*, convertides en tot un gènere que ha sabut transmetre una determinada idea de llibertat de moviment.

Aquestes i altres raons expliquen que l'expectativa d'un viatge per carretera i la contemplació de grans paisatges continuï mantenint un elevat atractiu entre gran part de la població. Això, sumat a la importància cada cop més gran que s'atorga a la gestió i la planificació dels paisatges, tant els més excepcionals com els quotidians, ofereix oportunitats molt bones per a la creació de propostes i productes turístics innovadors i d'excel·lència.

D'altra banda el Pla estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022 visió 2025, ens emplaça a orientar el sistema turístic català per oferir una experiència turística excepcional. Aconseguir un creixement més equilibrat situant la protecció, preservació i interpretació de l'entorn natural i cultural com a base d'un model que porti equilibri i prosperitat al territori. A més, la consideració dels valors del paisatge en les polítiques turístiques és clau per assolir els objectius del Conveni europeu del paisatge i de la Llei 8/2005 del paisatge de Catalunya.

Catalunya disposa, per primer cop, d'un mapa de 134 paisatges, elaborat per l'Observatori del Paisatge i editat recentment per l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya (Observatori del paisatge de Catalunya, ICGC, 2019), basat en el caràcter de cadascun dels 134 paisatges,

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 5** | Sovint les carreteres s'han adaptat forçosament als paisatges que creuen. En són un exemple els congostos i estrets, com és el cas de la carretera C-13 al seu pas pel congost de Terradets, al paisatge del Montsec.

tots ells descrits pels catàlegs de paisatge de Catalunya. Els coneixements i l'experiència adquirida en els últims anys en l'àmbit del paisatge esdevenen una magnífica oportunitat per aprendre i aplicar noves formes de relacionar-se amb els paisatges contemporanis a través de les carreteres.

Les carreteres en general, i certes carreteres en particular, a més de complir la funció original d'unir, connectar, servir-nos com a via de transport o traslladar-nos, constitueixen, per a molts ciutadans, el mitjà més utilitzat per accedir i entrar en contacte amb els paisatges. La imatge que la majoria de la població té del territori és la que es divisa des de les carreteres. Sense entrar en valoracions, aquesta evidència posa de manifest que les carreteres constitueixen, ara com ara, el gran mitjà per acostar-nos als paisatges i a la seva llegibilitat. I encara ho podran ser més en el futur si, com tot indica, s'avança cap a una mobilitat viària cada cop més passiva, amb cotxes autopilotats en què, per tant, l'experiència del viatge guanyarà importància respecte a la velocitat i la seguretat, factors que dependran cada cop menys del conductor. En un horitzó poc llunyà, a més, la visió frontal del vehicle anirà substituint-se per una de 360°.

Treballar conscientment sobre aquestes constatacions suposa una gran oportunitat per fomentar la descoberta i el gaudi de la diversitat i riquesa dels paisatges de Catalunya des de propostes que afavoreixin l'enriquiment de les mirades. Què es pot fer per afavorir els vincles emocionals i estètics de la població i dels visitants amb els paisatges i el seu gaudi? Com es poden gestionar i mantenir les carreteres per tal de contribuir-hi? Aquestes són preguntes que el present document intenta respondre.

D'altra banda, l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible de les Nacions Unides que la Generalitat de Catalunya s'ha compromès a implantar obliga a plantejar models de mobilitat adaptats a la contemporaneïtat i a promoure un model de turisme menys invasiu i més respectuós amb el territori.



↑  
**Fig. 6** | En un món cada cop més accelerat i estressat, creix el valor de la lentitud, de la contemplació i de la pausa. Paisatge del Pla de Barcelona.

L'evidència de la creixent exigència de l'anomenada "societat del rendiment" (Han, 2012) i del frenètic ritme vital que afecta bona part de la societat comporta conseqüències àmpliament constatades en la salut de la població (depressions, ictus, infarts, migranyes...). En un món cada cop més accelerat i estressat, creix el valor de la lentitud, de la contemplació i de la pausa. Així, el temps de vacances i de lleure adquireix cada vegada més valor com a temps balsàmic.



# 1.1

## Aproximació conceptual a la idea de paisatge

El paisatge és el rostre del territori, amb tots els seus elements naturals i antròpics i, a la vegada, els sentiments i emocions que desperta a l'hora de contemplar-lo. És, per tant, al mateix temps una realitat física i la representació que ens en fem. El paisatge és, també, un producte social. És la projecció cultural d'una societat en un espai determinat des d'una dimensió material, espiritual, ideològica i simbòlica.

El paisatge reflecteix la bona o la mala salut de les relacions entre la societat i el territori, és un excel·lent indicador de la qualitat del medi, és un element més del benestar social i individual, i ofereix sensacions plaents (estètiques, sensorials, emotives). El paisatge també és un reflex d'estils de vida passats i, en definitiva, de la nostra història; d'aquí ve el seu valor patrimonial i de cohesió social. El paisatge és, també, un actiu per al desenvolupament econòmic i un catalitzador per al desenvolupament local.

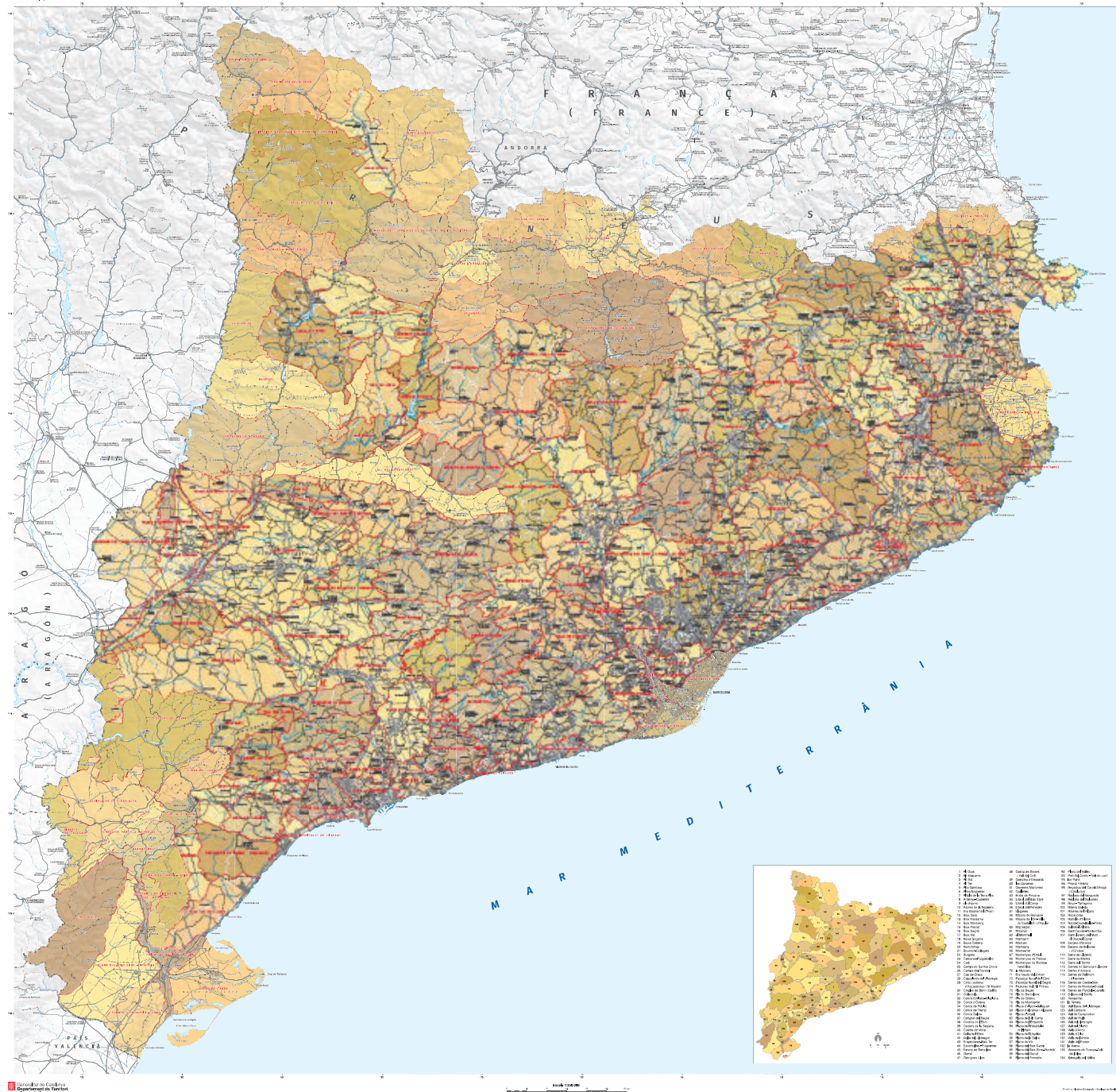
Es parteix, per tant, de la noció que el paisatge és, fonamentalment, una conquesta de la cultura basada en la connotació emocional, social i estètica. Aquesta visió es recolza en la constatació que és la cultura la que determina que un paisatge ens agradi més o menys. Això suposa entendre el paisatge més com un fet cultural que no pas com una matriu física, si bé, és clar, es concreta en bona mesura en elements reals i tangibles sotmesos a processos i transformacions més o menys intensos.

Les polítiques més modernes se centren més en paisatges des d'una comprensió integrada que en una suma de llocs, edificis i elements puntuals. I avui el repte no és tant la protecció dels paisatges, actitud dominant o única en les normes existents fins a l'arribada del Conveni europeu del paisatge, sinó la seva gestió i ordenació.

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 7** | El document també parteix d'una visió integrada del paisatge, prenent els components naturals i culturals conjuntament, mai per separat. Paisatge dels Camps del Francolí.



**EL MAPA D'UNITATS DE PAISATGE**

El mapa d'unitats de paisatge és un mapa temàtic que representa les unitats de paisatge de Catalunya. Aquest mapa té un caràcter descriptiu i no prescripciu, i està destinat a ser utilitzat com a eina de treball per a la gestió del paisatge i per a la planificació territorial.

**Les unitats de paisatge**

Les unitats de paisatge són espais geogràfics amb característiques físiques, biològiques i culturals comunes que els diferencien dels espais adjacents. Aquestes unitats són el resultat de processos naturals i culturals que han actuat al llarg del temps i que han donat lloc a paisatges amb un valor patrimonial i ambiental destacat.

**Metodologia de treball i delimitació de les unitats de paisatge**

El mapa d'unitats de paisatge s'ha elaborat a partir d'una metodologia basada en l'anàlisi de les característiques físiques, biològiques i culturals dels paisatges de Catalunya. Aquesta metodologia ha consistit en la identificació de les unitats de paisatge a partir de l'anàlisi de les característiques físiques, biològiques i culturals dels paisatges de Catalunya.

**Unitats de paisatge i els seus subdominis**

Les unitats de paisatge són el resultat de processos naturals i culturals que han actuat al llarg del temps i que han donat lloc a paisatges amb un valor patrimonial i ambiental destacat. Aquests paisatges són el resultat de processos naturals i culturals que han actuat al llarg del temps i que han donat lloc a paisatges amb un valor patrimonial i ambiental destacat.

**La importància de les característiques físiques en la delimitació de les unitats de paisatge**

Les característiques físiques són un dels factors més importants en la delimitació de les unitats de paisatge. Aquestes característiques són el resultat de processos naturals que han actuat al llarg del temps i que han donat lloc a paisatges amb un valor patrimonial i ambiental destacat.

**El mapa d'unitats de paisatge**

El mapa d'unitats de paisatge és un mapa temàtic que representa les unitats de paisatge de Catalunya. Aquest mapa té un caràcter descriptiu i no prescripciu, i està destinat a ser utilitzat com a eina de treball per a la gestió del paisatge i per a la planificació territorial.

**Fitxa de cada unitat**

El mapa d'unitats de paisatge inclou una fitxa de cada unitat de paisatge. Aquesta fitxa proporciona informació sobre el nom de l'unitat, el seu codi, el seu subdomini i les seves característiques principals.

**El mapa d'unitats de paisatge**

El mapa d'unitats de paisatge és un mapa temàtic que representa les unitats de paisatge de Catalunya. Aquest mapa té un caràcter descriptiu i no prescripciu, i està destinat a ser utilitzat com a eina de treball per a la gestió del paisatge i per a la planificació territorial.

→ **Fig. 8** | Mapa dels 134 paisatges de Catalunya editat per l'Observatori del Paisatge de Catalunya i l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya (2019).

# 1.2

## **Les polítiques de paisatge i la tasca de l'Observatori del Paisatge de Catalunya**

El Parlament de Catalunya va aprovar el 8 de juny de 2005 la Llei 8/2005 de protecció, gestió i ordenació del paisatge de Catalunya, seguint els principis del Conveni europeu del paisatge, aprovat a Florència l'octubre de 2000 (Consell d'Europa, 2000). La llei reconeix que la riquesa paisatgística de Catalunya constitueix un patrimoni ambiental, cultural, social i històric que influeix en la qualitat de vida dels ciutadans, i que conté una dimensió econòmica i també identitària.

Uns mesos abans de l'aprovació de la llei, s'havia creat l'Observatori del Paisatge de Catalunya, com un centre de pensament, estudi, documentació i acció sobre el paisatge, i un punt de trobada entre totes aquelles institucions, entitats i persones que, a Catalunya i fora de Catalunya, es preocupen i s'interessen per la temàtica del paisatge.

Una de les principals tasques de l'Observatori del Paisatge de Catalunya és l'elaboració dels catàlegs de paisatge de Catalunya, vuit en total, complint així amb el mandat de la Llei del paisatge. Els catàlegs han marcat un abans i un després tant en el coneixement del territori com en la seva gestió i ordenació, ja que han permès conèixer tots els paisatges de Catalunya i els seus valors, una tasca imprescindible abans d'aplicar qualsevol política pública. Els catàlegs s'apliquen al conjunt del territori català i no només als espais singulars o excepcionals, per la qual cosa han posat de manifest que a Catalunya hi ha paisatges quotidians amb gran valor i enormement interessants, però poc coneguts i sovint no gaire valorats. Que les polítiques de paisatge contemplin la gestió i planificació dels paisatges quotidians és una oportunitat per al reconeixement, la posada en valor i l'activació social, econòmica i cultural dels valors paisatgístics i patrimonials d'aquests territoris, ja siguin agraris, naturals, urbans o metropolitans. L'elaboració dels catàlegs de paisatge ha permès obtenir, per primera vegada, el mapa dels 134 paisatges de Catalunya citat anteriorment, que evidencia aquesta gran diversitat i riquesa de paisatges de Catalunya.





# 1.3

## Les carreteres: més enllà de connectar i traslladar-nos

Segons l'Institut d'Estudis Catalans el mot *carretera* fa referència a una “via de comunicació entre poblacions per a la circulació simultània de vehicles i amb una o més vies per a cada sentit de la circulació”. Segons la Llei 16/1985, de l'11 de juliol, d'ordenació de les carreteres de Catalunya, es consideren carreteres les vies de domini i ús públics projectades i construïdes fonamentalment per a la circulació de vehicles automòbils.

Moltes carreteres de Catalunya, a més de complir la funció original d'unir, connectar, servir-nos com a via de transport o traslladar-nos, posseeixen valors intrínsecs i relacionats amb el paisatge. Les carreteres són els principals visors dels paisatges contemporanis i són alhora creadores d'imaginari.

Algunes carreteres –en especial les secundàries– tenen un elevat valor patrimonial, tant perquè conserven poc alterats elements constructius originals com pel fet que històricament han articulat el territori i han contribuït a afaiçonar-lo (vegeu el destacat “Les carreteres com a elements històrics i patrimonials”). El valor patrimonial també pot venir donat pel fet que les carreteres van ser testimonis o escenaris d'episodis històrics rellevants, o perquè algun personatge històric hi va passar en algun moment determinat, o bé perquè adquireixen nous significats quan s'hi han rodat determinats anuncis o pel·lícules, entre altres motius.

També existeixen carreteres o elements d'aquestes carreteres que no formen part dels catàlegs de patrimoni tradicionalment basats en la preservació i conservació de les peces de caràcter extraordinari, però que tenen un reconeixement social cada cop major, i per això viuen processos de patrimonialització accelerats, on la població local adquireix un paper cada cop més rellevant a l'hora d'atorgar-los el valor de patrimoni. Al moment de donar valor a aquests paisatges i a aquest patrimoni ordinari, prevalen la memòria personal, les experiències viscudes, o la vinculació a aquests llocs de les generacions passades.

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 9** | Els catàlegs de paisatge s'apliquen al conjunt del territori català i no només als espais singulars o excepcionals. Paisatge de l'Altiplà de la Terra Alta.

D'altra banda, en haver esdevingut una infraestructura bàsica d'accés al territori, determinades carreteres tenen un enorme potencial didàctic i són capaces de generar experiències turístiques i de lleure ben diverses. En conseqüència, aquestes carreteres poden esdevenir un instrument al servei de la cultura i del desenvolupament local i regional.

A més, la morfologia, la geometria, la velocitat o la intensitat de trànsit, per exemple, incideixen en l'experiència paisatgística i de gaudi, i, per tant, són aspectes que cal tenir en compte a l'hora d'abordar la gestió de carreteres amb una especial relació amb el paisatge. Així, tal com s'explica més endavant, la lògica de les antigues carreteres buscava necessàriament l'adaptació a la morfologia del territori (relleus, pendents, etc.) i, per tant, s'hi integraven. En el cas de les modernes infraestructures viàries, la intensa evolució en les tècniques constructives de les últimes dècades les ha portat a ser, pràcticament, independents de les característiques físiques dels territoris per on passen.

Totes aquestes funcions fan aflorar alguns valors contemporanis amb els quals es poden connectar determinats tipus de carreteres, tals com la tranquil·litat, la contemplació, la descoberta, el coneixement, la sensibilitat, el civisme, etc. També hem de veure cada vegada més les carreteres com a espais públics contemporanis per a generar energia i per a estimular una transició energètica basada en les energies renovables, sobretot amb la ubicació de panells fotovoltaics en els seus marges i pèrgoles.

## Les carreteres com a elements històrics i patrimonials

A casa nostra, la història de la construcció de carreteres per al trànsit primer de carruatges i després de vehicles de motor presenta trets molt similars a la de la resta de l'Estat, per exemple, pel que fa a lentitud, endarreriments i dificultats pressupostàries.

L'endarreriment històric va ser de tal magnitud que, segons els estudiosos, no és fins a finals del segle XVIII que s'aconsegueix superar l'antic llegat de vies de l'època romana. De fet, durant molt de temps, les tècniques constructives utilitzades eren hereves de l'adaptació i modernització de les tècniques observades a les calçades romanes i els tractats teòrics que servien com a referència per a la construcció de camins proposaven el "sistema romà" com a model a imitar.

Els traçats construïts al segle XIX es van caracteritzar per pendents longitudinals suaus, de manera que va ser freqüent recórrer a traçats sinuosos i en ziga-zaga, i el pendent màxim estava restringit per les limitacions tecnològiques dels mitjans de transport.

La primera meitat del segle XIX va constituir una època relativament pròspera per a la construcció de carreteres; tanmateix, a la segona meitat, l'aparició del ferrocarril va frenar, i molt, els projectes. L'aparició de l'automòbil a finals del segle XIX va provocar una profunda transformació formal i funcional de les carreteres. El disseny pensat per a carruatges no resultava adequat per

als nous vehicles motoritzats. Els fermes de terra, sense conglomerants, desprenien enormes quantitats de pols, els encreuaments a nivell resultaven molt perillosos, el radi dels tombos habitualment resultava massa petit per les velocitats dels automòbils i aquesta mateixa velocitat provocava nombrosos conflictes amb els vianants i els vehicles de tracció animal.

Aquestes incompatibilitats van provocar que països com Alemanya o Itàlia abordessin la construcció de noves vies independents pensades especialment per a automòbils. A l'Estat espanyol, però, es va apostar per l'adaptació de les carreteres existents pensades per a carruatges. Tanmateix, a partir de la segona meitat del segle XX, l'evolució dels automòbils va obligar a plantejar obres de majors dimensions i, a més de noves carreteres específicament plantejades per als nous vehicles, es van dur a terme nombroses ampliacions d'antigues vies fins a dotze metres. Aquest fet va comportar, inevitablement, una important pèrdua de patrimoni viari dels segles XVIII i XIX.

La lògica de les antigues carreteres buscava necessàriament l'adaptació a la morfologia del territori (relleus, pendents, etc.) i, per tant, s'hi integraven. En el cas de les modernes infraestructures viàries, la intensa evolució en les tècniques constructives de les últimes dècades ha comportat que siguin, pràcticament, independents de les característiques físiques dels territoris per on



passen i cada cop més similars per tal de complir amb els estàndards exigits. Així, les autovies, independentment de per on recorren, són sempre iguals (la mateixa amplada, el mateix abalisament, la mateixa senyalització, els mateixos paviments, etc.).

Són escassos els exemples de vies que conservin el traçat i els elements originals i que no hagin estat transformades a partir de la segona meitat del segle XX. Un cas de caràcter excepcional a casa nostra és la via del Capsacosta, construïda als segles XVII i XVIII (Colomer, Fumanal, 2017). En la majoria dels casos es tracta de carreteres amb funcions més secundàries, per a un trànsit local i de curt recorregut. A banda, també es troben trams que van ser rectificats i que, com que s'hi va intervenir, conserven característiques més antigues.

↑  
**Fig. 10** | El valor patrimonial de les carreteres queda ben palès en aquest gravat que escenifica la batalla de Valls o batalla del pont de Goi (25 de febrer de 1809), per on actualment encara hi circula la carretera TV-7421, al paisatge de la Plana de l'Alt Camp.

Malauradament, la manca de coneixement de la dimensió històrica i patrimonial d'aquestes vies fa que continuïn exposades a intervencions d'adequació i condicionament mancades d'una mínima sensibilitat. En aquest sentit, la identificació del patrimoni de qualsevol carretera hauria de permetre afrontar conjuntament la caracterització del traçat geomètric de la infraestructura (tant en planta com en alçat), la seva secció transversal (caracteritzada per l'amplada de la carretera i materialitzada pels moviments de terra i paviments), les estructures (i, particularment, els ponts i obres de drenatge menors, com ara claveguerons i clavegueres), els elements auxiliars (i, entre ells, els elements de senyalització i els sistemes de contenció) i les seves edificacions vinculades (tals com hostals, posades, casetes de peons caminers i, més recentment, tallers, gasolineres, etc.).

En aquest sentit, el govern suís va realitzar un inventari de vies de comunicació històriques (IVS) entre l'any 1984 i el 2003, i l'any 2010 va aprovar l'ordenança per protegir aquestes vies de comunicació i tots els elements que les formen (*Ordonnance concernant l'inventaire fédéral des voies de communication historiques de la Suisse*), i el Fons Suís pel Paisatge ha col·laborat activament en la seva revalorització, per exemple rehabilitant algunes fileres arbrades històriques. El cas suís, així com la protecció de la xarxa viària històrica noruega o les heritage roads de Singapur, es descriuen al capítol 3.

El caràcter històric d'algunes carreteres catalanes és un actiu de primer ordre en la definició de les carreteres d'interès paisatgístic.

# 1.4

## La necessària multimodalitat, i els nous punts de trobada en les carreteres

Que una carretera sigui multimodal implica que la carretera pugui ser recorreguda, de forma segura i amb el màxim gaudi, per diversos mitjans, motoritzats i no motoritzats. Una prioritat d'avui és diferenciar la mobilitat basada en sistemes privats motoritzats de la dels sistemes públics o especialment no motoritzats, no només per contribuir a una millora significativa de la qualitat de l'aire (i, per tant, per contribuir a la lluita contra el canvi climàtic), sinó també per garantir una major justícia en matèria de mobilitat (encunyant el concepte de *mobility justice*); és a dir, es tracta de garantir un accés igual a una mobilitat eficaç i de primer nivell per a tots els ciutadans (Sheller, 2018), i a l'emergència d'una determinada apropiació social de les carreteres.

Així, pensar en infraestructures multimodals i en nous punts de trobada en les carreteres, i construir-hi propostes turístiques d'excel·lència esdevé fonamental per promoure una nova mirada al territori, al paisatge, a la qualitat de l'experiència de la mobilitat i, per tant, a un nou concepte de viatge que es convertirà en coneixement. En aquest model, la multimodalitat (cotxe, bicicleta, tren, etc.) genera noves oportunitats, també per adaptar la proposta turística a diferents escales i velocitats de desplaçament, incloent-hi una tipologia d'usuaris molt més àmplia i diferenciada.

→

**Fig. 11** | Pensar en infraestructures multimodals i en nous punts de trobada en les carreteres, i construir-hi propostes turístiques d'excel·lència esdevé fonamental per promoure una nova mirada al territori, al paisatge. Carretera de l'estació d'esquí de Boí - Taüll, al paisatge de les Pastures de l'Alt Pirineu.





# 1.5

## Distinció entre carretera i itinerari

A la vida diària la carretera i el viatge són conceptes que es reuneixen i s'entrellacen constantment. Aquest apartat aborda el significat de conceptes clau, com què entenem per carretera i itinerari com a sinònim de viatge.

Carretera i itinerari no són sinònims. Les carreteres constitueixen una infraestructura. Tenen una dimensió física, legal i una gestió administrativa específica. Els itineraris, en canvi, tenen una naturalesa immaterial, si bé es concreten sobre elements físics. Són propostes concretes de recorregut que enllacen nodes i espais considerats d'interès segons els plantejaments que les originen. Els itineraris poden estar centrats en una sola carretera però sovint n'enllacen més d'una. Tot i que en alguns casos poden estar senyalitzats físicament, no és imprescindible i existeixen multitud de propostes que utilitzen altres mitjans per difondre'ls (guies, fulletons turístics, georeferenciació, etc.).

La seva naturalesa propositiva implica que cada itinerari sigui dissenyat expressament pensant en un públic concret (més o menys generalista, habitualment) i tenint en compte altres elements condicionants, com estratègies turístiques específiques, l'estructura turística de la zona o els valors del paisatge de cada territori. *Itinerari i ruta* són paraules que s'utilitzen a hores d'ara pràcticament com a sinònims, tot i que —com s'explica més endavant— tenen certs matisos.

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 12** | Els mitjans de treball i de transport han anat canviant al llarg del temps. Actualment hi ha diverses celebracions vinculades als paisatges rurals que recorden i posen en valor les pràctiques del passat, com és el cas de la Festa del vi i la verema a l'antiga a Poboleda, al paisatge del Priorat Històric.





# 1.6

## Què entenem per itinerari i per ruta

El diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans defineix *itinerari* com la “descripció del camí a seguir” i *ruta* com el “camí que hom recorre en un viatge, en una excursió, etc.” A hores d'ara, ambdós mots –ruta i itinerari– funcionen pràcticament com a sinònims, és a dir, com a propostes de recorreguts a seguir. Tanmateix, és possible distingir algunes subtils accepcions.

La paraula *itinerari* pot estar vinculada a tot tipus de recorregut, independentment de la seva complexitat. La paraula *ruta*, en canvi, sovint remet a una proposta d'una certa complexitat i elaboració.

En el món del turisme –malgrat l'abús de la paraula– una *ruta* hauria de ser alguna cosa més que una llista de recursos. Una *ruta* pressuposa un disseny, unes intencions i una seqüència que respon a aquestes intencions. Anant més lluny, una *ruta* hauria de ser una narrativa, una proposta de relat que tingués l'estructura bàsica de qualsevol història: introducció, nus i desenllaç.

Els elements que les rutes, com a tals, solen incorporar són: una imatge concreta de marca, un logotip, un itinerari definit i uns components identificats, sistemes d'acollida, d'informació, d'allotjament, de transport, i la gestió integrada d'aquests elements per part d'algun organisme, ja sigui públic o privat.

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 13** | La paraula *itinerari* pot estar vinculada a tot tipus de recorregut, independentment de la seva complexitat. Carretera TP-7402 que condueix al poble de Porrera, al paisatge del Priorat Històric.

# 1.7

## El turisme itinerant de carretera: els *road trips*

Desplaçar-se en vehicle fins a l'indret triat per a les vacances no es pot confondre amb un viatge de vacances per carretera. Les motivacions que els originen són diferents. En el segon cas, el mateix viatge, és a dir, la itinerància, és l'element central.

En aquest sentit, la referència del turisme itinerant per carretera per excel·lència és el *road trip*. Un *road trip*, segons el Cambridge English Dictionary, és un viatge llarg, de lleure, realitzat amb cotxe. Habitualment s'hi associa el caràcter no planificat i improvisat, de tal manera que, per a algunes persones, si es coneix prèviament la distància concreta a recórrer, no podria qualificar-se el viatge de *road trip*, sinó més aviat un turisme itinerant de carretera (vegeu l'apartat 1.8).

No hi ha consens sobre quina distància ha de tenir o quant temps ha de durar un viatge per tal que es consideri un *road trip*. Tanmateix, originalment s'han associat a grans longituds i llargues durades, la qual cosa habitualment implica travessar diferents països o estats. Els llocs més populars inclouen Canadà, els Estats Units d'Amèrica i Europa central. Els països petits no solen ser els destins escollits pels amants dels *road trips*.

En aquest sentit, les reduïdes dimensions de Catalunya —el país es pot creuar tranquil·lament en una jornada—, d'entrada, no afavoreixen una imatge de destinació per als amants dels *road trips* clàssics. Això no significa que no se'n puguin proposar, però caldrà buscar i trobar un discurs de viatge turístic per carretera que, si bé es pot recolzar en alguns dels elements més genèrics del *road trip*, estigui adaptat a la realitat catalana. En aquest sentit, la lentitud, la descoberta pausada de racons i dels significats (històries) que atresora el paisatge por ser un bon punt de sortida per a aquesta cerca.

D'altra banda, una mirada atenta al context permet corroborar la importància de les narratives i de l'art en la construcció simbòlica de les propostes més consolidades. Sembla que el cinema, la literatura i la música són, entre altres disciplines artístiques, les més rellevants a l'hora de crear relats associats al viatge i les carreteres.

Cal tenir ben present, tal com es repeteix en diversos apartats, que, en essència, una ruta és —o hauria de ser— una història. És a dir, la promesa d'evocar i viure un determinat relat *in situ*. Per tant, una pregunta que caldrà respondre a l'hora de plantejar propostes de rutes vinculades a les carreteres i el paisatge serà: quines són les històries, els relats, que podem associar a les nostres carreteres i paisatges? O bé, quines noves narratives podríem ajudar a fer aparèixer?

→  
**Fig. 14** | La indústria del cinema s'encarrega d'enriquir progressivament els referents dels *road trips* amb les *road movies*, convertides en tot un gènere que ha sabut transmetre una determinada idea de llibertat de moviment.





### Els vasos de Vicarello

Són quatre vasos cilíndrics de plata que porten gravats a les parets les mansions (ciutats i parades de postes) de l'itinerari entre Gades (Cadis) i Roma. Estan datats a l'època d'August i Tiberi i mostren canvis en la ruta a mesura que s'anaven executant noves obres.

El viatger que els comprava adquiria una autèntica "guia de carreteres" revisada i posada al dia. El viatge per terra entre Gades i Roma durava tres mesos i mig (106 jornades), amb una mitjana diària de 26 quilòmetres, per cobrir un recorregut de 1.840 milles romanes (2.723 quilòmetres aproximadament).

↑  
**Fig. 15-16** | Detall dels vasos de Vicarello on es poden observar els noms de les parades de la ruta entre Gades (Cadis) i Roma. Els vasos de Vicarello es poden considerar una de les primeres guies de carreteres de la història.

# 1.8

## El turisme itinerant de carretera: els circuits i les rutes

Com era d'esperar, no tots els viatges de vacances itinerants per carretera participen de la condició d'improvisació que caracteritza els *road trips*. L'existència de rutes i circuits itinerants establerts, amb els elements i les localitats a visitar prèviament triades, és tan antiga com la mateixa pràctica turística. El concepte d'itinerari cultural, per exemple, s'associa a una de les pràctiques que han fonamentat l'activitat en l'època moderna, a partir del segle XVII, com ara el Grand Tour suís. La mateixa existència de guies itinerants és encara més antiga i prèvia fins i tot al fenomen turístic, com es posa de manifest, per exemple, als famosos vasos de Vicarello.

Tal com destaca Salvador Anton (1998), el turisme basat en rutes i itineraris comprèn una gran varietat de productes i iniciatives que poden diferenciar-se en funció de diferents criteris. D'una banda, l'escala i el context cultural (Ruta de la Seda o Ruta del Cister); de l'altra, el mitjà, que pot abastar des de les rutes a peu, en bicicleta, en automòbil, etc., fins a veritables periples multimodals (Ruta dels Esclaus).

Els mecanismes de freqüentació turística també són variables. En l'àmbit local i regional i en entorns propers als centres emissors de demanda, dominen especialment les rutes que fan de manera independent els visitants (Ruta dels Càtars), basant-se en una bona comunicació del producte i un suficient desenvolupament dels nodes. També existeixen altres rutes i circuits que són comercialitzats per operadors i agències de viatge a través de catàlegs estàndards o fets a mida, o propostes properes al turisme de masses. Les rutes solen néixer a partir de l'associació voluntària entre agents, o a partir del disseny d'estratègies turístiques i territorials específiques.

El disseny de rutes i itineraris hauria de suposar, per tant, la definició d'un relat, d'una història, d'alguna cosa profunda que es vol transmetre sobre aquell territori o territoris. Massa sovint s'esdevé que suposades propostes de rutes i itineraris acaben sent simples recorreguts sense un tema concret, basats en la suma de recursos, curiositats i equipaments.



# 1.9

## Un turisme menys invasiu i més respectuós amb el territori

“El turisme és com el foc, si no el controles, ho crema tot”. Ho assegura l’antropòloga Pegi Vail (2015). A hores d’ara han quedat demostrats a bastament els perills que comporta l’activitat turística desmesurada i sense control. El turisme pot deshumanitzar pobles i ciutats, destruir-ne la identitat, expulsar-ne els nadius i, després de treure profit de tot un seguit de béns públics, crear riquesa només per a unes elits.

Tanmateix, com qualsevol altra activitat, el turisme no és bo ni dolent en si mateix. Això depèn de com es reguli, dels models que s’afavoreixin i, evidentment, de les decisions que prengui cadascú. Hi ha, però, un factor decisiu que no es pot oblidar: el nombre de gent que viatja. Elisabeth Becker, antiga periodista de *The New York Times* ha analitzat el fenomen en el seu llibre *Overbooked: The exploding business of travel and tourism* (2013) i posa de manifest la importància de les xifres: el 1950 es van registrar 25 milions de viatges turístics; el 1970 van viatjar 250 milions de persones, un nombre que s’havia duplicat —536 milions— el 1995. El 2018 la xifra anual de turistes internacionals havia arribat ja als 1.400 milions.

Cada vegada són més les veus que parlen de la necessitat de desacelerar aquest creixement o, fins i tot, obertament, de decreixement. Els costos ambientals dels viatges amb avió, per exemple, són insuportables per a un planeta que ha entrat en una crisi climàtica que pot esdevenir gravíssima. La no incorporació de les externalitats negatives que comporta l’activitat en els preus dels productes i serveis està provocant un dúmping ambiental, econòmic i social i ja ha convertit el turisme en una activitat que pot esdevenir tòxica i perillosa —com en el seu dia ho va ser la industrial.

En aquest sentit, un estudi publicat el 2018 a la revista *Nature Climate Change* estima que el turisme és responsable del 8% de les emissions de diòxid de carboni de l’economia

←  
**Fig. 17** | Entendre el paisatge en sentit ampli, en la línia del que promulga el Conveni europeu del paisatge, ofereix una mirada molt interessant a l’hora de crear productes turístics innovadors i duradors. Paisatge de la Conca de Poblet.

global, una xifra tres vegades superior a l'esperada. Fer revertir aquesta tendència i intentar dirigir els fluxos turístics d'una manera més homogènia i distribuïda arreu del territori, i crear nous atractius i sistemes d'acollida integrats esdevenen així un objectiu prioritari, juntament amb una activitat d'educació turística sostenible absolutament necessària.

El turisme, però, no s'acabarà, perquè forma part de la identitat cultural d'una part molt destacada de la població mundial. A banda de regulacions molt més estrictes i un augment del preu dels viatges i serveis per tal que reflecteixin els costos reals, és molt possible que calgui pensar en viatjar d'una altra manera, en referència a l'actitud, la curiositat i, especialment, el temps. Probablement, caldrà procurar recuperar el ritme humà dels viatges. Amb la ràpida transició cap a un model de turisme de masses, l'empremta ecològica del qual és considerable, la qüestió de la sostenibilitat d'aquest sector ha esdevingut urgent i pressionant. Entendre el paisatge en sentit ampli, en la línia del que promulga el Conveni europeu del paisatge, ofereix una mirada molt interessant a l'hora de crear productes turístics innovadors i duradors, i, de retruc, iniciatives que siguin més respectuoses amb el territori i territorialment més repartides.

### *Fast Look*

El professor i expert en turisme José Antonio Donaire, en un article titulat "*Fast look*" (2014), abordava la necessitat d'apostar per alentar l'experiència turística i combatre la superficialitat. Després d'haver investigat el comportament dels turistes en indrets com Girona o la vall de Boí, Donaire conclou que el sistema turístic està atrapat

per mecanismes de *fast look* que "generen una relació molt superficial (quasi epidèmica) entre el subjecte i l'objecte, entre el visitant i la destinació". Igual que el *fast food*, el *fast look* és sinònim de qualitat mediocre, consum massiu i preu baix. Respon a causes històriques, socials i turístiques que operen de manera simultània.



Entre les més importants, l'autor en destaca les següents:

- La indústria turística s'ha basat en la col·lecció de monuments de forma gairebé compulsiva. L'objectiu és acumular visites, no fer de cadascuna una experiència memorable.
- La poderosa indústria de la intermediació també força aquestes visites llampec.
- Les destinacions no s'esforcen gaire a combatre aquest *fast look*. Els monuments estan organitzats per ser visitats en un moment. Costa molt saber què cal fer en una catedral o en un museu, més enllà de deambular o de mirar. Costa molt trobar relats, històries, emocions.
- Hi ha una tradició enciclopèdica, acumulativa, que hem heretat dels primers museus. Dos segles després, encara anem a un museu a seguir un itinerari gairebé obligatori del primer a l'últim quadre.
- No hi ha un protocol clar de què cal fer davant d'un monument. El veiem, l'admirem, llegim dos panells (sovint, insofribles), capturem dues imatges; i ara què? No hi ha una tradició de superar aquesta membrana que separa la profunditat d'un lloc i la superficialitat del trànsit turístic. Falten manuals que ensenyin a escoltar els espais.
- El que fem la majoria de nosaltres en un espai cultural és fer fotografies i, de vegades, filmar. El ritu fotogràfic és tan fort que de vegades substitueix la mateixa visita corpòria.
- Es viatja per moltes raons; una d'elles és que els altres sàpiguen que viatgem. I, a la borsa social, cotitza a l'alça el nombre de llocs que hem visitat.
- Les xarxes socials han multiplicat per mil aquest afany de col·leccionisme i exhibicionisme, per molt banal que pugui ser.

El resultat és un consum superficial dels espais turístics. "Turistes que estan en molts llocs, que veuen molt però miren molt poc. Turistes als quals els costa entendre i es limiten a contemplar." Els efectes repercuteixen negativament no només en els visitants sinó també en els indrets receptors.

Donaire considera que el *fast look* no beneficia ni els visitants, ni els monuments, ni les destinacions, ni tan sols les empreses d'intermediació. Davant aquestes constatacions, Donaire considera que al *fast look* li cal el seu antídoto i avança possibles estratègies per combatre'l:

- Els llocs s'han d'omplir d'històries i els monuments, de continguts. L'objectiu no ha de ser veure, sinó escoltar. Necessitem una veritable revolució de les narracions, una nova era del relat. La millor forma de combatre la pressa és la curiositat.
- L'estratègia de comunicació de les destinacions ha de buscar un cert minimalisme. Substituir les cinquanta coses a fer a la ciutat per les tres experiències inoblidables. Rebaixar la pressió en el visitant: convidar-lo a veure menys coses, però veure-les millor.
- Personalitzar és una bona via per apropar objectes i subjectes. Oferir només el que suposem que agradarà i proposar unes poques idees, amb el màxim de profunditat possible.
- Fer sentir als visitants que són espectadors exclusius d'oportunitats gairebé úniques. Per exemple, un museu que només permet que entrin dues persones en una sala durant deu minuts.
- El canvi ha de ser també organitzatiu. Les desti-



nacions han de combatre activament les estades llampec i perseguir un temps mínim d'estada a la localitat. Una proposta simple un aparcament de cost invers: com més temps t'hi estàs, menys et costa.

- Les experiències híbrides són molt més estimulants. Es pot barrejar pintura i música, dansa i patrimoni, teatre i escultura, gastronomia i ciència... i sorprendre el visitant.

“El *fast look* és un ritual ancorat en els patrons culturals del consum turístic. És una forma habitual, apresada, reproduïda de visitar un lloc. I és molt difícil combatre un procés tan arrelat. Però no podem permetre que l'experiència turística quedi reduïda a un brevíssim instant, capturat en una imatge fotogràfica.” Cal ser capaç de pensar en propostes i formes de turisme a partir dels valors que incorpora la idea de mirar lentament.

Finalment, un altre dels factors que cada cop es considera més important per evitar els efectes perniciosos del turisme té a veure amb l'enfocament dels projectes i la gestió. Cal deixar de pensar únicament en com atraure més i més turistes i, en canvi, posar la població local en el centre de l'enfocament. Elizabeth Becker, a l'hora de recomanar bones pràctiques, reproduïx les paraules del responsable de turisme de Bordeus: “La clau per al bon turisme és planejar-lo per a la gent que viu aquí, per als ciutadans, i, si es fa bé, llavors el visitant també serà feliç” (citada per Domínguez, 2017).

El present document aborda la relació entre les carreteres, el paisatge i el turisme a partir de les consideracions exposades. En primer lloc, sent conscients de la no innocuïtat de l'activitat turística i dels perills que pot comportar un enfocament equivocat. En segon lloc, posant de manifest la coherència entre les recomanacions per afavorir relacions més profundes entre les persones i els paisatges i les noves formes de turisme més lent, més pausat. I, finalment, considerant la població local com a subjecte substancial i primordial de qualsevol projecte relacionat amb el paisatge i el turisme.

←

**Fig. 18** | Una xarxa de carreteres d'interès paisatgístic pot afavorir relacions més profundes entre les persones i els paisatges i les noves formes de turisme més lent, més pausat. Litoral del paisatge de les Muntanyes de Tivissa-Vandellòs.





---

**Carreteres,  
paisatge i turisme a  
Catalunya, avui**



MICHELIN





El present capítol analitza les principals aproximacions que hi ha hagut a Catalunya de vincular paisatge, carreteres i turisme. S'hi analitzen tant les impulsades per la Generalitat com les promogudes per l'administració local, així com les privades i les que s'originen des de la societat civil.

Els principals resultats de l'anàlisi es presenten en un format de fitxa al final d'aquest capítol. Les fitxes posen de manifest els aspectes més significatius de cada iniciativa i que cal tenir presents en el moment de crear estratègies que enforteixin el vincle entre el turisme, les carreteres i el paisatge. Els continguts de cada fitxa, que es mostren en un esquema que precedeix les mateixes fitxes (vegeu pàg. 57), estan estructurats de manera que es puguin comparar les iniciatives que s'han considerat més interessants.

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 19** | El projecte Museu al Carrer té com a objectiu posar en valor el patrimoni històric de les carreteres catalanes. Cartell publicitari relacionat amb l'activitat a les carreteres situat a la N-340 a l'altura de Cantallops, al paisatge de la Plana del Penedès.

→

**Fig. 20** | El paisatge vitivinícola del Penedès és el protagonista de la iniciativa de la Carretera del Vi. Mosaic format per la xarxa de camins, els masos i el conreu de la vinya a les proximitats de Vilobí del Penedès, al paisatge de la Plana del Penedès.



# 2.1

## Iniciatives analitzades

Les iniciatives analitzades han estat ordenades segons l'escala i cronològicament. Són les següents:

- **Itineraris i escapades. Descobreix Catalunya en cotxe** (Agència Catalana de Turisme, ACT 2015)  
Opuscle turístic amb un considerable nombre de propostes de rutes i activitats per descobrir la gran varietat de paisatges de Catalunya (vegeu pàg. 58).
- **Les Grans Rutes de Catalunya** (Agència Catalana de Turisme, 2018)  
Es tracta de sis grans propostes de rutes en cotxe pel conjunt de Catalunya que agrupen les principals destinacions, atractius i activitats turístiques de Catalunya (vegeu pàg. 60).
- **Museu al Carrer** (mNACTEC, 2017)  
Projecte col·laboratiu que inventaria, georeferencia, documenta i destaca el valor del patrimoni de la societat industrial (del segle XIX al 1980) i la seva memòria que es conserva als pobles i ciutats de Catalunya i que inclou el de les carreteres (vegeu pàg. 62).
- **Miradors de l'Alt Empordà** (Consell Comarcal de l'Alt Empordà, Diputació de Girona, Obra Social La Caixa, 2009)  
Projecte de restauració, arranjament i promoció d'un conjunt d'indrets singulars amb la característica comuna que són miradors accessibles en cotxe (vegeu pàg. 64).
- **Miradors de l'Alt Berguedà** (Consell Comarcal del Berguedà, ajuntaments implicats, Generalitat de Catalunya i Diputació de Barcelona, 2010)  
Instal·lació d'escultures en disset miradors de l'Alt Berguedà, accessibles en cotxe, que expliquen una història vinculada amb el paisatge que s'albira (vegeu pàg. 66).





↑  
**Fig. 21** | Les fileres d'arbres que ressegueixen moltes carreteres de Catalunya són un dels elements que es poden potenciar i posar en valor a través d'iniciatives turístiques vinculades a les carreteres. Plataners a la carretera T-321 a l'alçada de l'Arbocet, al paisatge de la Plana del Baix Camp.

- **La Carretera del Vi** (cellers i ajuntaments, 2015)  
Iniciativa promoguda per tretze cellers i set municipis de l'Alt Penedès i el Garraf que suma esforços per tal de promocionar el territori vitivinícola on estan ubicades i associar-lo a l'enoturisme (vegeu pàg. 68).
- **Catàleg de carreteres d'interès paisatgístic de l'Alt Empordà** (IAEDEN-Salvem l'Empordà, 2018)  
Inventari de carreteres d'interès paisatgístic a l'Alt Empordà amb la finalitat de valorar el patrimoni paisatgístic vinculat a les carreteres locals (vegeu pàg. 70).



AMPIRE



LA BALLENA ALEGRE

P



Informational sign with green and white background, containing text in Italian.

Sign with the text "ogni" and an arrow pointing down.

# 2.2

## Lliçons inspiradores

Les iniciatives **Les Grans Rutes de Catalunya** i **Itineraris i escapades** (de l'Agència Catalana de Turisme) se centren a constatar i promoure la riquesa de recursos del país, o a promocionar un territori, i identifiquen el paisatge bàsicament amb les seves qualitats escèniques, com a panoràmica, o com una successió de panoràmiques atractives. En aquest sentit, alguns trams dels recorreguts són paisatgísticament molt interessants (i, en el cas de **Les Grans Rutes de Catalunya**, per exemple, la proposta pot esdevenir l'embrió de veritables *road trips*).

Dit d'una altra manera, la gran majoria de les rutes i els itineraris contemplades en ambdues iniciatives estan dissenyats pensant a enllaçar físicament i temàticament un determinat conjunt de nodes, espais i elements d'interès, prèviament triats. En poques ocasions, el recorregut, el trajecte entre nodes, adquireix la categoria d'element substancial de la ruta, ni s'hi destaquen els valors patrimonials que puguin tenir les carreteres per on es circula. Tampoc s'expliciten propostes especialment centrades en el descobriment i gaudi del paisatge en general. El potencial de **Les Grans Rutes de Catalunya**, en aquest sentit, és molt gran.

Les cinc iniciatives restants proposen una aproximació diferent al paisatge, amb objectius ben diversos. Es tracta del **Catàleg de carreteres d'interès paisatgístic de l'Alt Empordà** (IAEDEN), el projecte **Museu al Carrer** (mNACTEC), **la Carretera del Vi** (cellers i ajuntaments), els **Miradors de l'Alt Berguedà** (Consell Comarcal del Berguedà) i els **Miradors de l'Alt Empordà** (Consell Comarcal de l'Alt Empordà). Es centren tant en la dimensió contemplativa del paisatge com en la creació de relats a partir de la memòria i dels valors patrimonials i simbòlics del territori, en la pròpia dimensió patrimonial de les carreteres o en el seu valor intrínsec en la construcció de nous paisatges i nous imaginaris. Si bé cap de les cinc experiències persegueix integrar de manera completa els tres

←  
(A la pàgina del costat)  
**Fig. 22** | El Master's Degree in Landscape Intervention and Heritage Management (UAB-MUHBA) ha analitzat alguns elements que caracteritzen l'Autovia C31 (Autovia de Castelldefels) i el seu potencial per a ser activats i construir-hi un relat patrimonial.

vectors fonamentals (turisme, paisatge i carreteres), totes contenen elements rellevants que es destaquen a les fitxes. Destaquen per explorar maneres de convertir les carreteres en eines de sensibilització i de creació d'una consciència col·lectiva de paisatge, que és també el requisit cultural fonamental per a la promoció innovadora d'un territori des de l'òptica del turisme.

Les iniciatives de l'**Alt Berguedà** i de l'**Alt Empordà**, tot i que no proposen una itinerància concreta, desenvolupen un projecte integrat de miradors, entesos com a elements enormement suggeridors en qualsevol projecte que vinculi carreteres i paisatges. Els miradors provoquen l'aturada i, per tant, predisposen a la contemplació i conviden a la interpretació dels paisatges. D'altra banda, resulta especialment interessant l'intent d'incorporar elements narratius, simbòlics i culturals en la contemplació d'un determinat paisatge, com és el cas de la iniciativa dels **miradors de l'Alt Berguedà**. Aquesta és una qüestió que acostuma a estar absent de la major part d'experiències de vivència i descripció de paisatges.

El cas de les **carreteres paisatgístiques de l'Alt Empordà** que elabora l'IAEDEN-Salvem l'Empordà és especialment rellevant. Lluny d'un propòsit turístic, la proposta documenta i posa de manifest la importància –històrica, social i paisatgística– de la carretera local com un factor clau a l'hora de planificar el territori i repensar futures ampliacions de les infraestructures viàries de la zona. En aquest sentit, l'estudi posa de manifest el creixent interès i l'atenció de la comunitat local sobre el paisatge i el patrimoni, així com la necessitat de donar-hi respostes positives. Per exemple, constata que part del sector turístic empordanès es mostra obertament en contra de determinades ampliacions i destaca el valor de la carretera com a actiu turístic i la necessitat de preservar-la. Per això la iniciativa planteja que, sempre que les necessitats funcionals estiguin resoltes per una altra via, determinades carreteres locals haurien de ser protegides en virtut del seu valor i interès paisatgístic.

L'estudi també defensa un ús mixt per a cotxes i per a bicicletes i fomenta una mobilitat tranquil·la i el gaudi del paisatge. Heus aquí una iniciativa que enforteix la relació entre les carreteres i el paisatge, i promou noves formes de planificació i ús del territori, i de mobilitat responsable.

Un pas més en la implicació dels ciutadans a l'hora de valorar la relació entre les carreteres i el paisatge és el projecte col·laboratiu **Museu al Carrer** del mNACTEC. Aquí és on rau l'interès d'aquest projecte, que es construeix gràcies al coneixement i les aportacions de la ciutadania. La iniciativa inventaria, georeferencia, documenta i remarca la memòria i el valor dels elements del patrimoni de la societat industrial (del segle XIX al 1980) lligats a les carreteres, molts dels quals corren el risc de desaparèixer (com antics traçats, els sistemes de protecció, les casetes de peons caminers, l'arbrat de carreteres, les travessies urbanes, els rètols de senyalització, les fites). Aquesta manera de conèixer el territori i el seu patrimoni convida a la creació de nous valors i noves visions tot reinterpretant els paisatges quotidians a partir de la seva història i memòria.

D'altra banda, la recomanació de propostes de rutes turístiques per fer amb cotxe és un recurs relativament habitual de la premsa escrita. Així, per exemple, el diari *Ara* va elaborar l'any 2018 un dossier especial titulat "**13 rutes en cotxe per Catalunya**", on les rutes descrites enllaçaven nodes considerats interessants.

D'altra banda, la revista **Descobrir Catalunya**, publicació de referència al país especialitzada en viatges, ha dedicat alguns articles concrets a recomanar carreteres com a itineraris, si bé no ha tractat mai de manera central la relació entre les carreteres i el paisatge.

---

INICIATIVES ANALITZADES

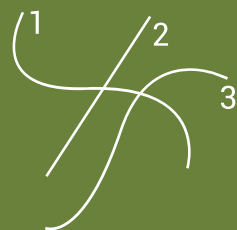
---

CATALUNYA

---



ruta única



conjunt de rutes



ruta circular



tipus de carretera



longitud



durada



ruta reconeguda



ruta senyalitzada



web



mapa interactiu



màrqueting social



ús motoritzat i no motoritzat



ruta multimodal



àmbit nacional



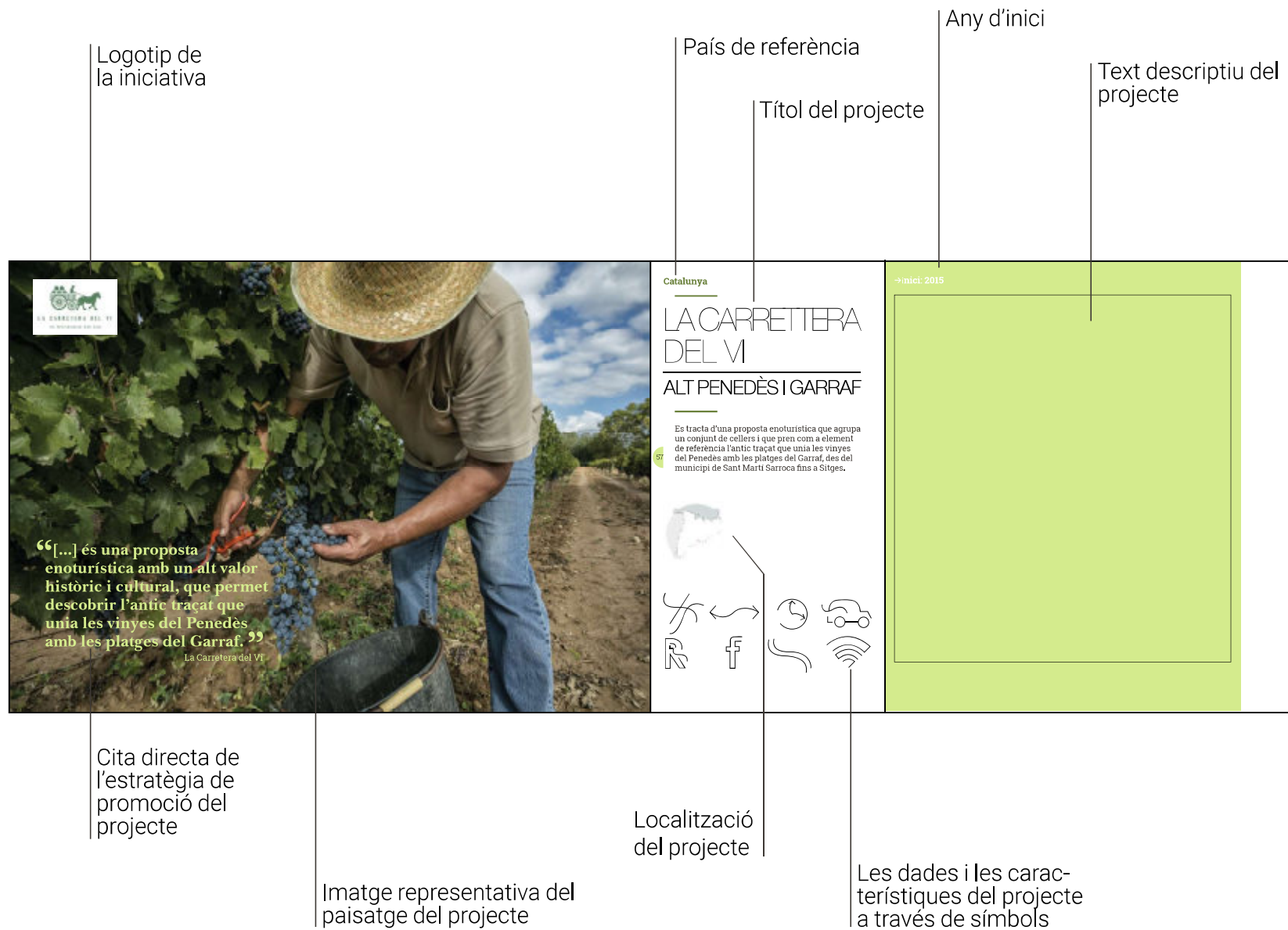
àmbit regional




àmbit local







**Estructura de les iniciatives analitzades**



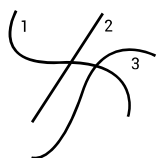
“Atreveix-t’hi i deixa’t seduir  
per un país tan singular com  
tu. Uneix-te al nostre viatge,  
perquè conduir per Catalunya  
és viure-la.”

Agència Catalana de Turisme

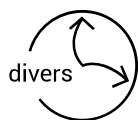
# ITINERARIS I ESCAPADES

## CATALUNYA

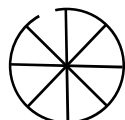
*Itineraris i escapades. Descobreix Catalunya en cotxe* és un opuscle turístic amb un nombre considerable de propostes de rutes i activitats molt diverses, repartides pel conjunt del país.



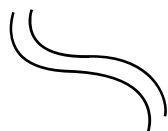
divers



divers



Catalunya



Tota classe de carreteres

→ Inici: 2015

### Promotor

Agència Catalana de Turisme

### Imatge

El projecte no ha creat una imatge pròpia.

### Objectius

Difondre la gran diversitat de recursos turístics de Catalunya a través de propostes de rutes. La publicació explica que vol ajudar a descobrir la infinita varietat de paisatges de Catalunya que se succeeixen suaument al llarg de les seves carreteres.

### Senyalització

Les rutes no han estat concebudes per ser senyalitzades.

### Públic

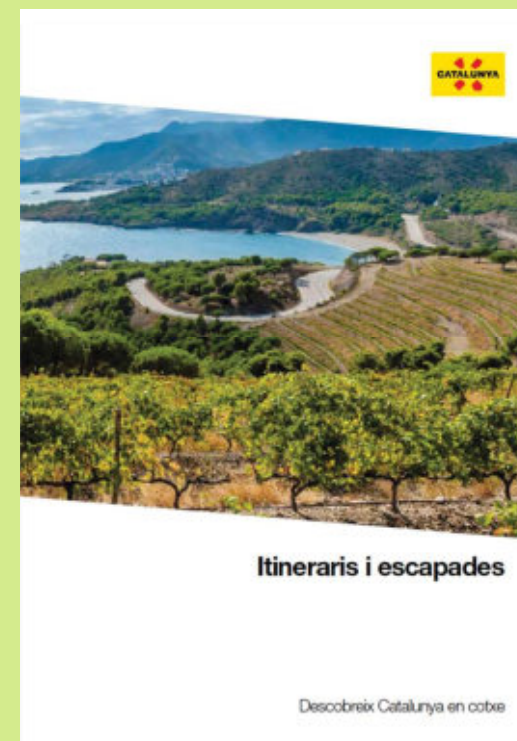
La publicació pretén arribar a un públic tan ampli i variat com sigui possible.

### El paisatge i la carretera en el projecte

El contingut se centra en els recursos dels indrets triats. El paisatge hi apareix com a element escènic. La carretera i el recorregut apareixen explícitament en el títol i la portada, si bé a l'interior no hi tenen un paper rellevant.

### Aspectes rellevants

La publicació se centra a constatar la riquesa de recursos del país, però no aborda la relació entre les carreteres i els paisatges que creuen.



**“Agafa un mapa, busca (si vols) un acompanyant i ja estàs llest! Tria una de les sis rutes pensades per recórrer Catalunya. Totes transiten per llocs diferents per conèixer-ne la riquesa cultural, el patrimoni, la varietat de paisatges, els vins i la gastronomia catalana. Per quina vols començar?”**

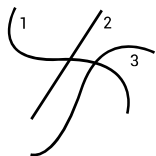
Agència Catalana de Turisme



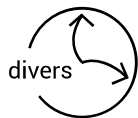
# LES GRANS RUTES DE CATALUNYA

## CATALUNYA

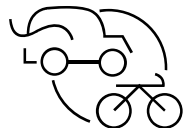
Disseny i difusió de sis grans propostes de rutes en cotxe pel conjunt de Catalunya sota el lema "Sis rutes per viure Catalunya".



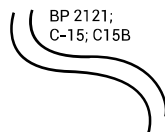
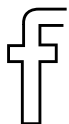
divers



divers



Catalunya



BP 2121;  
C-15; C15B

Tota classe  
de carreteres



[www.catalunya.com/  
que-fer/grans-rutes](http://www.catalunya.com/que-fer/grans-rutes)

→ Inici: 2018

### Promotor

Agència Catalana de Turisme

### Públic

La iniciativa està dissenyada per arribar a un públic tan ampli i variat com sigui possible.

### Objectius

Els principals objectius són: Agrupar les principals destinacions, atractius i activitats turístiques de Catalunya i aquells que aporten una major diferenciació i més valor afegit sota uns recorreguts definits que permetin enllaçar les visites i activitats; facilitar al turista uns recorreguts interessants, plens d'atractius i amb la garantia de trobar serveis i oferta de qualitat; potenciar la diversificació en el consum de destinacions i productes turístics durant un mateix viatge; facilitar i promoure el desenvolupament de nous productes i noves activitats turístiques; esdevenir una referència europea i mundial pel que fa als *road trips* i el *fly & drive*.

### Estratègia de promoció

S'ha editat un mapa, al revers del qual hi ha una petita explicació dels indrets més destacats associats a cada ruta. Al web [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com) es pot trobar una explicació més detallada dels atractius del territori que recorre cada ruta. El número 3 de la revista *#CatalunyaExperience* està dedicat íntegrament a aquestes rutes, amb textos en català, castellà i francès.

### El paisatge i la carretera en el projecte

La carretera i el recorregut són pràcticament absents en les diferents propostes.

El paisatge hi apareix únicament com a element escènic.

### Aspectes rellevants

El projecte ha optat per dissenyar rutes triant i agrupant els recursos i les activitats de les zones que es recorren que s'han considerat més destacats. El projecte no entra a desenvolupar el potencial de determinades carreteres del país per a fer propostes especialment centrades en el descobriment i gaudi del paisatge, si bé alguns trams del recorregut són paisatgísticament molt interessants i la proposta podria esdevenir l'embrió d'autèntics *road trips*.



# MUSEU ALCARRER

PAISATGE I PATRIMONI  
DE LA SOCIETAT INDUSTRIAL

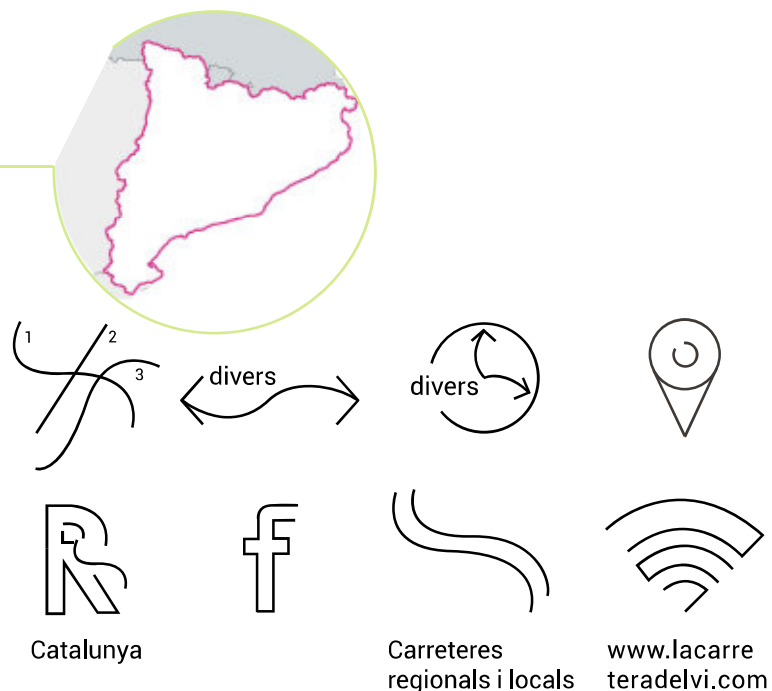


“... Un projecte per descobrir els vestigis del patrimoni de la societat industrial de Catalunya.”

mNATEC

# MUSEU AL CARRER CATALUNYA

Projecte col·laboratiu, amb aportacions de la ciutadania, que inventaria i posa en valor elements del patrimoni de la societat industrial (des del segle XIX fins al 1980) que corren el risc de desaparèixer. Se centra en quatre àmbits: el transport i les comunicacions, la publicitat i la informació, el comerç i el lleure.



→ Inici: 2017

## Promotor

Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (mNACTEC).

## Actors implicats

Generalitat de Catalunya; mNACTEC; Observatori del Paisatge de Catalunya; Col·lecció d'Automòbils Salvador Claret; Botigues Museu de Salàs; i també la ciutadania. Al web hi ha una secció en què apareixen les persones i les entitats que col·laboren en el projecte.

## Objectius

L'objectiu del projecte és crear una base de coneixement col·lectiva sobre el patrimoni de la societat industrial, del qual formen part les carreteres, per promoure'n la protecció i millora. El projecte inventaria i documenta aquells elements vinculats a les carreteres que no es troben en cap museu o col·lecció però sí en els mateixos paisatges urbans, periurbans i rurals de Catalunya. L'inventari recopila elements com ara antigues carreteres, benzineres, rètols publicitaris i de senyalització, alineacions d'arbres, entre d'altres. Un cop documentat i inventariat formarà part del patrimoni de la societat industrial del mNACTEC, que inclou també els elements mobles preservats a les col·leccions dels museus i els béns immobles (edificis industrials, xemeneies, etc.). Els objectius descrits al web del projecte són:

- Contribuir de forma participativa a la recerca, la documentació, l'estudi i la posada en valor dels elements patrimonials de la societat industrial.
- Difondre l'existència del paisatge de l'època industrial i posar en valor el seu interès cultural, social, de diversitat i de socialització del patrimoni.
- Recollir, classificar, ordenar i posar a disposició de la ciutadania la principal informació sobre aquesta tipologia patrimonial de Catalunya.
- Ser un projecte participatiu, innovador, transversal i referent del patrimoni cultural modern i del segle XXI.
- Incorporar el coneixement de la societat industrial i dels seus avenços al discurs del patrimoni cultural global a partir de la

generació de diferents àmbits que aquesta mateixa societat ha creat: publicitat, comunicacions, mobilitat, lleure, informació, esport, etc.

## Estratègia de promoció

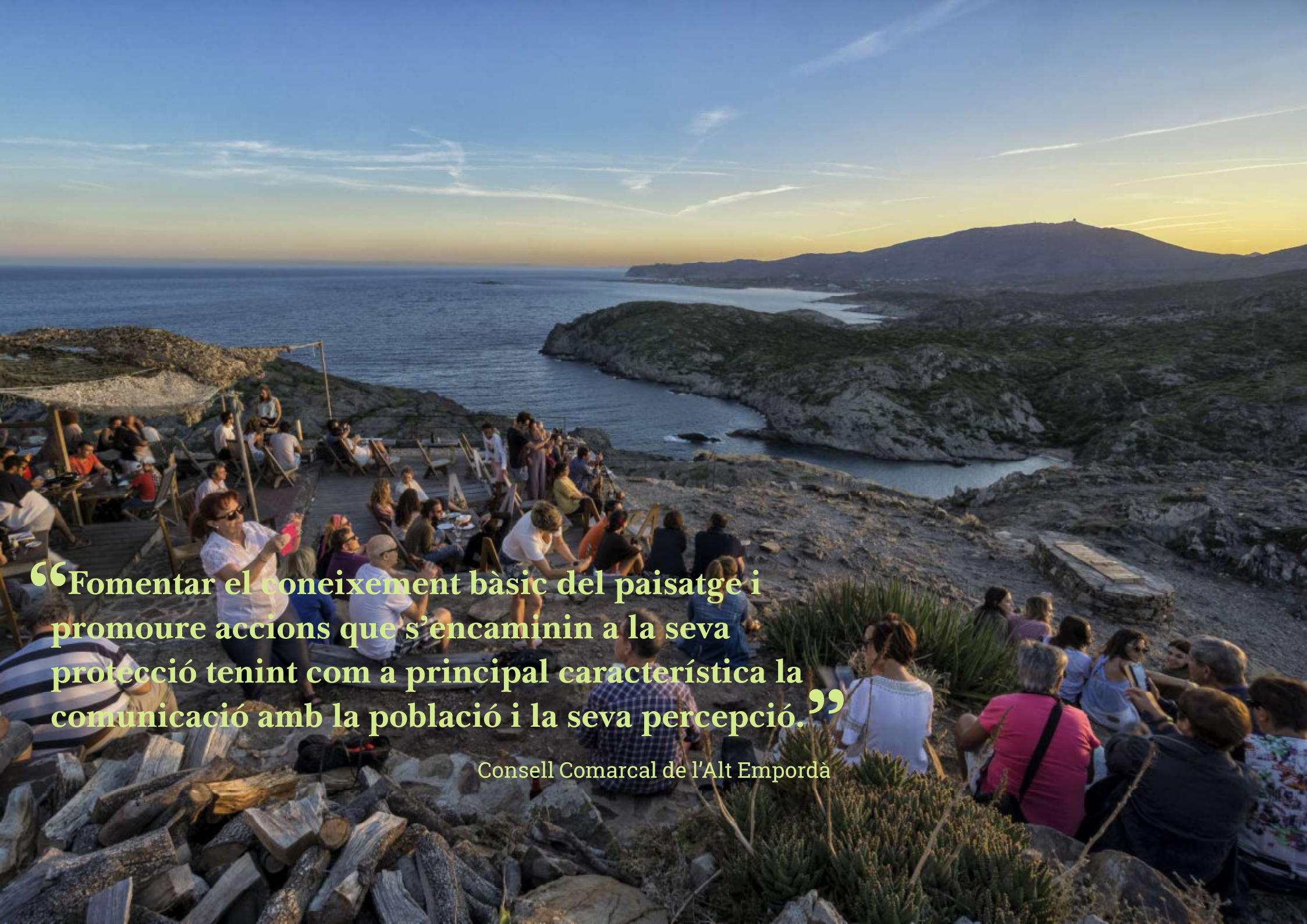
El web i les xarxes socials constitueixen els principals canals de comunicació i, alhora, les principals eines del mateix inventari. Les persones que vulguin contribuir al projecte han de fer arribar les fotografies dels elements i la documentació mínima necessària (nom i descripció de l'element i la població on es troba) a través d'un formulari del web o de les xarxes socials.

## El paisatge i la carretera en el projecte

"Del segle XIX ençà, els nous sistemes de transport i comunicacions de mercaderies i de persones van marcar i configurar un paisatge singular. Amb la modernització dels sistemes de transport i comunicació a finals del segle XX, aquest paisatge és present encara, però en desús i en vies de desaparició." (Perarnau, en premsa). Alguns dels elements inventariats vinculats a les carreteres i als seus paisatges són: antics traçats, els sistemes de protecció, les casetes de peons caminers, l'arbrat de carreteres, les travessies urbanes, els rètols de senyalització, les fites o elements de la tecnologia de l'obra pública (llambordes, paviments, etc.). Així, l'esperit del projecte s'insereix en els principis del Conveni europeu del paisatge i proposa una visió integrada del patrimoni del paisatge de les infraestructures i de les accions necessàries per posar-lo en valor.

## Aspectes rellevants

El projecte proporciona una extensa galeria d'imatges dels testimonis del patrimoni de la societat industrial vinculats a les carreteres històriques de Catalunya. És, alhora, un projecte col·laboratiu, perquè es construeix a partir de les aportacions que fa la ciutadania, i d'una manera de conèixer el territori i el seu patrimoni que convida a crear nous valors i noves visions.



“Fomentar el coneixement bàsic del paisatge i promoure accions que s’encaminin a la seva protecció tenint com a principal característica la comunicació amb la població i la seva percepció.”

Consell Comarcal de l'Alt Empordà



# MIRADORS DE L'ALT EMPORDÀ

---

## ALT EMPORDÀ

El projecte proposa la restauració, l'arranjament i la promoció d'un conjunt d'indrets singulars amb la característica comuna de ser miradors que faciliten la percepció i l'estudi de les unitats de paisatge de la comarca.



  
Comarca de  
l'Alt Empordà

  
Carreteres  
locals i de muntanya



<https://sites.google.com/site/viuelpaisatgeae/pai/miradors>.

→Inici: 2009

### Promotor

Consell Comarcal de l'Alt Empordà

### Actors implicats

Consell Comarcal de l'Alt Empordà, Diputació de Girona, Obra Social La Caixa.

### Públic

Població en general i visitants.

### Estratègia de promoció

El projecte s'inscriu com una part del projecte Paisatges de l'Alt Empordà, amb un web propi: <https://sites.google.com/site/viuelpaisatgeae/pai/miradors>.

### Objectius

"Fomentar el coneixement bàsic del paisatge i promoure accions que s'encaminin a protegir-lo i que tinguin com a principal característica la comunicació amb la població i la seva percepció. [...] Els miradors volen ser espais de contemplació però, alhora, de reflexió i motivació personal per la conservació del paisatge i els seus valors".

### El paisatge i la carretera en el projecte

El projecte no proposa una itinerància concreta; per tant, ni la carretera ni el recorregut hi tenen cap presència. La proposta es basa en localitzacions que tenen la funció de mirador. Aquests punts han estat triats precisament per la seva rellevància a l'hora de copsar els diferents tipus de paisatges de la comarca i amb la voluntat que serveixin d'indrets des d'on sensibilitzar respecte als seus valors paisatgístics. En coherència amb aquesta voluntat, es va dissenyar un panell explicatiu del paisatge

de cada mirador on es responen preguntes com: Quins valors té aquest paisatge? Quines dinàmiques té aquest paisatge? Quins conflictes té aquest paisatge?

### Aspectes rellevants

El projecte posa en relleu l'atractiu que tenen els miradors com a llocs per a la contemplació i la sensibilització del valor del paisatge. Els miradors constitueixen elements absolutament essencials en qualsevol projecte que vinculi carreteres i paisatges. Provoquen l'aturada i, per tant, predisposen a la contemplació i conviden a la interpretació.



↑  
Panell d'un mirador



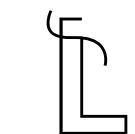
**“Disset miradors paisatgístics  
per descobrir els diferents  
paisatges culturals d’aquesta part  
de la comarca.”**

ConSORCI DE TURISME DE L’ALT BERGUEDÀ

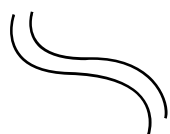
# MIRADORS DE L'ALT BERGUEDÀ

## ALT BERGUEDÀ

Instal·lació d'escultures en disset miradors que representen un adult i un infant units per un cor i mirant el paisatge. A la superfície de la planxa d'acer s'hi han gravat dos textos, l'un per a adults i l'altre per a infants, que expliquen una història vinculada amb el paisatge que s'albira.



Comarca de Berguedà



Carreteres locals i de muntanya



→Inici: 2010

### Promotor

Consorti de Turisme de l'Alt Berguedà, actualment integrat dins l'Agència de Desenvolupament del Berguedà.

### Actors implicats

Consell Comarcal del Berguedà (gestor), ajuntaments implicats, Generalitat de Catalunya i Diputació de Barcelona.

### Objectius

Els principals objectius són: crear una oferta turística atractiva i especialment pensada per a les famílies; incrementar les rendes turístiques que genera el turisme a partir de la valorització del paisatge; fidelitzar els visitants; mostrar els diversos paisatges que formen l'Alt Berguedà d'una manera que permeti explicar com s'han modulats a partir de l'evolució natural, històrica, econòmica i social del territori.

### Públic

Visitants en general i, especialment, el segment de turisme familiar.

### Imatge

El projecte pren com a imatge la silueta de les figures instal·lades en els miradors.

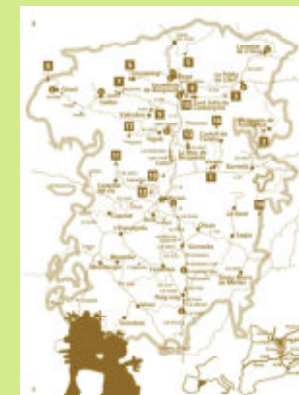
### El paisatge i la carretera en el projecte

El projecte té com a element central els paisatges de la comarca i els aborda a partir dels miradors entesos com a nodes. No proposa una itinerància concreta; per tant, ni la carretera ni els itineraris que es poden seguir per arribar a aquests punts reben cap tractament concret.

### Aspectes rellevants

Destaca especialment la voluntat d'anar més enllà de la simple contemplació d'un determinat paisatge amb la possibilitat de llegir un text pensat per enriquir simbòlicament i culturalment la visió. Els textos expliquen històries, tenen estructures narratives i estan molt allunyats de les descripcions més acadèmiques que solen ser habituals. Tanmateix, la manera en què s'ha plasmat el text en l'escultura no facilita la lectura (el text ha estat gravat, però no sempre s'ha ressaltat respecte al material de l'escultura).

Els miradors constitueixen elements absolutament essencials en qualsevol projecte que vinculi carreteres i paisatges. Provoquen l'aturada i, per tant, predisposen a la contemplació i conviden a la interpretació. D'altra banda, resulta especialment interessant l'intent d'incorporar elements narratius, simbòlics i culturals en la contemplació d'un determinat paisatge. De fet, malgrat la seva importància, solen estar absents en la major part d'experiències de descripció de paisatges.





“ [...] és una proposta enoturística amb un alt valor històric i cultural, que permet descobrir l'antic traçat que unia les vinyes del Penedès amb les platges del Garraf. ”

La Carretera del Vi

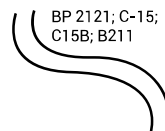
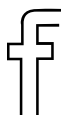
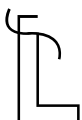
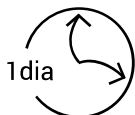
# LA CARRETERA DEL VI

## ALT PENEDEÈS I GARRAF

Iniciativa enoturística que agrupa un conjunt de cellers i que pren com a element de referència l'antic traçat que unia les vinyes del Penedès amb les platges del Garraf, des del municipi de Sant Martí Sarroca fins a Sitges.



40 km



Comarques de l'Alt  
Penedès i el Garraf

Carreteres  
regionals i locals

[www.lacarreteradelvi.com](http://www.lacarreteradelvi.com)

→ Inici: 2015

### Promotor

Un conjunt de tretze cellers amb el suport de set municipis de l'Alt Penedès i Garraf.

### Actors implicats

Els cellers i els ajuntaments promotors i diversos allotjaments i restaurants associats.

### Objectius

Promoure una oferta conjunta que permeti sumar esforços entre diferents empreses privades per tal de promocionar el territori on estan ubicades i associar-lo a l'enoturisme.

### Senyalització

Hi ha intenció de senyalitzar específicament la ruta.

### Públic

Persones interessades en l'enoturisme.

### Durada

El recorregut es pot fer còmodament en una jornada. Pot allargar-se en funció dels cellers i indrets que es vulguin visitar.

### Estratègia de promoció

El web ([www.lacarreteradelvi.com](http://www.lacarreteradelvi.com)) constitueix el principal canal de comunicació i disposa d'un blog de notícies i un vídeo

promocional. S'ha dissenyat un logotip específic. La proposta inclou una aplicació gratuïta per a mòbil, amb informació dels cellers i dels punts d'interès de la ruta, així com la georeferenciació de la ruta principal i els itineraris alternatius. S'ha elaborat també amb un passaport per als visitants que serveix per incentivar la ruta. La proposta disposa d'un espai d'informació situat a l'antic bar de l'estació de Renfe de Vilafranca del Penedès.

### El paisatge i la carretera en el projecte

Tot i que forma part del nom del projecte, segons la informació consultada, els valors de la carretera i l'itinerari no semblen tenir una especial rellevància en l'experiència que s'ofereix. El paisatge hi és present com a element escènic. La imatge gràfica de la proposta, un carro carregat de botes i estirat per un animal, resulta molt interessant i evocadora.

### Aspectes rellevants

És un interessant exemple de concertació de privats per impulsar la imatge d'un territori com a destinació per a l'enoturisme i per promocionar conjuntament esdeveniments com, per exemple, la Festa de la Floració.

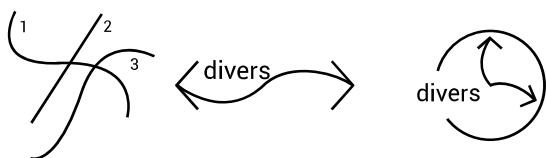
“Mantenir l’extensa xarxa de carreteres locals empordanesa perquè garanteixi usos mixtos per a cotxes i per a bicicletes i suposi alhora una mobilitat tranquil·la per al gaudi del paisatge. ”

IAEDEN



# CARRETERES D'INTERÈS PAISATGÍSTIC ALT EMPORDÀ

Inventari de carreteres d'interès paisatgístic a l'Alt Empordà elaborat per l'associació IAEDEN amb la finalitat de posar en valor el patrimoni paisatgístic i el mateix valor de les carreteres locals.



Comarca de l'Alt Empordà

Carreteres locals

→ Inici: 2018

## Promotor

IAEDEN-Salvem l'Empordà.

## Objectius

Identificar les carreteres que requereixen un tractament especial, justificar-ne els motius i elaborar una eina que pugui ajudar a planificar el territori de manera que es vetlli per la conservació del patrimoni natural i paisatgístic de la comarca.

## El paisatge i la carretera en el projecte

El valor de les carreteres locals en relació amb el paisatge constitueixen l'eix central de l'estudi.

## Aspectes rellevants

Es posa de manifest que l'ampliació d'una carretera en general comporta "més velocitat, més contaminació, més freqüentació, més atropellaments de fauna i pitjors condicions per anar a peu o en bicicleta". Alhora, es defensa que bona part d'aquestes ampliacions es duen a terme irreflexivament, sense necessitats objectives que ho justifiquin, ni tan sols reclamacions de la població. Ans al contrari, es constata que sectors com el turístic s'hi mostren obertament en contra i destaquen el valor de la carretera com a actiu turístic i la necessitat de preservar-la.

L'estudi considera que sempre que les necessitats funcionals estiguin resoltes per una altra via, determinades carreteres locals, especialment si travessen territoris protegits per la seva vàlua natural o cultural, haurien de ser considerades d'especial protecció en virtut del seu valor i interès paisatgístic.

En aquest sentit, l'estudi estableix tres categories:

1. Carreteres d'interès paisatgístic d'elevada sensibilitat territorial (aquelles que transcorren per zones protegides i on, en aquests casos, les intervencions haurien de ser mínimes i molt acurades, gairebé de microcirurgia i només si resulta absolutament imprescindible)
2. Carreteres d'interès paisatgístic de sensibilitat mitjana
3. Carreteres d'interès paisatgístic

El treball és una iniciativa d'una associació local i toca aspectes molt rellevants, com ara que les característiques físiques de les carreteres tenen relació directa amb la qualitat paisatgística de l'espai que travessen, i que aquestes característiques condicionen —i poden arribar a determinar— la qualitat de l'experiència dels qui les recorren en relació amb la percepció i el gaudi del paisatge.



↑  
Mapa de l'inventari







---

**Iniciatives  
innovadores  
en l'àmbit europeu i  
internacional**

*Am Pordoijoch (2250 m). Dolomitenstrasse. Tirol.*



# 3.1

## Iniciatives analitzades

El present capítol analitza i compara un conjunt seleccionat d'iniciatives innovadores i pioneres que s'han impulsat en l'àmbit europeu i internacional relacionades amb carreteres i el turisme. S'hi analitzen tant les impulsades per administracions (a totes les escales) com les promogudes per actors privats o des de la societat civil.

Una mirada a escala europea i internacional constata que existeix un ampli ventall d'experiències turístiques ofertes a partir de les carreteres o d'itineraris per carreteres, algunes de les quals amb l'objectiu de promocionar el paisatge o, més aviat, d'utilitzar el paisatge com a eina de promoció o com a decorat de fons. L'Annex I recull la llarga llista de les que s'han identificat i consultat. D'entre totes, amb l'objectiu de fer ressaltar allò més interessant, s'han seleccionat aquelles experiències vigents que presenten alguna rellevància en un o més d'un dels següents aspectes:

- a) Diversitat de formes d'aproximació al paisatge
- b) Diversitat de paisatges
- c) Varietat en els actors que les impulsen
- d) Iniciatives que promouen tant els paisatges més reconeguts com els més ordinaris
- e) Diversitat d'escales, de la nacional a la local
- f) Iniciatives amb continuïtat al llarg del temps, no puntuals
- g) Combinació multimodal
- h) Dinamització turística a la zona
- i) Implicació de la comunitat local

La selecció ha permès analitzar 21 iniciatives. Per la seva rellevància, complexitat i diversitat, tres han estat analitzades amb més profunditat (vegeu pàg. 93). Són les següents:

←  
(A la pàgina del costat)  
**Fig. 23** | Postal de promoció de la *Grande Strada delle Dolomiti*.

- **18 Scenic Routes (Noruega, 1994)**  
18 Scenic Routes constitueix un gran projecte de màrqueting territorial d'àmbit nacional basat en els paisatges dels fiords del nord de Noruega, promogut per l'Administració de Carreteres Públiques de Noruega (*Norway Public Road Administration* - NPRA) i destinat a promoure el turisme local i internacional (vegeu pàg. 93).
- **Carreteras Paisajísticas de Andalucía (Estat espanyol, 2014)**  
L'administració andalusa ha impulsat de manera decidida la reflexió i investigació en matèria de paisatge i carreteres, la qual cosa ha donat com a resultat un valuós conjunt d'experiències orientades fonamentalment a la sensibilització social i la valoració del patrimoni. (vegeu pàg. 115).
- **North Coast 500 (Escòcia, Regne Unit, 2017)**  
La ruta North Coast 500 (NC500), impulsada per *Tourism Project Board* de la *North Highland Initiative* (NHI), reuneix paisatges costaners impressionants i constitueix una oferta turística sense precedents que ha contribuït al relançament i millora de tota la regió escocesa de les *Highlands* (vegeu pàg. 129).

L'anàlisi de cadascuna de les tres experiències ha procurat respondre a qüestions com:  
 Quin concepte de paisatge i quin model de turisme promouen?  
 Quin és el rol de la carretera en cada iniciativa? Quins objectius persegueixen?  
 Quins actors les promouen? Com s'hi implica el territori?  
 Qui les gestiona i de quina manera?  
 Quines intervencions s'hi han fet, si se n'han fet?  
 Quina estratègia comunicativa segueixen?  
 Quins resultats estan tenint? Quins recursos necessiten?



Les divuit iniciatives restants s'han analitzat seguint el mateix model que les experiències catalanes (vegeu capítol 2). Així, els principals resultats de l'anàlisi es presenten en un format de fitxa al final d'aquest capítol. Les fitxes posen de manifest els aspectes més significatius de cada iniciativa i que cal tenir presents en el moment de crear estratègies que enforteixin el vincle entre el turisme, les carreteres i el paisatge. Els continguts de cada fitxa estan estructurats de manera que es puguin comparar les iniciatives que s'han considerat més interessants (vegeu pàg. 93). Les referències europees i internacionals analitzades són:

- **The Ring of Kerry (Irlanda)**

Ruta circular pel sud-oest d'Irlanda, a la península d'Iveragh, al comtat de Kerry, impulsada per l'empresa The Ring of Kerry, amb el suport de Tourism Ireland (vegeu pàg. 140).

- **La Targa Florio Sicília (Itàlia, 1906)**

És una de les curses d'automobilisme més antigues del món (ara és una prova del Campionat d'Europa de Ral·lis). Situat a la província de Palerm, en un territori amb una forta identitat cultural, històrica i paisatgística, el recorregut de la prova i els paisatges que travessa s'han convertit també en una atracció turística (vegeu pàg. 142).

↑  
**Fig. 24** | Imatge del 1974 de la cursa d'automobilisme de la *Targa Florio* de Sicília al seu pas pel poble de Cerda.



↑  
**Fig. 25** | (A l'esquerra)  
 Litografia de Laurent Deroy (1797-1886) que mostra un grup de persones a peu i a cavall realitzant el trajecte entre Schlüöcht i Grindelwald (Suïssa), on es poden percebre les condicions precàries de les carreteres d'aquella època.

↑  
**Fig. 26** | (A la dreta)  
 Treballadors implicats en la construcció de la carretera comarcal Fv51 a Fagernes, Noruega. Els treballs de la carretera van començar l'any 1912.



- **Grande Strada delle Dolomiti (Itàlia, 1909)**

Carretera històrica que travessa la muntanya de les Dolomites passant pel sud del Tirol, el Trentino i el Vèneto. La via ha contribuït al desenvolupament d'aquesta zona de muntanya propiciant diversos projectes turístics basats en els seus paisatges (vegeu pàg. 144).

- **The Great Ocean Road (Austràlia, 2016)**

Carretera de 243 quilòmetres inclosa a la llista del patrimoni nacional d'Austràlia, construïda en un terreny abrupte i difícil de la costa sud-est, entre les ciutats de Torquay i Allansford. S'ha convertit en una de les principals atraccions turístiques del país (vegeu pàg. 146).

- **Tourist Drives: scenic drives in Queensland (Austràlia, 1932)**

Projecte amb vocació turística impulsat pel govern de Queensland i el Departament de Transport i Carreteres a partir de les carreteres escèniques, considerades com la millor manera d'experimentar la bellesa del país (vegeu pàg. 148).

- **Ruta Romàntica (Alemanya, 1950)**

És un dels itineraris turístics més famosos d'Alemanya, creats amb la intenció d'unir els diferents paisatges de Baviera i Baden-Württemberg i redescobrir la identitat i els valors culturals locals (vegeu pàg. 150).

- **La Strada del Vino (Alto Adige, Itàlia, 1964)**

Itinerari turístic, específicament enològic, que involucra 16 municipis i 70 cellers de l'Alto Adige. Constitueix una de les rutes de vins més antigues d'Itàlia (vegeu pàg. 152).

- **America's Byways (EUA, 1991)**

America's Byways és el terme general utilitzat per a la recopilació de 150 carreteres escèniques nacionals i d'Amèrica del Nord ben diferents i diverses designades pel Departament de Transport dels EUA (vegeu pàg. 154).

- **Xarxa Viària Històrica Noruega (Noruega, 1997)**

Paral·lelament al desenvolupament del projecte de les 18 Scenic Routes, el Ministeri de Transports i Comunicacions va impulsar un pla nacional de protecció dels elements més significatius de la xarxa viària noruega, que inclou carreteres, ponts i el patrimoni cultural associat (vegeu pàg. 156).

- **Heritage Roads Singapur (Singapur, 2001)**

Programa promogut per la junta del Parc Nacional de Singapur per protegir i promoure una xarxa de carreteres arbrades considerades de gran valor patrimonial, paisatgístic i amb potencial turístic (vegeu pàg. 158).

- **Grands Itinéraires Cyclotouristiques del Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques (França, 2008)**

Iniciativa del Conseil Général des Pyrénées Atlantiques en el marc de la seva nova política de mobilitat sostenible. És un projecte turístic de millora de les infraestructures i també de sensibilització (vegeu pàg. 160).

- **Rutes de comunicació històriques (Suïssa, 2010)**

Suïssa destaca, entre altres coses, per ser un dels països pioners a considerar les antigues vies històriques (camins i carreteres) part del seu patrimoni cultural. Les àmplies



investigacions dutes a terme han permès seleccionar i protegir els elements viaris històrics més significatius (vegeu pàg. 162).

- **Route Nationale 7 (França, 2011)**

La carretera nacional 7 (RN7), també anomenada “ruta blava” o “ruta de les vacances”, es va construir el 1824 per connectar París amb la Costa Blava. És la més llarga de França i avui s’ha convertit en una ruta turística que travessa una gran diversitat de paisatges quotidians francesos mentre posa en valor la seva memòria i el patrimoni de la societat industrial que conserven les ciutats i els pobles (vegeu pàg. 164).

- **Wild Atlantic Way (Irlanda, 2014)**

Ruta de 2.500 quilòmetres que recorre tota la costa oest d’Irlanda, travessant nou comtats, promoguda per Fáilte Ireland (vegeu pàg. 166).

- **Grand Tour (Suïssa, 2015)**

Ruta turística per carretera promoguda per Suïssa Turisme i l’associació Grand Tour of Switzerland, de 1.600 quilòmetres, que fa la volta a Suïssa i recorre la major part dels seus principals atractius, entre els quals hi ha vint-i-dos llacs i dotze indrets declarats patrimoni mundial per la UNESCO (vegeu pàg. 168).

↑

**Fig. 27** | Tram de la *Wild Atlantic Way*, que recorre tota la costa oest d’Irlanda.





- **Carreteres d'Interès Paisatgístic de la Pulla (Itàlia, 2015)**

El Pla paisatgístic territorial regional de la Pulla (PPTR) constitueix un notable exercici de planificació i ordenació territorial on les carreteres, el paisatge i la mobilitat lenta tenen un paper molt destacat (vegeu pàg. 170).

- **La Ciclovía Tirrenica (Itàlia, 2016)**

Ruta cicloturista al llarg de la costa, des del Laci, prop de Roma, fins a la frontera amb França, a partir de les carreteres existents. El projecte està connectat al sistema EuroVelo (vegeu pàg. 172).

- **North East 250 (Escòcia, Regne Unit, 2017)**

Ruta inspirada en la North Coast 500 i impulsada per l'administració pública com a estratègia de dinamització turística. L'itinerari combina camp i costa, ciutats i pobles pintorescos, destil·leries de whisky i el parc nacional més gran del Regne Unit (vegeu pàg. 174).

↑  
**Fig. 28** | El *Bixby Creek Bridge* és un dels elements icònics de la carretera CA-1 a Monterey, Estats Units. La carretera forma part del projecte *America's Byways*



# 3.2

## Lliçons inspiradores

L'anàlisi i la comparació de les iniciatives més innovadores i pioneres que s'han impulsat en l'àmbit europeu i internacional en matèria de carreteres d'interès paisatgístic permet extreure aquestes primeres conclusions generals:

- **No hi ha unanimitat sobre el concepte de “carreteres d'interès paisatgístic”**, ni sobre les característiques que aquestes haurien de tenir, ni, naturalment, sobre com ha de ser un projecte de promoció turística que vulgui posar en valor aquest tipus de carreteres. Existeixen diferents maneres d'entendre i referir-se al concepte de “carretera paisatgística”, segons cada context territorial i cultural i segons els objectius de cada projecte.
- Es tracta d'un **àmbit de treball completament obert entre disciplines** com ara el desenvolupament turístic, el màrqueting territorial, la gestió i la planificació del paisatge, la gestió de carreteres o la gestió cultural i del patrimoni. Això fa que el binomi carreteres i paisatge presenti un ampli ventall d'oportunitats en camps com el lleure, el desenvolupament d'economies locals, la sensibilització paisatgística i la cohesió social.
- **La major part dels projectes analitzats tenen en major o menor mesura una vocació turística**, si bé s'hi poden observar gradacions i matisos importants. En el cas dels dos projectes escocesos, per exemple, l'orientació turística i de desenvolupament econòmic estan vinculades i són absolutament centrals. La dimensió comercial apareix amb molta força, fins i tot al web i a la publicitat. Aquest també és el cas de la *Strada del Vino* de l'Alto Adige, on la carretera únicament fa de nexa entre pobles, cellers i restaurants, entre un gran paisatge vinícola (un enfocament pràcticament idèntic al de la Carretera del Vi del Penedès).

←  
**Fig. 29** | La Ring Road d'Islàndia és l'única carretera asfaltada que permet recórrer tot el país i esdevé una destinació turística on es pot combinar l'ús de l'automòbil, la bicicleta i el senderisme.



↑  
**Fig. 30** | Imatge promocional del *Grand Tour* de Suïssa.

La iniciativa suïssa del *Grand Tour*, impulsada des de l'administració pública, o *The Ring of Kerry* Irlanda també tenen una marcada vocació turística, si bé en aquesta darrera l'escala és diferent i el pes de la iniciativa privada sembla major (per exemple, el web oficial és responsabilitat d'una empresa de gestió comercial). Amb vocació turística, però sense arribar a ser un projecte de desenvolupament turístic, se situa l'experiència de les carreteres escèniques de Queensland, les *Tourist Drives*.



- Altres casos responen a una **ambiciosa operació de màrqueting territorial amb la clara voluntat de construir una imatge nacional vinculada als grans paisatges i l'art**. És el cas del projecte *18 Scenic Routes* de Noruega. En aquest projecte, les seves divuit rutes van de la mà de projectes de transformació puntual i sistèmica (miradors, àrees de pícnic, pàrquings, punts d'informació...) elaborats per reconeguts arquitectes i dissenyadors noruecs, que utilitzen el poder de l'art i l'arquitectura com a dispositius d'atracció i fascinació escènica, incorporació d'intangibles i de generació de nous imaginaris. En aquest sentit, un bon exemple descrit a la fitxa corresponent és el memorial Steilneset, on un arquitecte i una artista van treballar conjuntament per crear un monument que commemorés les noranta-una víctimes que es van produir al segle XVII, a causa de la caça de bruixes a Vardø. És a dir, a través de l'arquitectura i l'art, un esdeveniment històric amb una profunda càrrega moral és incorporat al paisatge del segle XXI. El projecte noruec, juntament amb l'australià *The Great Ocean Road*, destaca especialment per reconèixer el poder transformador de l'art com a eina per revelar i crear nous valors en el paisatge. El gran projecte de carreteres oceàniques australià és també una potent operació de màrqueting territorial que arriba a estimular les activitats econòmiques que uneix la carretera.

↑  
**Fig. 31-32** | Senyalització del projecte *North Coast 500* d'Escòcia.

- Un altre aspecte clau d'alguns projectes, com per exemple el *18 Scenic Routes* noruec, és que s'ha **cuinat a foc lent** (s'inicia l'any 1994), **consensuat i madurat amb la participació i implicació de la comunitat local**, fins al punt que partia d'una primera enquesta que demanava a les autoritats locals que fessin una llista de les millors carreteres paisatgístiques de Noruega.
- **Algunes iniciatives mostren una clara orientació vers la sensibilització paisatgística i un millor coneixement del territori**, alhora que també subratllen els beneficis que poden generar les carreteres paisatgístiques en les comunitats locals com a recursos per al turisme rural. El cas més paradigmàtic és el de les *Carreteras Paisajísticas de Andalucía*. En el cas de les *America's Byway*, si bé la sensibilització sobre el valor sistèmic del paisatge no hi apareix explícitament, sí que es reconeix el valor que poden tenir determinades carreteres (totes són carreteres patrimonialitzades) en relació amb les seves qualitats escèniques, els paratges naturals que travessen, elements arqueològics, històrics i culturals destacats o bé la qualitat d'activitats recreatives que hi poden estar relacionades.
- **La majoria de les experiències estudiades es basen de manera fonamental en la dimensió escènica dels paisatges**. En aquest sentit, els paisatges de naturalesa salvatge i de gran escala són protagonistes, atès que connecten més directament amb la idea romàntica del paisatge sublim, de la qual és hereva, en bona part, la nostra mirada paisatgística. Com bé resumeix Joan Nogué, l'experiència del sublim va ser entesa "com un temor controlat que genera plaer estètic, atreu l'ànima i es troba present en la immensitat, la infinitud, el buit, la soledat, el silenci; és una bellesa extrema capaç de portar a qui l'experimenta a una mena d'èxtasi que va més enllà de la racionalitat" (Sala, 2018: p. 12). Les abruptes i castigades costes noruegues, irlandeses, escoceses, per exemple, connecten molt bé amb aquesta idea que encara perviu del sublim i que els mitjans de comunicació continuen alimentant.



Aquest fet marca diferències en les experiències del nord d'Europa o en altres països anglosaxons en comparació amb els mediterranis, on els paisatges no solen presentar aquests ingredients d'immensitat i soledat, sinó, de vegades, més aviat tot al contrari: paisatges molt viscuts, intensament antropitzats, resultat de segles de transformacions provocades per les comunitats que els han habitat. Aquest és el cas, per exemple, dels paisatges de la Ruta Romàntica alemanya, de la *Strada del Vino* de l'Alto Adige o de la *Targa Florio* a Sicília.

- **La mateixa potència escènica de la carretera i el seu paisatge dona lloc sovint al sorgiment d'iniciatives turístiques sense l'existència d'un projecte específic darrere.** És el cas de la *Grande Strada delle Dolomiti*. Aquesta carretera posa en evidència que, en un context cultural, social i econòmic favorable, el seu atractiu i especialment la destinació —amb una imatge construïda des de fa més d'un segle— són suficients per atreure demanda i provocar el sorgiment de serveis turístics. Aquesta dinàmica, que evidentment té efectes positius, en un context com l'actual marcat per la massificació i la sobreturistificació de destinacions clàssiques fàcilment podria conduir a escenaris d'insostenibilitat, aculturació i pèrdua del caràcter del lloc.

↑  
**Fig. 33** | La *Great River Road* forma part del projecte *America's Byways*



- D'altra banda, **existeixen casos que no es basen en grans paisatges escènics, sinó en la reinterpretació dels paisatges quotidians a partir de la seva història i memòria.** Un exemple paradigmàtic és el francès de la RN7. És a dir, la proposta tria aquells elements del present que permeten revivre el relat d'un passat, reinterpretar-lo i gaudir-ne. La RN7 narra un fragment de la història francesa del segle XIX, del model cultural de la nova societat de postguerra, testimoni de l'evolució dels costums, d'un nou model d'expansió d'assentaments i del boom econòmic. La seva patrimonialització té a veure amb l'intent d'explicar una història recent, cada vegada més complexa, i que sovint amb una narració tradicional o bidimensional no és possible d'assolir.
- Hi ha altres iniciatives que també **van més enllà de la qualitat escènica i incorporen visions més riques, més integradores dels components tangibles i intangibles, i presenten el paisatge com l'expressió d'una percepció col·lectiva.** En aquest sentit, i entre altres experiències, el cas de les carreteres arbrades de Singapur, en un context cultural no occidental, representa una experiència interessant que incorpora, implícitament i de manera molt evident, l'estima i el respecte d'aquella comunitat cap a un element que consideren fonamental per a la identitat paisatgística del país: la carretera amb grans arbres, on conflueixen el valor cultural, natural i històric de la infraestructura.

↑  
**Fig. 34-35** | Imatges de la *Route Nationale 7*, a França



- **Els miradors —existents o de nova creació— són presents en la majoria de les iniciatives analitzades com a indrets des d'on potenciar les característiques escenogràfiques del lloc.** Els miradors provoquen l'aturada i, per tant, predisposen a la contemplació. Ara bé, a més a més, són indrets privilegiats que conviden a la interpretació dels paisatges; és a dir, a anar més enllà de la simple contemplació i descobrir relacions que sovint són invisibles als ulls. Cal advertir, però, com molt encertadament assenyalava Freeman Tilden (2006: p. 36), que "la informació, tal qual, no és interpretació; la interpretació és revelació basada en informació". Interpretar el patrimoni consisteix a ser capaç de comunicar i compartir revelacions profundes del significat de les coses.
- **La lentitud esdevé un ingredient fonamental de l'experiència d'apreciació dels paisatges.** En el conjunt de webs de promoció de les rutes i experiències analitzades, la lentitud hi apareix implícita. Les imatges triades transmeten generalment calma, tranquil·litat, relaxament, fins i tot una certa soledat (que pot traduir-se també per exclusivitat) en la proposta que es fa de relació amb el territori i els seus paisatges. En canvi, malgrat que les carreteres i els automòbils són omnipresents, la velocitat i el plaer de la conducció esportiva no formen part de les estratègies de comunicació de les rutes promocionades. La Targa Florio, és clar, n'és una excepció. Si bé no compta amb una ruta turística oficial organitzada i promocionada com a tal, el seu origen com a cursa automobilística és molt present en la imatge que projecta.
- **Es constata que les tècniques de promoció més reeixides són les que es relacionen amb la dimensió intangible del paisatge,** és a dir, estan basades en històries, experiències i relats, i fomenten activitats culturals que els doten de nous continguts, significats i productes turístics per donar a conèixer la diversitat, la riquesa dels paisatges amb els quals interaccionen. La creació d'una narrativa d'experiències de viatges és una eina poderosa que contribueix a enriquir la imatge col·lectiva del paisatge.



- **La implicació dels actors locals constitueix un element destacat** en casos com la *North Coast 500* i la *North East 250*, a Escòcia; la *Wild Atlantic Way*, a Irlanda, i *The Great Ocean Road*, a Austràlia. Aquest fet comporta millors resultats en la dinamització econòmica dels territoris i, de retruc, una millor experiència del visitant. La interacció dels visitants amb població local implicada en els projectes se sol traduir en una experiència més aprofundida i rica dels paisatges visitats. D'altra banda, aquestes opcions d'organització amb implicació dels actors locals afavoreixen l'interès i la gestió col·lectiva dels projectes a llarg termini.

Un cas paradigmàtic d'això és l'estratègia de venda i comercialització de productes relacionats amb la *North Coast 500* escocesa, que a més a més disposa de serveis turístics innovadors i promou l'emprenedoria escocesa. Cal advertir, però, que una dimensió comercial exagerada pot arribar a emascarar l'essència del projecte, que és l'experiència d'un recorregut i el valor dels paisatges naturals i històrics per on transcorre.

- **Alguns projectes deriven d'un exercici de planificació i ordenació territorial i del paisatge**, com és el cas del Pla paisatgístic territorial regional de la Pulla (PPTR). En aquest pla, les carreteres, el paisatge i la mobilitat lenta hi tenen un paper molt destacat.
- Molt vinculat amb aquesta necessitat d'avançar cap a models de turisme i de mobilitat sostenible, s'ha pogut constatar que, si bé la majoria dels projectes han nascut com a propostes de recorregut per a automòbils, **estan augmentant els casos que incorporen fórmules de multimodalitat o propostes directament dissenyades per fer amb bicicleta o a peu**. Bons exemples d'això els constitueixen la Ruta Romàntica alemanya, el *Ring of Kerry*, *The North Coast 500* i la *North East 250*, la *Ciclovía Tirrenica*, o el ja esmentat Pla paisatgístic territorial regional de la Pulla, entre d'altres. En el moment ac-



tual, la incorporació de criteris de multimodalitat en els projectes i el disseny d'itineraris específics per a bicicletes constitueixen elements d'una gran i creixent rellevància, com és el cas dels *Grands Itinéraires Cyclotouristiques del Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques*, a França.

- D'altra banda, hem pogut constatar que, en general, **les carreteres són encara poc valorades com a elements patrimonials**. No és freqüent trobar, com en el cas de la *Great Ocean Road* australiana, apartats en els webs o centres d'interpretació en el territori dedicats específicament a explicar la història de la carretera i dels seus elements associats. Així mateix, resulta poc freqüent una protecció específica de la infraestructura viària i la seva consideració com a part del patrimoni paisatgístic, i no només com a mitjà que uneix els elements patrimonials. Per aquesta raó, s'han inclòs dues experiències de caràcter legislatiu especialment interessants i que estan connectades amb dues de les propostes analitzades: la protecció de carreteres històriques a Suïssa i Noruega. Aquest és, sens dubte, un camp molt interessant a recórrer.

↑  
**Fig. 37** | Resulta poc freqüent una protecció específica de la infraestructura viària i la seva consideració com a part del patrimoni paisatgístic. Carretera d'accés a la vall de Cardó, al paisatge de les Serres de Cardó-Boix.

---

# THE 18 SCENIC ROUTES

---

## NORUEGA

---



## The 18 Scenic Routes

Les carreteres  
turístiques nacionals  
de Noruega

Les 18 Rutes Escèniques de Noruega és un gran projecte de màrqueting territorial a escala nacional desenvolupat per l'Estat i destinat a promoure el turisme local i internacional. Els treballs van començar amb el projecte pilot Turisme i Viatges (Reiselivsprosjektet), que es va dur a terme durant el període 1994-1997. L'experiència adquirida durant aquells tres anys va ser extremadament valuosa per a la creació del projecte que coneixem avui. Les quatre seccions de prova del projecte Turisme i Viatges es van convertir en les primeres Rutes Escèniques de Noruega el 1997. El 1998 el parlament noruec (Storting) va aprovar la recomanació de desenvolupar la idea com una nova atracció per al turisme i l'Estat es va comprometre a fer-ho. El mateix any algunes de les iniciatives més interessants del projecte van rebre el Premi Nacional d'Arquitectura (Statens byggeskikkpris).

De 1999 a 2004 es van fer esforços considerables per definir la iniciativa i determinar com s'hauria de procedir per satisfer l'ambició de crear una nova atracció turística nacional. Una de les activitats principals va consistir en la investigació i l'estudi comparatiu d'experiències similars realitzades per altres països amb els mateixos objectius per obtenir inspiració i comprovar-ne els resultats, com ara la *Scenic Byways* als Estats Units, la *Romantische Strasse* a Alemanya i *Les Routes des Vins* a França.

A més de prestar atenció a les experiències internacionals, els responsables del projecte, la Norwegian Public Road Administration (NPRA) —l'administració noruega

encarregada de la gestió de les carreteres públiques—, van decidir implicar la població noruega directament en el projecte a través de la selecció de les rutes. L'any 1999 van convidar tots els municipis, administracions regionals i organitzacions de turisme a suggerir quines podrien ser les rutes turístiques nacionals. Van rebre suggeriments per a 52 trams de carreteres, amb una longitud total de 8.000 quilòmetres. Tenint en compte aquest reconeixement generalitzat del paisatge a escala nacional, la selecció final va ser realitzada per la NPRA en col·laboració amb un grup d'experts externs i el Consell de Qualitat per a les Rutes Escèniques Noruegues, creat específicament per a aquest projecte. El 2004 el director general de la NPRA va lliurar les instruccions per a la tria de les rutes turístiques i el 2005 es van donar a conèixer les 18 seccions de carreteres escollides. Avui dia, aproximadament 2.000 quilòmetres de via formen part del projecte de carreteres escèniques avalat pel parlament i finançat per l'Estat noruec.

En els anys següents es va difondre la iniciativa i es van organitzar nombroses exposicions i conferències internacionals. Un exemple és l'exposició *Detours (Omveger)* celebrada el 2006 a Oslo per a mostrar les obres d'arquitectura i de disseny presents al llarg de les 18 Rutes Escèniques Noruegues. Aquesta exposició va donar lloc a una altra d'itinerant que va visitar indrets com Normandia, Berlín, Bratislava, Bolonya, Londres, Estocolm, Brussel·les, París, Filadèlfia, Washington, Xangai, Lió, Nova York, Estrasburg, Copenhagen, Pequín, Saint-Étienne o Barcelona, el 2017.

←

(A la pàgina del costat)  
**Fig. 38** | Carreteres escèniques  
de Noruega, Lofoten.

El 2007 les Rutes Escèniques de Noruega van rebre el premi de patrimoni cultural noruec (Norsk kulturarvs ærespris). El 2011 la reina Sònia va obrir el memorial Steilneset a Vardø, a l'extrem més oriental del país, la ruta escènica de Varanger. El 2012 les divuit seccions de carretera van ser senyalitzades com a Rutes Escèniques de Noruega amb senyalització específica i taules d'informació. Els anys següents es va continuar desenvolupant el projecte amb l'obertura de nombroses atraccions noves, com ara miradors, observatoris i àrees de pícnic. El 2014 es van obrir les grans atraccions turístiques de Steinsdalsfossen, al llarg de la ruta escènica noruega Hardanger, i Eldhusøya, al llarg de la ruta escènica noruega Atlanterhavsvegen.

El 2015 es van obrir les instal·lacions de servei banyades d'or a Ersfjordstranda Senja i la nova zona d'entrada a Sognefjellshytta, al llarg de la ruta de Sognefjellet. El 2016 es van inaugurar la zona de descans amb serveis sanitaris a Skjervsfossen, a Hardanger; instal·lacions sanitàries a Orre, Jæren; la plataforma de visualització The View, a Gaularfjellet; el passeig per la natura amb cafeteria, les instal·lacions de galeries i sanitaris d'Allmannajuvet, Ryfylke; la instal·lació d'art Mirage a Torsnesstølen, Gaularfjellet, i l'obra d'art Columna Transatlantica a Hågå, Atlanterhavsvegen.

El projecte encara preveu diverses fases de desenvolupament i, fins al 2023, disposa d'un calendari d'actuacions previstes amb finançament aprovat.







Això permetrà tenir una gran proposta de rutes turístiques, amb prop de dues-centes zones de pícnic i miradors. Més enllà d'aquesta data i fins al 2029, està previst un nou pla amb cinquanta projectes més a desenvolupar. Les rutes escèniques estan formades per un conjunt de divuit trams de carreteres, independents (no connectades entre elles), distribuïdes de manera homogènia per tot el país (nord, centre i sud), que sumen un total de 2.136 quilòmetres. Totes ofereixen experiències de paisatges singularitzades i diferents entre si, amb costes i fiords, muntanyes i aigües. Cadascuna de les divuit carreteres escèniques té un desenvolupament diferent, que depèn estrictament de les característiques del territori i del paisatge al qual pertanyen. En general predominen les rutes motoritzades pensades per ser recorregudes amb vehicle privat, tot i que també es poden recórrer amb bicicleta. A causa de les seves diferents longituds, la multimodalitat que permeten i també les atraccions que es poden trobar al llarg de la ruta, s'ha optat per no establir cap mena de recomanació pel que fa al temps necessari

per recórrer-les. Cada usuari pot decidir lliurement quan començar, en quins miradors i punts panoràmics aturar-se, quant temps dedicar a contemplar els paisatges, així com les etapes i pernoctacions que es volen fer al llarg de la ruta.

Atès que es tracta de trams, de segments de carreteres independents, sovint allunyats els uns dels altres, la continuïtat i la unitat de la iniciativa estan garantides per un acurat projecte de màrqueting i de marca que ha donat lloc a una potent publicitat. Tal com ja s'ha assenyalat, el 2012 aquests trams de carreteres van ser identificats com a Rutes Escèniques de Noruega i van ser inclosos com a tals en tots els mapes. Durant els darrers anys, s'han instal·lat en àrees de pícnic i miradors seleccionats més de 150 taules amb imatges i textos que han permès reforçar la imatge i la rellevància del projecte.

Una iniciativa d'aquesta magnitud, a escala nacional, ha estat possible mercès a la voluntat de les regions, el

↑  
**Fig. 40** | Senyalització i logotip del projecte a la ruta 1, Varanger  
←

(A la pàgina del costat)  
**Fig. 39** | Mapa de les 18 rutes que formen la xarxa de carreteres escèniques de Noruega. El web del projecte també ofereix un mapa interactiu per conèixer amb una mica més de detall cada ruta.



**1** Varanger  
160 km | 0 ferries



**2** Havøysund  
67 km | 0 ferries



**3** Senja  
102 km | 0 ferries



**4** Andøya  
58 km | 0 ferries



**5** Lofoten  
230 km | 0 ferries



**6** Helgelandskysten  
433 km | 6 ferries



**7** Atlanterhavsvegen  
36 km | 0 ferries



**8** Geiranger - Trollstigen  
104 km | 1 ferries



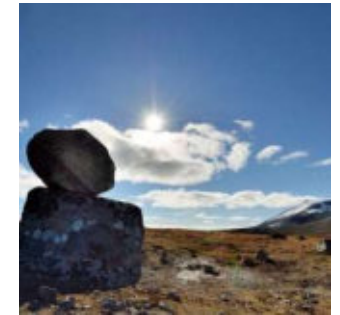
**9** GamleStrynefjellsvegen  
27 km | 0 ferries



**10** Rondane  
75 km | 0 ferries



**11** Sognefjellet  
108 km | 0 ferries



**12** Valdresflye  
49 km | 0 ferries



**13** Gaularfjellet  
114 km | 0 ferries



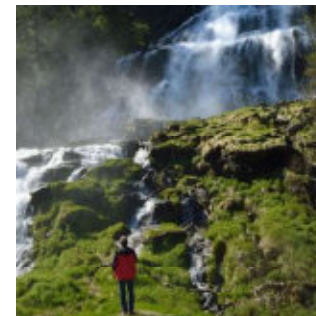
**14** Aurlandsfjellet  
47 km | 0 ferries



**15** Hardanger  
158 km | 2 ferries



**16** Hardangervidda  
67 km | 0 ferries



**17** Ryfylke  
260 km | 2 ferries



**18** Jæren  
41 km | 0 ferries

suport del parlament, el lideratge del govern noruecs i la direcció del projecte per part dels responsables de les carreteres públiques de Noruega (NPRA), amb el suport directe de moltes altres institucions i associacions. De fet, també són socis del projecte el Ministeri d'Afers Exteriors, Innovation Norway ([www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com)) i el sector empresarial turístic del país, que inclou empreses de gestió de destinacions, operadors turístics, cadenes d'hotels, organitzacions de mobilitat i rutes de viatge, etc.

Els turistes internacionals típics són una parella alemanya de cinquanta anys o més, o una família dels Països Baixos amb autocaravana que volen conèixer els fiords, les muntanyes i la naturalesa noruega. Les Rutes Escèniques de Noruega, amb els seus estrets camins i la seva bellesa natural, també atrauen turistes de l'Europa central. Algunes també inclouen activitats planificades de pesca, caiac, senderisme i observació d'aus (especialment al nord del país). A més, hi ha turistes que venen especialment per conèixer la innovadora arquitectura de Trollstigen, Sohlbergplassen, Stegastein, Steilneset i altres llocs.

### **Objectius i realització**

Des del principi el projecte va destacar per l'alt potencial d'atracció turística i de promoció de la imatge del conjunt del país, i això va fer que adquirís l'escala de projecte nacional. De fet, l'objectiu general i a llarg termini és fer de Noruega una destinació encara més atractiva, promoure activitats empresarials locals i enfortir la vida rural.

La clau a través de la qual es convida els visitants a apropar-se a la natura i al territori noruecs és la participació de l'art, de l'arquitectura i del disseny. Amb una fórmula completament innovadora en comparació amb experiències similars en l'àmbit internacional de projectes de màrqueting territorial a escala nacional, el projecte de Rutes Escèniques de Noruega pretén unir la naturalesa, l'arquitectura i el disseny noruecs en alguna cosa més que la simple suma de les parts. El projecte arquitectònic, la instal·lació artística i, en general, el disseny es converteixen en la principal eina per revelar i fer ressaltar el patrimoni territorial i paisatgístic noruec. Per aquest motiu, la creació de les rutes va de la mà de projectes de transformació puntual que es van confiant gradualment a molts arquitectes i dissenyadors noruecs famosos, com ara Snøhetta, Reiulf Ramstad Arkitekter, Jensen & Skodvin i Carl-Viggo Hølmekbakk. També n'hi van participar alguns d'estrangers, incloent-hi la francoamericana Louise Bourgeois i el suís Peter Zumthor.

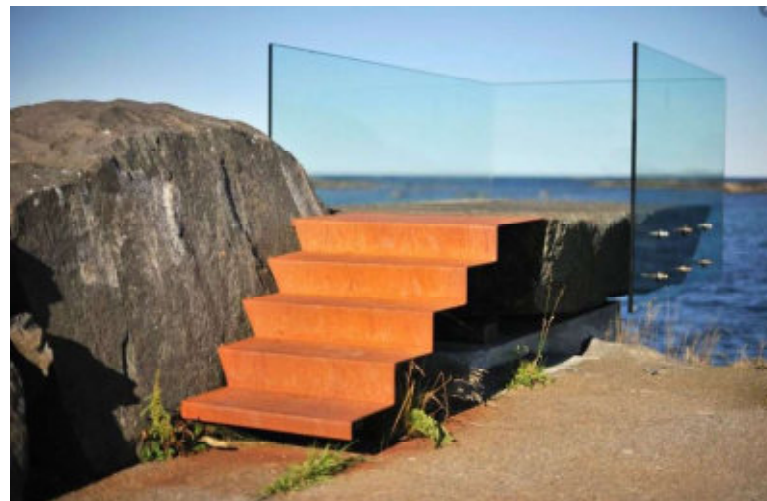
Els miradors han estat remodelats i es van fer millores visuals per oferir experiències de conducció més positives als turistes que viatjaven per carretera. A més, hi ha llocs en els quals es va decidir potenciar els efectes de la naturalesa creant punts de vista i atraccions completament nous. En general es tracta d'operacions gairebé quirúrgiques i ben planificades que, sovint, s'han centrat en llocs que els turistes ja havien escollit de manera espontània; indrets reconeguts i fotografiats a bastament durant molts anys. De fet les carreteres són més o menys

←  
(A la pàgina del costat)  
**Fig. 41** | Resum de la xarxa de carreteres escèniques de Noruega on apareix el nom de cada ruta, la seva llargada i el nombre de ferris que cal agafar per realitzar-la.



iguals que abans, encara que algunes seccions han estat equipades amb protecció per a allaus, millorades o alterades per raons de seguretat i accessibilitat. A més dels miradors, també es van dissenyar àrees de descans adaptades a la pesca, als recorreguts a peu, a l'observació d'ocells o simplement pensades per facilitar el descans després d'un viatge en ferri.

S'ha procurat treure el màxim profit de cada ubicació, partint de les característiques i l'ambient de cada indret. En aquest projecte de desenvolupament la planificació té lloc en diverses etapes: en primer lloc, l'esborrany del projecte, que analitza la tasca i descriu el concepte i l'ús de materials; tot seguit, el projecte pilot, en què es continua investigant el concepte, que més tard es desenvolupa i detalla; i, finalment, el projecte de detall, que tradueix la solució seleccionada en un dibuix constructiu. El treball professional és un procés de maduració i de vegades ha estat necessari provar diverses idees i investigar solucions alternatives a mesura que avançava el treball. Fins i tot, en alguns casos, els resultats poden suggerir



que cal tornar enrere i començar de nou. A més de la proposta constructiva, el projecte també inclou la redacció d'un pla urbanístic que zonifica l'àrea i que estableix els usos del sòl que poden ser acceptats.

### Gestió i administració del projecte

Les vies triades són carreteres nacionals que actualment funcionen com a vies alternatives a les carreteres principals. Són vies públiques gestionades per la NPRA, l'administració responsable de carreteres. Per aquest motiu, quan els terrenys o els béns que es volen incloure en el projecte no són públics, cal negociar-ne l'adquisició amb els propietaris privats. En el cas que les negociacions no tinguin èxit, s'adquireix la propietat mitjançant l'expropiació sobre la base d'un pla urbanístic aprovat i dels plans relacionats amb la iniciativa. La gestió del projecte està dirigida per la NPRA. Dins aquesta administració es va crear una secció especial amb el nom de Secció de Rutes Escèniques que té la responsabilitat de desenvolupar, mantenir i difondre les rutes com a atraccions turístiques i com una marca nacional. Atès el caràcter del pro-

↑  
**Fig. 42** | (A l'esquerra)  
 Àrea de descans a Kleivodden,  
 a la ruta 4, Andoya.  
**Fig. 43** | (A la dreta)  
 Mirador de la ruta 7,  
 Atlanterhavsvegen.



jecte, es va crear un altre òrgan de supervisió, el Control de Qualitat Extern, que aborda qüestions relacionades amb la qualitat general del projecte i la qualitat de les intervencions arquitectòniques i artístiques.

Les tasques de la Secció de Rutes Escèniques són:

- Gestionar el concepte i els pressupostos.
- Planificar i dur a terme les actuacions previstes als miradors i les àrees de descans.
- Assegurar la qualitat de les instal·lacions i els serveis.
- Gestionar la propietat de les principals atraccions.
- Operar i mantenir les rutes com a proposta turística.
- Gestionar el web dedicat al projecte.

L'èxit del projecte, però, depèn de la cooperació i la contribució de molts participants, tant a escala regional com a escala local. A la gestió de la NPRA, cal sumar-hi els esforços i la col·laboració de 10 administracions regionals i 64 municipis, a més d'altres organismes públics, empreses, organitzacions locals i entusiastes individuals. Hi ha una definició clara de la jerarquia de rols i competències

en la gestió del projecte, de la qual es pot trobar documentació clara al web en anglès. La propietat del projecte Rutes Escèniques de Noruega com a estratègia d'atracció i de marca, està dirigida per la NPRA. Les administracions regionals són les propietàries de les carreteres i les responsables del seu funcionament i manteniment, així com d'altres zones de trànsit, de les zones verdes i de les instal·lacions sanitàries, les àrees de pícnic i els miradors. Són també responsables dels projectes de millora de carreteres al llarg de les rutes i dels serveis de ferris.

La Secció de Rutes Turístiques de la NPRA és responsable de planificar i construir àrees de descans i miradors escènics; reparar i renovar instal·lacions i mobles, papereres i taulers d'informació; gestionar la propietat i l'operació de les instal·lacions de serveis a les principals atraccions; comercialitzar les Rutes Escèniques de Noruega, i gestionar l'ús del logotip.

Altres actors involucrats s'encarreguen dels serveis de restauració i allotjament, així com d'organitzar activitats

↑  
**Fig. 44** | Àrea de descans amb mirador a la ruta 6, Helgelandskysten.

i experiències de qualitat. És a dir, es promou el desenvolupament de nous negocis al llarg de les rutes i el sector privat dissenya i comercialitza productes basats en l'atractiu de les Rutes Escèniques Noruegues. La inversió destinada al projecte és un indicador clau de la importància i rellevància que les autoritats han donat al projecte. Les Rutes Escèniques de Noruega hauran rebut 4,4 bilions de corones noruegues entre el 1994 i el 2029 (fent la conversió als preus actuals). La NPRA cobrirà 3,9 milions de corones noruegues. La resta serà aportada per altres participants; principalment, les administracions regionals i els municipis. Bona part dels fons d'altres participants prové d'una empresa conjunta creada per desenvolupar deu grans atractius, els més grans dels quals són les icones del turisme Trollstigen i Vøringsfossen.

Atesa la importància adquirida pel projecte per a la imatge turística del país, les 18 Rutes Escèniques de Noruega van ser sotmeses a un programa de seguiment i avaluació. Des del 2012 s'han elaborat informes anuals que es poden consultar i descarregar de manera gratuïta a la pàgina web oficial. El seguiment es concentra en quatre aspectes:

- el progrés material de les obres en comparació amb el calendari previst fins al 2023,
- l'impacte del projecte en el panorama turístic internacional,
- l'impacte en els mitjans de comunicació,
- els aspectes financers i de monetització.

Altres seccions de cada informe estan dedicades a l'explicació de projectes en curs, els més prestigiosos o els més recents, en què destaquen l'impacte en el turisme i els èxits en el camp de l'art i l'arquitectura i, finalment, la xarxa de relacions i associacions creada per a la gestió i el desenvolupament de tot el projecte turístic.

### **Estratègia de comunicació i marca**

Es va crear un lloc web dedicat específicament al projecte i una aplicació per a telèfons intel·ligents que permet la interacció directa dels visitants durant el viatge. El web és molt clar i proporciona informació puntual i exhaustiva tant del projecte i de la seva concepció com dels itineraris. També la part relacionada amb la gènesi i la gestió actual del projecte pot consultar-se al web.

Innovation Norway és la responsable de la difusió de les Rutes Escèniques de Noruega i ho fa principalment a través del web i de l'aplicació mòbil de VisitNorway.com abans esmentada. A més, també apareixen en el catàleg turístic anual de Noruega i en diverses campanyes que es desenvolupen durant l'any. Al conjunt del país, les rutes estan sent comercialitzades per operadors turístics regionals com Fjord Norway, NorthernNorway Tourist Board i hotels i restaurants històrics a Noruega (De Historiske Hotel & spisesteder).

A banda de crear el logotip que identifica el projecte, la NPRA ha procurat dirigir i coordinar les estratègies de comunicació per tal de:

→ **Fig. 45** | Durant l'hivern, les rutes escèniques també es converteixen en una destinació per al turisme d'esports extrems. Ruta escènica Lofoten.





- crear una identitat clara i global en tota la comunicació visual,
- contribuir a desenvolupar la imatge de les Rutes Escèniques de Noruega com a símbol i expressió d'una alta qualitat constant en totes les etapes de la visita,
- fer visible i comunicar els valors bàsics de les Rutes Escèniques Noruegues.

Conscients que una part important de la construcció de la marca Rutes Escèniques de Noruega és assegurar un ús adequat de la marca comercial, han preparat pautes precises per utilitzar el logotip i les fotos en activitats publicitàries o en altres activitats de construcció d'imatges. Pel que fa a estratègies de comercialització i venda, no hi ha estratègies de màrqueting de productes relacionades directament amb la iniciativa. La promoció dels itineraris i els serveis turístics relacionats es gestionen a través de la companyia Visit Norway.

El projecte atorga una gran importància a la imatge i, especialment, a la fotografia. Disposa d'un gran arxiu fotogràfic que conté totes les imatges georeferenciades que han estat realitzades per professionals al llarg de les 18 Rutes Escèniques de Noruega. Les fotografies es poden descarregar gratuïtament, amb prou bona qualitat, amb la condició de citar el nom del fotògraf i, en el cas dels miradors i les construccions, el dels artistes i arquitectes.

#### **Resultats del projecte i premis**

El Ministeri d'Afers Exteriors ha utilitzat les Rutes Escèniques de Noruega com a element estratègic en la seva tasca de construir la reputació de Noruega en l'àmbit internacional. Així, per exemple, la Secció de Rutes Escèniques de Noruega de la NPRA està recollint l'interès d'un gran nombre d'arquitectes i artistes noruecs i estrangers interessats a participar en el projecte. Innovation Norway i altres operadors turístics també s'han beneficiat de l'ús de les Rutes Escèniques de Noruega en les seves activitats de màrqueting.

↑  
**Fig. 46** | Detall de la senyalització de la ruta 12, Valdresflye.



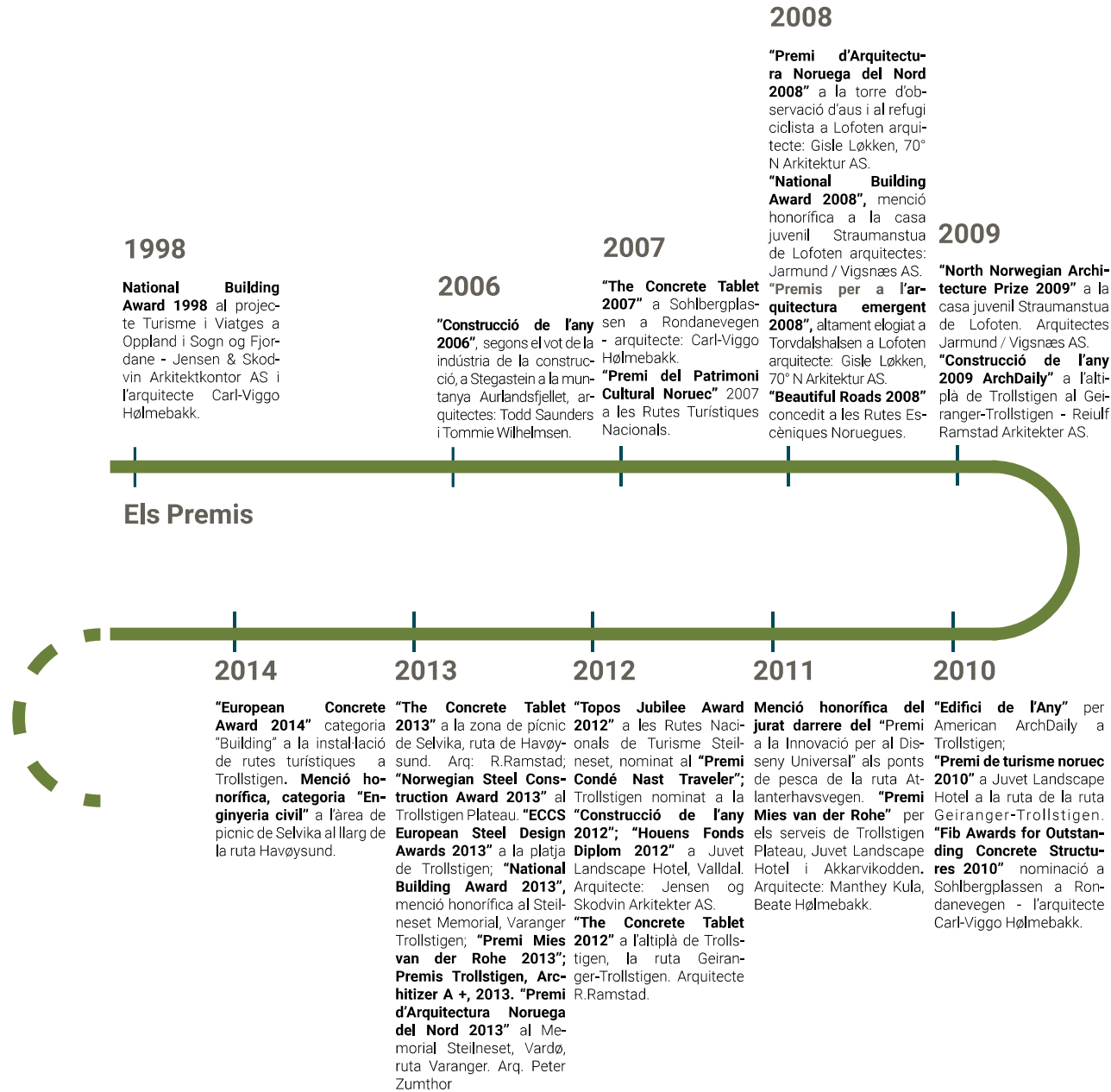
L'atenció dels mitjans de comunicació és un dels diversos criteris utilitzats per mesurar l'èxit de l'atracció de les Rutes Escèniques Noruegues. Durant els darrers tres anys, s'han publicat un total de 9.700 articles als mitjans noruecs, amb un valor de relacions públiques superior a 223 milions de corones noruegues.

A mesura que el nombre de zones de descans i miradors ha crescut, la difusió de les Rutes Escèniques de Noruega a l'estranger també ho ha fet i l'impacte sobre el turisme noruec ha augmentat. El convenciment i l'aposta clara de

l'administració han animat altres proveïdors de serveis a incrementar els seus esforços per tal d'oferir als turistes paquets de serveis més atractius. La retroalimentació positiva que generen els turistes també és, naturalment, un criteri molt important per mesurar l'èxit d'aquesta iniciativa. Les Rutes Escèniques de Noruega també han estimulat altres a invertir en nous serveis turístics, com Juvet Landscape Hotel, al llarg de Geiranger-Trollstigen, o han contribuït a augmentar els serveis en llocs com Nusfjord, a Lofoten, Havøysund i Rondane.



→  
**Fig. 47** | Pont de Høse a Suldal, a la ruta 17, Ryfylke. Projecte realitzat per Rintala Eggertsson Architects l'any 2012 i guardonat amb el premi de millor pont de Noruega l'any 2014.



←  
**Fig. 48** | Premis atorgats al projecte 18 Rutes Escèniques i a les obres d'arquitectura i instal·lacions artístiques individuals.



Finalment, des dels primers anys del projecte, les Rutes Escèniques de Noruega han rebut nombrosos premis, dirigits tant al conjunt del projecte com a instal·lacions artístiques concretes o a l'arquitectura i els espais públics.

### **Rellevància del paisatge en el projecte**

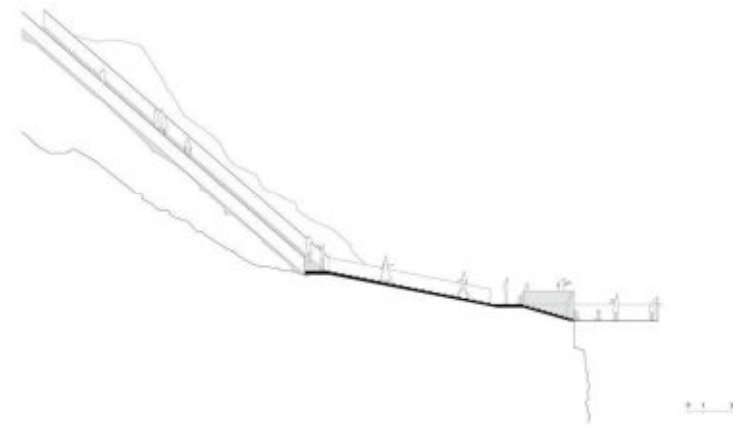
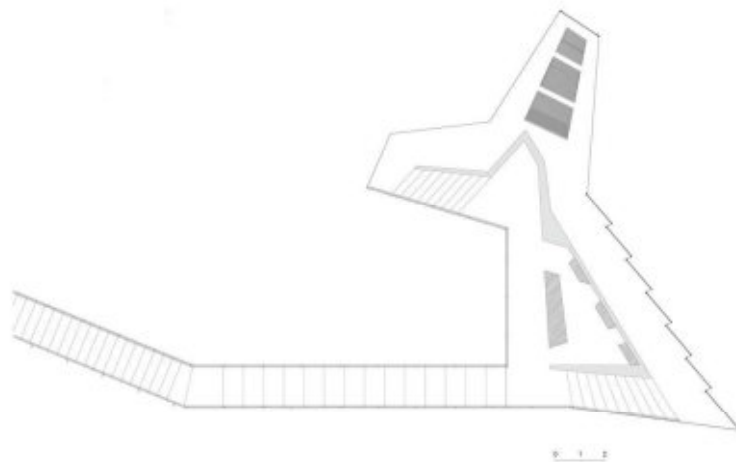
El projecte està concebut i gestionat més com una gran atracció que com una ruta clàssica basada en nodes puntuals. En aquest cas, la carretera és el mitjà per desplegar i testificar el poder de fascinació i atracció del territori noruec. L'èmfasi en aquesta connotació específica explica clarament l'ús de l'art i de l'arquitectura com a elements de prestigi amb una dimensió escènica i una capacitat d'atracció pròpies. Per tant, després de tot, el projecte de les Rutes Escèniques de Noruega és una posada en escena, en termes òbviament virtuoses, dels caràcters escènics naturals i artificials més valuosos del territori noruec.

Basant-se en l'estudi dels mètodes del projecte i els canals a través dels quals es difon, com ara les exposicions, es pot afirmar que aquest projecte de màrqueting territorial i paisatgístic es va centrar principalment en les qualitats visuals, panoràmiques i gairebé teatrals del paisatge noruec. En aquest projecte la dimensió escènica i natural del paisatge —en la mesura que la naturalesa en si mateixa ofereix un espectacle— constitueix el recurs a partir del qual es genera valor econòmic i la marca a través de la qual l'Estat noruec projecta la seva imatge a escala internacional.

La rellevància del paisatge en el projecte és molt alta, fins i tot si, com ja s'ha dit, la dimensió visual, contemplativa i escènica s'impulsa molt més que la dimensió social. L'anàlisi de la imatge gràfica del seu darrer catàleg turístic (2018) no deixa lloc a cap dubte. De les 56 imatges, 55 corresponen a paisatges, miradors i escultures. No hi cap

↑  
**Fig. 49** | Mirador de la ruta 12, Valdresflye.





imatge de poblacions, museus o altres elements patrimonials, a banda d'una petita església enmig d'un paisatge nevat. El paisatge, encara que no en tot el seu potencial, es converteix realment en la nova marca turística noruega a través d'aquesta operació.

### Lliçons apreses

Un dels principals punts forts del projecte Rutes Escèniques de Noruega és, sens dubte, l'elecció de vincular al paisatge la reactivació de la imatge del país i la promoció turística. Tot i que, com ja s'ha assenyalat, el projecte està més centrat en la dimensió escènica i panoràmica del paisatge —amb el risc de reduir-ne de vegades el sentit més profund—, el protagonisme central del paisatge constitueix un element molt important que pot ser interpretat, si es vol, com un pas endavant cap a l'aplicació dels principis sorgits del Conveni europeu del paisatge (Consell d'Europa, 2000). L'administració pública ha demostrat una gran intel·ligència en proposar i experimentar —amb un resultat molt positiu— una nova manera de promoure el turisme no centrat en els conceptes de con-

sum i explotació de recursos. Ans al contrari, les idees d'ús compartit i de cura del territori adquireixen un protagonisme esperançador. El projecte és, al mateix temps, una gran operació de posada en valor del paisatge que es desenvolupa a través de la contribució indispensable de l'arquitectura, l'art i el disseny.

La voluntat de promoció turística es converteix en un motiu per afavorir la cura del territori i fer ressaltar les característiques més valuoses del paisatge noruec. A més, amb aquesta estratègia, el projecte ha permès actuar tant en la dimensió tangible del paisatge noruec, a través d'intervencions directes, com en la dimensió intangible; s'han creat nous imaginaris, ha contribuït, de fet, a difondre parts del territori poc freqüentades i ha donat a conèixer la diversitat, la riquesa i la bellesa dels paisatges noruecs.

El fet d'haver basat un projecte de màrqueting territorial en carreteres i paisatge en comptes de basar-lo en elements més habituals, com la promoció del patrimoni urbà, històric, cultural i artístic, constitueix un altre

↑  
**Fig.51-52** | Planimetria i secció longitudinal del mirador.

←  
**Fig. 50** | Mirador de la ruta 8, Geiranger - Trollstigen, realitzat per Reiulf Ramstad Architects l'any 2011. El mirador ofereix una panoràmica espectacular del fiord més famós del món, Geirangerfjorden, declarat Patrimoni de la Humanitat per la Unesco.

## El memorial Steilneset. La incorporació de valors intangibles en el paisatge

Pel que fa a les actuacions en les dimensions intangibles i la creació de nous imaginaris, destaca la intervenció del memorial Steilneset. L'arquitecte Peter Zumthor i l'artista Louise Bourgeois (que va morir el 2010) van treballar plegats per crear un monument que commemorés les noranta-una víctimes que hi va haver al segle XVII a causa de la caça de bruixes a Vardø. El monument està situat a l'indret on tenien lloc les execucions, majoritàriament de dones, que van perdre la vida a la foguera. La peculiaritat del paisatge i un clima extrem (amb temperatures per sota dels 10 graus negatius) dialoguen amb una arquitectura austera que materialitza la tragèdia a través de fusta, vidre, acer i fibra de vidre.

El memorial es compon de dues estructures. El centre d'informació, format per una armadura de 125 metres de llarg, creua el pla de la costa. Construït amb pals de fusta, l'estructura de fibra de vidre recoberta de tefló queda suspesa en l'aire mitjançant cables. El teixit de fibra de vidre recorda la lona emprada per construir les embarcacions locals mentre que la seva morfologia està inspirada en les taules que els pescadors lo-



cals utilitzen per assecar la pesca del dia. A l'interior s'accedeix mitjançant una passarel·la de fusta, on un passadís de 100 metres de llarg i 1,5 d'ample acull una col·lecció de cartelles que descriuen la història personal de les 91 víctimes: 91 finestres, cadascuna il·luminada per una sola bombeta. Un interior fosc i estret amb totes les superfícies pintades de negre; les teles s'agiten quan el vent de la mar bufa amb força: una atmosfera íntima però amb una sensació estranya, desconcertant.

El pavelló annex, un cub construït en acer Corten i vidre negre, acull l'obra de Louise Bourgeois Els condemnats, els posseïts i els estimats. A l'interior, una cadira d'alumini de la qual emergeixen cinc flamardes de foc envoltada de set miralls ovalats simbolitza els judicis de Vardø. L'obra s'emmarca dins de la reivindicació feminista que recorre gran part de l'obra de Bourgeois. El vent passa a través de buits en els panells de vidre enfosquit. El pavelló no té il·luminació, per la qual cosa, a la nit, les flames es fan més visibles a través del vidre fosc.

↑  
**Fig. 53-54** | Vistes interiors del Memorial Steilneset

→  
**Fig.55** | Vista exterior del Memorial Steilneset





element important de l'experiència noruega. A través d'aquesta elecció, l'administració ha demostrat ser conscient del gran patrimoni paisatgístic de què disposa el país, que encara no havia estat posat en valor i, alhora, ha mostrat una audaç voluntat d'apostar pel valor econòmic del paisatge.

El segon element distintiu i interessant del projecte és la idoneïtat del tipus de mobilitat turística que es proposa ateses les característiques de l'espai que es vol promoure. Per a un territori de grans dimensions, amb una densitat de població molt menor que la de la Mediterrània, un clima sever, una geomorfologia tan violenta com espectacular, possiblement l'automòbil es converteix en una de les millors maneres de gaudir d'aquests indrets i abraçar la seva integritat. El protagonisme de la carretera

i del viatge en cotxe —i de la finestra del cotxe com a pantalla— és una aposta lògica atès el plantejament de rutes per descobrir un territori marcat per les grans distàncies i les dificultats per recórrer-lo. A més, aquesta opció pot combinar-se perfectament amb propostes multimodals.

El projecte té un gran interès també pel seu caràcter sistèmic a escala nacional. La decisió de l'Estat noruec d'involucrar tot el país en la revitalització del sector turístic a través del paisatge posa de manifest la voluntat de garantir una certa igualtat d'oportunitats de desenvolupament. La gestió centralitzada del projecte per part del govern ha permès la creació d'una marca amb força i, alhora, garantir la diversitat. La solidesa de l'aparell d'organització i de gestió és un dels punts forts del projecte. La divisió i la jerarquia de les tasques, així com el calendari

↑  
**Fig.56** | Imatge de la ruta 7, Atlanterhavsvegen. A mesura que la indústria pesquera necessitava millors comunicacions per al transport de mercaderies, la població de l'illa d'Averø va reclamar la creació d'una carretera que es va iniciar l'any 1983 i es va finalitzar l'any 1989. L'any 2005, aquesta carretera va ser escollida com a construcció noruega del segle. Aquesta ruta també forma part de la xarxa de rutes nacionals noruega per a bicicletes i també de la ruta de la costa atlàntica de la xarxa Eurovelo.



d'execució de les obres, se segueixen escrupolosament i això, sens dubte, és un aspecte distintiu del projecte.

Finalment, però no per això menys important, el projecte es distingeix de tots els altres analitzats perquè ha incorporat des de l'inici l'art i l'arquitectura en el procés d'augment del valor de les rutes turístiques. De fet, es tracta d'un gran procés de disseny en què la dimensió artística

té un paper essencial en la revelació i creació de nous valors vinculats al paisatge.

La solidesa de l'aparell d'organització i de gestió són un dels punts forts del projecte. La divisió i la jerarquia de les tasques, així com el calendari d'execució de les obres, se segueixen escrupolosament i això, sens dubte és un aspecte distintiu del projecte.

→  
**Fig. 57** | L'escultura de Dan Graham *No title*, a Vågan, forma part de la ruta 5, Lofoten i es va crear l'any 1996.



### Pla nacional de protecció de carreteres, ponts i patrimoni cultural relacionat amb la carretera

La percepció dels noruecs vers les vies de comunicació va més enllà de considerar-les únicament infraestructures al servei de la promoció turística i la difusió dels paisatges noruecs. El 1997, al mateix temps que prenia forma el projecte de les Rutes Escèniques, el Ministeri de Transports i Comunicacions va ordenar a la NPRA preparar un pla de protecció en cooperació amb la Direcció de Patrimoni Cultural de Noruega.

Es van registrar i cartografiar més de 1.000 llocs patrimonials de vies de comunicació i es van incloure en el pla 97 itineraris històrics i 173 estructures puntuals. Es va publicar el 2002 en forma de llibre i està disponible gratuïtament a internet. El pla conté el Pla nacional de protecció de carreteres, ponts i patrimoni cul-

tural relacionat amb la carretera (1999) i que ha estat propietat o utilitzat per l'Estat (el patrimoni nacional d'abans de 1537 està automàticament protegit per la Llei de patrimoni cultural de 1978.) A més de camins, carreteres i ponts, el pla inclou maquinària, equips i edificis.

El pla de protecció va ser seguit per tres decisions de conservació. El 24 d'agost de 2007 la Direcció de Patrimoni Cultural va aplicar la protecció a 19 edificis i conjunts d'edificis relacionats amb les carreteres. El 17 d'abril de 2008 la Direcció va aplicar protecció a 40 ponts que estaven en el pla, així com a un túnel i una rotonda. El 21 de desembre de 2009 la Direcció va aplicar protecció a 40 carreteres del pla.



↑  
**Fig. 58** | Àrea de descans a Helgela, a la ruta 6, Helgelandskysten. Va ser dissenyada l'any 2005 pel despatx d'arquitectes Landskapsfabrikken AS.

---

# CARRETERES PAISATGÍSTIQUES

---

ANDALUSIA

---



## Carreteres paisatgístiques

Andalusia

Des de l'aprovació el 1992, juntament amb les regions del Llenguadoc-Rosselló i la Toscana, de la Carta del Paisatge Mediterrani, la comunitat autònoma d'Andalusia ha estat desenvolupant una línia de treball centrada en el paisatge. La fundació del Centro de Estudios Paisaje y Territorio (CEPT), el 2005, forma part d'aquest treball i, especialment durant el primer període, quan el CEPT va dependre de la Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía, hi va haver un interès especial per estudiar les relacions entre carreteres i paisatges. La feina feta, en col·laboració amb les universitats andaluses, ha donat com a resultat la celebració de congressos i l'edició d'estudis específics dedicats a aquest tema. Destaca, per exemple, el manual *La carretera en el paisaje. Criterios para su planificación, trazado y proyecto*, d'Ignacio Español (2008). En el plantejament de l'obra es pot llegir, per exemple:

"La seva condició territorial, escènica, i el servei que ofereixen al desplaçament de les persones fan de les carreteres projectes essencialment paisatgístics. [...] Les qualitats paisatgístiques de les carreteres han de ser concretades si es vol un desenvolupament tècnic positiu de la relació existent entre la via i el paisatge." (Español, 2008: p. 21)

És especialment rellevant el document, publicat el 2017, *Las carreteras paisajísticas de Andalucía. Recurso para el disfrute y aprecio social del paisaje*, que recull l'estudi del mateix nom presentat el 2014. El treball parteix de la consideració de dues qüestions fonamentals: "La necessitat de fomentar la sensibilitat dels ciutadans respecte al paisatge i l'oportunitat d'aprofitar el potencial paisatgístic

que ofereixen les carreteres per mostrar la riquesa i la diversitat de paisatges pels quals transcorren [...] la idea clau que hi ha darrere d'aquest treball és la sensibilització paisatgística a través de la xarxa de carreteres" (Zoido, 2017: p. 26). L'estudi incorpora el contingut fonamental de la publicació *Carreteras paisajísticas. Estudio para su catalogación en Andalucía* (Zoido, 2009).

L'estudi parteix d'haver constatat l'existència d'una demanda social de relació amb el paisatge per mitjà de recorreguts en automòbils privats, com a part de les activitats actuals de lleure i turístiques de la població. Es tracta d'una activitat que pot incentivar economies turístiques, especialment en àmbits rurals, i que és a l'abast d'amplis sectors socials. Com a experiència destacable, la publicació remarca l'experiència noruega de carreteres turístiques nacionals i la seva combinació de paisatge i arquitectura.

L'estudi es recolza en una investigació prèvia (Zoido, 2009) que va donar lloc a un catàleg de vies existents i de competència autonòmica caracteritzades per la baixa intensitat de trànsit a causa de l'existència d'alternatives més ràpides i còmodes per a la mobilitat quotidiana. A partir d'aquestes vies l'estudi ha procurat identificar una xarxa viària de baixa velocitat que recorregués de manera representativa la diversitat de paisatges andalusos en recorreguts de menys d'una jornada. Aquesta xarxa, degudament condicionada, pot ser entesa com un equipament al servei de la diversificació de l'oferta de lleure, principalment en àmbits rurals.

←

(A la pàgina del costat)  
**Fig. 59** | Carretera paisatgística de El Portil a Cartaya (A-5058).

### **Què s'entén per carretera paisatgística en l'experiència andalusa**

El document defineix el concepte de carretera paisatgística de la següent manera:

“Aquella via de domini i ús públic, pavimentada i fonamentalment destinada al trànsit de vehicles automòbils (article 8.1 de la Llei 8/2001, de 12 de juliol), que en virtut dels valors i les potencialitats paisatgístiques presents al llarg del seu recorregut mereix una consideració i un tractament especials com dotació per a l'accés, el gaudi i la interpretació del paisatge per part de la població.”

El document subratlla que les carreteres paisatgístiques constitueixen instruments molt valuosos des del punt de vista de la sensibilització social respecte al valor del paisatge, i que el treball en aquesta línia apareix directament explicitat a l'article 6a del Conveni europeu del paisatge.

#### **Les percepcions visuals**

L'estudi distingeix tres tipus fonamentals de percepcions visuals pròpies de les carreteres paisatgístiques:

- Pautes visuals en moviment. La baixa velocitat permet passar de la percepció d'imatges a la percepció de pautes visuals. Les dues principals pautes visuals són l'experiència dels canvis i l'experiència de la repetició.

“Els paisatges menys transformats, que ofereixen pautes especialment clares, són actualment un gran viver d'experiències d'implantació de carreteres paisatgístiques.





Hi té bastant a veure el fet que en molts d'aquests àmbits el paisatge respon a pautes intel·ligibles que eviten tant la monotonia com el desordre. Això s'expressa de maneres diverses de repetició pautaada: la de certes geoformes associades a certes cobertures vegetals, certs models d'aprofitaments, el mode de poblament i altres. El que resulta atractiu en aquests casos no és tant la suposada naturalitat sinó la claredat i la intel·ligibilitat del paisatge.”

- Aproximació a indrets significatius. Una aproximació progressiva i lenta permet, habitualment, gaudir de perspectives diverses, diferents punts d'observació de l'indret significatiu. Permet canvis d'escala en poc temps, passar del context general a la dimensió més particular, i combinar percepcions de fora-dins amb les de dins-fora, amb la qual cosa s'enriqueix la comprensió de les condicions i relacions de l'indret.
- Contemplació estàtica de vistes panoràmiques. Permet captar de manera holística allò que en moviment es presentava de manera seqüencial.

### Les actituds dels usuaris

Pel que fa a les actituds dels usuaris en relació amb el gaudi del paisatge, l'estudi en distingeix dues de principals:

- Una actitud condicionada per imatges preestablertes i estereotipades, definides pels mitjans de comunicació o per accions de promoció turística.
- Una actitud molt més oberta i receptiva a allò inesperat que, de fet, pretén establir un diàleg amb el paisatge que el rodeja i ampliar l'àmbit de la seva experiència.

### La sensibilització en paisatge i la comunicació

El document defineix la sensibilització com “l'acció de revelar una realitat que, malgrat ser significativa, roman oculta a l'experiència comuna dels ciutadans”. El procés de revelar el caràcter del paisatge a través de la carretera constitueix un procés comunicatiu en què intervenen tres components:

- La realitat paisatgística concreta, sense claus interpretatives.

↑  
**Fig. 61** | Carretera paisatgística de Morón de la Frontera a Sierra de Yeguas (A-406).

←  
 (A la pàgina al costat)  
**Fig. 60** | Carretera paisatgística que condueix a Fuente Obejuna passant per Hornachuelos (A-3151).





- Un públic que hi entra en contacte i que presenta actituds favorables.
- Un procés de mediació o interpretació a partir de diferents tècniques i materials (guies, fulletons, plafons interpretatius, etc.).

L'estudi diferencia tres grans grups de tècniques de comunicació:

- Senyals informatius. Han de transmetre al visitant que es troba en un àmbit de carreteres diferent de la xarxa convencional. Per exemple, senyals d'entrada i sortida de l'àrea de paisatge i/o començament i final de la carretera identificada com a paisatgística.
- Tècniques orientades a potenciar la contemplació estàtica. La més bàsica és la instal·lació de miradors. Per si sols ja representen un acte d'interpretació.
- Tècniques orientades a potenciar l'experiència del paisatge en moviment. Tenen a veure amb el tractament paisatgístic de les àrees laterals de les carreteres i comporten afavorir i mantenir les obertures visuals sobre elements destacables o panoràmiques, així com l'ocultació visual d'elements que resten valor.

### **criteris tècnics i funcionals per a triar les carreteres paisatgístiques**

L'estudi destaca els següents criteris:

- Han d'estar incloses dins el Catàleg de Carreteres d'Andalusia.

- Han de presentar volums i densitats de trànsit baixos, amb un índex de mobilitat diària inferior a 2.000 vehicles per dia.
- Han d'afavorir un model de mobilitat recreativa i de baixa velocitat, i s'ha d'establir com a velocitat màxima per a l'itinerari els 50 quilòmetres per hora.
- Han de disposar d'itineraris alternatius que permetin desviar el trànsit pesant, de llarg recorregut, o que responguin a finalitats incompatibles amb l'aprofitament paisatgístic del recorregut.
- Han de tenir traçats i condicions geomètriques que permetin la contemplació i el gaudi del paisatge en condicions de seguretat i confort.
- Han d'integrar-se adequadament en els processos de l'entorn, evitant, en la mesura que sigui possible, les afectacions sobre els processos i recursos naturals.
- Han de presentar valors escènics i estètics en el disseny dels seus elements i les seves àrees funcionals, fet que afavorirà la integració de la infraestructura en les perspectives i els àmbits paisatgístics per on transcorre.

### **criteris paisatgístics per a triar les carreteres**

Habitualment, la distinció de carreteres paisatgístiques s'ha basat dos grans indicadors:

- La bellesa i espectacularitat de les vistes que ofereix la carretera al llarg del seu recorregut.
- Els valors ambientals i patrimonials dels territoris travessats per la carretera.

←  
(A la pàgina del costat)  
**Fig. 62** | Carretera paisatgística de Tierra de Alhama i El Temple (A-402).



En aquest cas, considerant que una de les premisses havia de ser que el conjunt de carreteres triades fos representatiu de la riquesa paisatgística d'Andalusia, s'han incorporat altres indicadors, com ara:

- Que les carreteres puguin oferir lectures clares i ordenades dels processos, estructures i components definitoris dels paisatges travessats o visibles des de la carretera. És a dir, que, amb independència dels valors estètics o perceptius, la carretera mostri amb especial claredat la relació entre factors naturals, processos antròpics i morfologies paisatgístiques, de tal manera que s'afavoreixi la comprensió dels processos que han donat forma al territori en qüestió.
- Que puguin mostrar representacions arquetípiques del caràcter paisatgístic del territori travessat.
- Que puguin mostrar seqüències nítides de les transicions i els canvis de paisatge al llarg del recorregut, de tal manera que siguin fàcils de reconèixer.

Tenint en compte tot això, l'estudi considera que les carreteres paisatgístiques han d'acomplir un o diversos dels següents criteris:

- Constituir itineraris amb elevats potencials escènics (itineraris associats a vistes d'acusada profunditat o amplitud, accessos a observatoris o punts panoràmics, traçats que discorren per indrets prominents ...).
- Propiciar vistes continuades sobre referents territorials bàsics d'Andalusia.
- Transcórrer per àmbits de marcada singularitat paisatgística (deveses, àmbits subdesèrtics, malpaisos, maresmes, grans extensions d'oliveres, hortes i camps de fruiters, zones càrstiques...).
- Permetre el reconeixement d'espais naturals protegits o, si escau, d'àmbits de marcada naturalitat.
- Generar seqüències o transicions paisatgístiques d'interès.
- Constituir rutes d'interès patrimonial, cultural o etnogràfic (itineraris caracteritzats per la presència d'ele-

↑  
**Fig. 63** | Carretera paisatgística que passa pel santuari de la Virgen de la Cabeza i el seu entorn (A-6178).



↑  
**Fig. 64** | Carretera paisatgística de Ronda a Gaucín (A-369).

- Ser considerats un recurs turístic i/o recreatiu en l'actualitat o tenir potencialitats per al desenvolupament d'activitats lúdiques o recreatives.

### **La tria**

La primera preselecció de carreteres va donar com a resultat 231 trams viaris i 6.450 quilòmetres. La segona selecció, després d'entrevistes amb experts i responsables dels serveis de carreteres, va concretar-se en 114 trams i 3.713 quilòmetres. Finalment, després del treball de camp i

el reconeixement efectuat, la proposta inicial de catàleg es compon de 44 carreteres agrupades en 43 itineraris paisatgístics que sumen 1.666 quilòmetres. La longitud mitjana dels recorreguts és de 38 quilòmetres. S'ha procurat la màxima representativitat d'àmbits paisatgístics. La majoria són vies de muntanya, però també s'ha mirat d'incorporar trams que travessen planes i litorals, i d'apropar-se a ciutats principals, mitjanes i petites.

En el treball de camp realitzat s'han dut a terme les següents tasques:

- Valorar *in situ* les condicions funcionals i de seguretat viària de la carretera.
- Constatar l'existència de les condicions o els valors paisatgístics atribuïts inicialment a la carretera.
- Identificar els punts o trams viaris de major interès per al reconeixement dels recursos paisatgístics.
- Procedir a l'inventari dels recursos i dels conflictes paisatgístics apreciables en l'entorn viari, així com de les vistes de més interès.
- Valorar l'estat dels equipaments d'ús públic existents al llarg de l'itinerari.
- Avaluar les possibilitats de la xarxa viària i dels punts d'observació identificats com a recurs per al reconeixement i la interpretació del paisatge.
- Demanar opinions d'usuaris sobre els valors i potencialitats paisatgístiques de la xarxa viària.

### **Els principals atributs de les carreteres triades són aquests:**

- Es tracta de carreteres actualment infrautilitzades o en desús, que suporten un volum i una intensitat de trànsit baixos perquè, la majoria, tenen altres itineraris alternatius amb millors prestacions per a la mobilitat convencional per carretera. Van ser concebudes en etapes tecnològiques anteriors i les seves característiques tècniques són insuficients per a les necessitats del trànsit convencional actual. Les carreteres paisatgístiques permeten, precisament, recuperar o dotar de noves funcionalitats carreteres abandonades o infrautilitzades.
- Són carreteres que, pels seus traçats i condicions, afavoreixen els desplaçaments a baixa velocitat (no més de 50 quilòmetres per hora). És justament això el que possibilita compatibilitzar les seves funcions de comunicació i transport amb allò que es pot anomenar funció paisatgística. És a dir, la possibilitat de fomentar el gaudi dels recursos paisatgístics en condicions de seguretat i confort per als diferents usuaris o viatgers.
- Al costat d'això, cal destacar el seu potencial per articular-se amb altres xarxes ja existents o futures de manera que es garanteixi la seva connectivitat i intermodalitat.

→

**Fig. 65** | Carretera paisatgística de La Puerta de Segura a Vélez Rubio (A-317).



“Els futurs projectes d’adequació de carreteres paisatgístiques haurien de tenir en compte aquesta nova funció de connectivitat i intermodalitat amb l’objectiu d’afavorir l’accessibilitat des de la carretera a altres xarxes motoritzades (itineraris paisatgístics d’àmbit regional i subregional) o no motoritzades (senders, vies verdes...) i possibilitar que l’usuari pugui escollir el seu propi recorregut, a diferents escales espacials, i l’accessibilitat o aproximació als recursos paisatgístics, segons els casos, combinant trams en cotxe, trams a peu, parades, etc.”

### Lliçons apreses

El conjunt de documents consultats i l’estudi que ha estat treballat amb més profunditat posen en relleu la valuosa tasca duta a terme a Andalusia pel que fa, en primer lloc, a l’aprofundiment conceptual, la reflexió i la sistematització de les relacions entre carreteres i paisatges. En segon lloc, els estudis no es queden en el pla teòric, sinó que han donat com a resultat, per exemple, una acurada i argumentada tria d’un conjunt de carreteres considerades paisatgístiques.

L’estudi té en compte aspectes que habitualment no es troben en altres casos, com ara les actituds dels diferents públics davant el paisatge o els tipus de percepcions visuals de la carretera que hi pot haver. També aborda la importància de la sensibilització i apunta les tècniques que considera principals per facilitar la relació entre persones, carreteres i paisatges.

Entre les interessants aportacions de l’estudi val la pena destacar-ne una per la seva rellevància en el conjunt de les relacions entre carreteres i paisatges: la importància que s’atorga al concepte de lentitud. La contemplació conscient, expressa i enriquidora de paisatges des d’un automòbil està directament condicionada per la velocitat a la qual es recorre la carretera. El mateix director de l’estudi, Florencio Zoido, en el pròleg del llibre d’Ignacio Español (2008), cita Andrzej Stasiuk, qui afirma que recórrer pausadament el territori, a quaranta per hora, a ritme constant i regular, permet arribar a una espècie d’harmonia amb l’espai, permet dominar-lo sense agredir-lo.

Finalment, val la pena destacar l’interès mostrat per l’administració pública, i concretament pels responsables d’obres públiques i transports, per aprofundir en les relacions entre carreteres i paisatges. En aquest sentit, l’estudi posa clarament en evidència la necessitat d’abordar gestions específiques d’aquelles carreteres considerades paisatgístiques:

“L’aprofitament del potencial paisatgístic de la carretera per a l’ús social fa necessària la implementació de mesures concretes de condicionament i millora que en possibilitin el gaudi paisatgístic, sense comprometre la seva funció principal, ni tampoc la seguretat i el confort dels usuaris.”

→ **Fig. 66** | Traçats actuals de la carretera A-381 i de l’antiga Ruta del Toro. Aquesta última ha estat reconvertida en via de servei de l’autovia i al mateix temps fent la funció de carretera paisatgística.



5  
NORTH  
COAST





---

# NORTH COAST 500

---

ESCÒCIA

---



## North Coast 500

La nova ruta escènica que recorre tot el nord d'Escòcia

La gran aposta d'Escòcia pel turisme de carretera es presenta així al web de *Visit Scotland*.

"No hi ha res com experimentar la sensació de llibertat que provoca una llarga carretera obrint-se davant nostre. Les inacabables carreteres secundàries, els amplis i sinuosos camins rurals i els tombs preciosos que travessen alguns dels paisatges costaners més bells d'Escòcia, són només alguns exemples d'allò que es pot trobar a la North Coast 500, la versió escocesa de la californiana Ruta 66".

Amb poc més de 500 milles (uns 830 quilòmetres), la *North Coast 500* uneix algunes de les carreteres més remotes de les Highlands i travessa sis regions al nord d'Escòcia: Wester Ross, Sutherland, Caithness, Easter Ross, Black Isle i Inverness-shire. La ruta comença i acaba a Inverness. El castell de la població és el punt de partida d'un itinerari que ofereix l'oportunitat de gaudir de grans paisatges escènics de costa i de muntanya, a més dels típics llacs, castells i poblacions escoceses. La ruta pretén mostrar alhora els bells paisatges del nord d'Escòcia i tot el que la regió ofereix. La durada recomanada per fer-la amb cotxe és d'entre cinc i set dies però, lògicament, varia segons les aturades i els itineraris alternatius pels quals s'opti. A més, la proposta pot esdevenir multimodal —combinant diferents mitjans de transport— o, fins i tot, es pot fer la ruta amb bicicleta. La ruta disposa d'una senyalització específica a les carreteres inspirada en els senyals de la 66 americana.

La NC500 es va posar en marxa el 2015 amb la intenció que contribuís al relançament i desenvolupament econòmic de tota la regió escocesa de les Highlands. La següent descripció que apareix al web oficial deixa clara la voluntat de donar visibilitat i promocionar àrees que abans no en tenien: "*The road that never was, that suddenly appeared, as if by magic!*"; és a dir, "La carretera que mai no havia existit i que, de sobte, va aparèixer, com per art de màgia!". Des del 2015 s'ha convertit en un important revulsiu per a la indústria turística local. Es calcula que la marca ha arribat a 2,3 milions de visitants potencials i algunes fonts independents la situen com una de les millors propostes de road tourism del món.

L'itinerari proposat es pot consultar fàcilment al web del projecte a través d'un mapa específic que es pot descarregar. A més, és possible recollir una còpia del mapa a la majoria dels centres d'informació turística de *Visit Scotland* i de les empreses vinculades a la ruta al llarg del trajecte. Els turistes que es registren reben el mapa per correu com a part de la informació de la ruta. El mateix mapa, tant en paper com la versió interactiva al web del projecte, guia els visitants i proporciona informació precisa sobre totes les atraccions de la ruta.

### Objectius i realització

L'objectiu general i a llarg termini és fer del nord de l'Escòcia una destinació encara més atractiva, promoure activitats empresarials locals i enfortir la vida rural. Es pretén contribuir a augmentar el turisme especialment

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 67** | Vista aèria del pont Kylesku, un dels elements emblemàtics de la ruta North Coast 500.





interacció directa dels visitants durant el viatge. El web oficial permet realitzar directament la reserva d'allotjaments a través de l'operador Expedia.co.uk i proporciona informació puntual i exhaustiva dels itineraris i dels productes relacionats amb la ruta. Per tal d'assegurar una identitat clara i global en tota la comunicació de màrqueting, s'ha desenvolupat una marca.

Aquest és un dels punts forts del projecte, en el qual s'ha insistit fermament. S'ha creat també un logotip que s'utilitza per identificar tots els productes i elements produïts *ad hoc*. Aquest fet ha tingut una importància destacada per fer que la imatge de la NC500 sigui ràpidament reconoscible. S'ha desenvolupat també una estratègia de marxandatge de venda a través del web que inclou bàsicament roba (samarretes, dessuadores, gorres i mallots ciclistes), joies i bosses. Entre els productes que es comercialitzen també hi ha la guia *The rough guide to the North Coast 500* i el NC500 Passport, un document ficti-

ci que recull totes les parades recomanades en cadascuna de les etapes i que serveix com a record de la ruta i n'acredita la realització. Pel que fa a la relació amb el client, s'ha optat per fomentar una estratègia de captació i vinculació directa com a "membres" a partir de quatre categories que donen dret a publicacions, descomptes, serveis i regals.

Traveler Membership, 15 lliures anuals  
Explorer Membership, 45 lliures anuals  
Clan Membership, 120 lliures anuals  
Gold Membership, 300 lliures anuals

Els membres reben informació turística com ara la guia, el passaport i el mapa, consells sobre allotjament, gastronomia i adreces específiques relacionades amb les experiències i activitats que es poden fer: rutes, visites guiades, a més d'un paquet de descomptes que s'aplicarà als productes dels patrocinadors i socis comercials de la NC500.

↑  
**Fig. 69** | Les extraordinàries vistes de la costa nord d'Escòcia.

←  
(A la pàgina del costat)  
**Fig. 68** | Mapa de la North Coast 500.





Els organitzadors de la NC500 han creat nou itineraris per ajudar a planificar diferents tipus de viatge a partir de temes i interessos. Dos dels itineraris (*Història, patrimoni arqueològic i Luxe*) poden ser consultats lliurement per tothom, però per tenir accés a la resta cal estar acreditat com a membre en alguna de les categories. Els itineraris ofereixen diferents experiències que inclouen visites guiades, consells i descomptes per a allotjaments i gastronomia, accés a museus o experiències esportives. Cadascun d'ells presenta una durada mínima recomanada:

- History, heritage archeology: 9 dies
- Active adventurer: 8 dies
- Whisky heritage discovery tour: 9 dies
- Cyclists: 8 dies
- Motorcycle: 8 dies
- Food and drink: 8 dies
- Happy campers: 10 dies
- 7 days highlights: 7 dies
- Golfing: 7 dies

↑  
**Fig. 70** | Aurores boreals a Caithness.

←  
 (A la pàgina del costat)  
**Fig. 71** | Vista del pont de Kylesku, a la ruta turística North Coast 500, a Sutherland, Highlands, Escòcia.

### Resultats i reconeixements

Com a testimoni de l'èxit que ha generat la ruta turística escocesa des de la seva creació, a la pàgina web oficial es destaquen les següents dades:

- La marca ha arribat a 2,3 milions de possibles visitants;
- Té 85.000 seguidors a les xarxes socials;
- Ha estat reconeguda amb 5 estrelles per part de Trip Advisor;

El 2015 el projecte va ser inclòs en les Top 5 Coastal Routes in the World per part de la revista *Now Travel Magazine* i va ser descrita com la "Scotland's Route 66".

### El paisatge i la carretera en el projecte

El paisatge té un paper important en el projecte i, a banda de la seva dimensió escènica i cultural, en aquest cas, destaca especialment el seu valor com a recurs central



d'una estratègia marcadament comercial i de desenvolupament econòmic territorial. Vinculada a aquesta dimensió destaca la implicació activa de la població en el projecte a través de la participació de les empreses i els serveis locals. La ruta s'ha convertit en un motor de reactivació del comerç del nord d'Escòcia i ha permès vincular una gran varietat de productes, atraccions i serveis locals directament a la imatge dels extraordinaris paisatges escocesos. Indubtablement, aquesta vinculació ha fet augmentar la seva atractivitat i prestigi.

És interessant assenyalar l'elevada i activa participació en el projecte d'una gran varietat de persones, des de grans empreses fins a petits productors i comerciants. Això subratlla la dimensió social del projecte North Coast 500 i demostra l'enorme potencial que pot derivar d'una ruta paisatgística, fins i tot pel que fa a les relacions socials que comporta la seva gestió comercial i turística.



### Lliçons apreses

La *North Coast 500* promou la redescoberta del territori i la millora del patrimoni natural i històric, tot combinant aquest "retorn als llocs" amb una estratègia de màrqueting centrada en el consum de béns materials (productes, mercaderies, menjar, habitatge) i d'intangibles (imatges, experiències, serveis). Un primer punt a destacar és que el projecte es desenvolupa a partir d'un recorregut únic i circular. A diferència del cas noruec, Escòcia posa molt d'èmfasi en la continuïtat de la ruta i en el fet que completar tot el circuit suposa una experiència global del paisatge del nord d'Escòcia. A través d'un únic itinerari, el projecte permet gaudir d'una àmplia diversitat de paisatges i fer molts viatges en un de sol. De manera implícita es potencia l'equació entre la plena adquisició de consciència del paisatge escocès i el fet de completar tot el tour. D'altra banda, aquesta opció de disseny de ruta basada en un únic itinerari facilita la seva comunicació i visibilitat i enforteix el seu valor simbòlic com a repte. La incorporació de la distància en el mateix títol de la proposta se-

↑  
**Fig. 72** | (A l'esquerra)  
Vista de la qual es pot gaudir al llarg de la North Coast 500 en cotxe.

**Fig. 73** | (A la dreta)  
Destil·leria a Caithness, a la North Coast 500.





gueix aquesta mateixa estratègia: 500 milles resseguint tota la costa nord. El missatge —el repte— per a qualsevol amant dels *road trips* és clar, nítid, explícit.

En segon lloc, d'entrada, la ruta es defineix clarament com un *road trip*. El text introductori del web oficial ho explicita clarament: «No hi ha res com experimentar la sensació de llibertat que provoca una llarga carretera obrint-se davant nostre...». No és un fet secundari que un projecte de màrqueting territorial i paisatgístic, d'àmbit nacional i tan destacat com aquest, s'hagi centrat en una proposta de ruta per carretera en comptes d'utilitzar estratègies més habituals de promoció directa del patrimoni urbà, cultural i artístic.

Aquesta elecció mostra, en primer lloc, la voluntat de fer valdre un gran patrimoni paisatgístic que no havia estat activat i, en segon lloc, l'aposta pel valor econòmic que pot tenir aquesta activació del paisatge com a recurs turístic. En tercer lloc, l'estratègia de venda i comercialit-

zació de productes relacionats amb la ruta sembla molt pensada i ben treballada, amb una considerable diversitat de béns i serveis per tal d'abastar diferents públics. De fet, el projecte, en essència, és una operació de promoció territorial enfocada a donar suport tant al turisme com al comerç i l'emprenedoria escocesa. El lloc web també reflecteix aquesta ànima amb una considerable presència d'apartats dedicats a facilitar la reserva d'allotjament, promocionar serveis turístics i comercialitzar productes. Tanmateix, de vegades es corre el risc que aquesta dimensió comercial arribi a eclipsar tots els altres aspectes del projecte, deixant poc espai a la filosofia que l'anima i, fins i tot, subestimant la mateixa idea de territori en què es fonamenta. El projecte està en una fase molt inicial; d'aquí a un temps, però, serà interessant poder comprovar com evoluciona el pes d'aquesta dimensió comercial en el projecte i, sobretot, l'efecte que ha generat en el territori, induint o no transformacions, o estimulants processos de regeneració reals o de valoració del paisatge.

↑ →

**Fig. 74 i fig. 75** | (A la pàgina del costat) Les extraordinàries vistes de la costa nord d'Escòcia.

↑  
5  
NORTH  
COAST



---

ALTRES INICIATIVES  
ANALITZADES

---

ÀMBITS EUROPEU I INTERNACIONAL

---



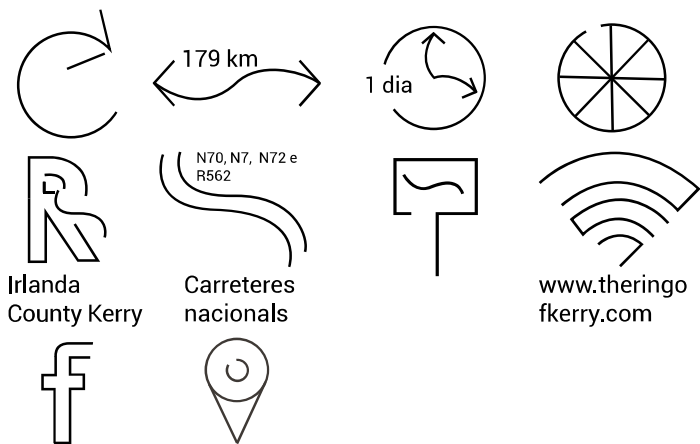
“Les illes escarpades, les platges de sorra blanca, els espectaculars passos de muntanya i una cabra reial. L'Anell de Kerry transmet la seva màgia mentre es viatja des de la costa abrupta fins als pobles amb encant.”

Tourism Ireland

# THE RING OF KERRY

## IRLANDA

L'Anell de Kerry és una proposta circular de recorregut turístic al sud-oest d'Irlanda, a la península d'Iveragh, al comtat de Kerry. "És una ruta, un camí, una carretera; però no una carretera normal."



### Inici: desconegut

#### Promotor

Theringofkerry.com és una empresa que té com a objectiu proporcionar informació a tots aquells que busquen vacances a Kerry. Està formada per "persones que viuen a la zona, que estimen el seu territori i que estan orgullosos de donar-lo a conèixer".

#### Actors implicats

Tourism Ireland, l'agència responsable de promocionar l'illa d'Irlanda a l'estranger com a destinació de vacances.

#### Objectius

La ruta té l'objectiu d'incentivar l'activitat econòmica associada al turisme, a partir de mostrar els espectaculars paisatges de la zona i el seu patrimoni. L'itinerari vol donar a conèixer "el veritable significat d'unes vacances a Kerry, Irlanda".

#### Senyalització

La ruta està senyalitzada.

#### Estratègia de promoció

El web del projecte (Theringofkerry.com) és la principal eina de comunicació i publicitat, i també actua com a plataforma per promoure serveis turístics i comercials locals addicionals. Des del web s'ofereix un llibre guia i un mapa gratuït. El projecte ha creat una marca registrada, un logotip i comunica també a través de les xarxes socials.

#### El paisatge i la carretera en el projecte

El projecte posa l'accent en la qualitat escènica dels llocs, en el paisatge natural excepcional. La successió d'escenaris espec-

taclars i simbòlics representa la principal eina de promoció turística. La complexitat de la seva dimensió sistèmica no sembla explotada, tot i la interessant evolució històrica que presenta el territori que la ruta recorre. No sembla que la carretera, en si mateixa, rebi cap tractament específic com a element patrimonial.

#### Aspectes rellevants

El projecte es basa en un itinerari històric ja existent. Al seu voltant s'hi desenvolupa un projecte turístic amb la intenció de reactivar la imatge del comtat i crear valor econòmic. La carretera històrica constitueix un gran itinerari circular que permet iniciar la ruta en qualsevol lloc amb l'única previsió de viatjar sempre en sentit contrari a les agulles del rellotge. La ruta és multimodal i hi ha un gran flux de turistes que la fan en bicicleta. Hi ha moltes iniciatives dedicades a aquesta altra opció de mobilitat.



“ En les carreteres del mite:  
Targa Florio. ”

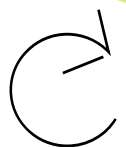
Sicilia Touring



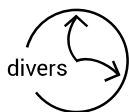
# LA TARGA FLORIO

## ITÀLIA

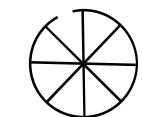
La Targa Florio és una de les carreres d'automobilisme més antigues del món. Va néixer el 1906 com a prova de resistència i ara acull una prova del Campionat d'Europa de Ral·lis. Situada a la província de Palerm, en un territori amb una forta identitat cultural, històrica i paisatgística, el recorregut de la prova i els paisatges que travessa s'han convertit també en una atracció turística.



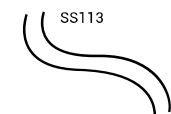
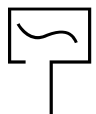
72-108-148km



divers



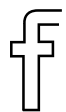
Sicilia, Italia



Carretera nacional



Diverses webs



→ Inici: 1906

### Promotors

La història de la cursa i el seu itinerari han generat diferents propostes turístiques impulsades per promotors diversos: Assovini, associació nacional de productors de vi i enoturisme ([www.assovini.it/italia/sicilia/item/1114-strada-del-vino-sul-percorso-della-targa-florio](http://www.assovini.it/italia/sicilia/item/1114-strada-del-vino-sul-percorso-della-targa-florio)); Clicksicilia.com ([www.clicksicilia.com/itinerarisicilia/itinerario-targa-florio-e-le-madonie.html](http://www.clicksicilia.com/itinerarisicilia/itinerario-targa-florio-e-le-madonie.html)); Sicilia Touring ([www.siciliatouring.it/component/tags/tag/targa-florio](http://www.siciliatouring.it/component/tags/tag/targa-florio)), i d'altres.

### Objectius

Els objectius tenen relació amb l'aprofitament turístic i varien segons els projectes i els promotors. Assovini ha dissenyat una oferta conjunta entre diferents empreses privades, dirigida al turisme del vi, per tal de promocionar el territori on estan ubicades. Es pretén combinar una ruta vinícola amb una descoberta cultural i històrica del territori. L'itinerari proposat per Clicksicilia, així com el de Sicilia Touring, té com a objectiu retrobar la història de la cursa i vincular-la a la promoció de l'arquitectura, el territori i el paisatge local.

### Estratègia de promoció

Els webs són el principal mitjà de comunicació i cada projecte disposa d'un de propi. Cap d'ells, però, ha estat capaç d'adquirir prou rellevància per aglutinar la resta.

### El paisatge i la carretera en el projecte

En el cas d'Assovini, el paisatge no es destaca ni se cita directament. En lloc d'això, es parla de patrimoni, tant històric com natural, referint-se al parc Madonie, que travessa la carretera. Tot i que no hi ha cap re-

ferència directa al paisatge, l'enfocament mostra una sensibilitat en aquest sentit. De fet, és interessant que la proposta atengui tant a l'herència tangible del territori com a la intangible constituïda per la memòria històrica del circuit de Targa Florio, valorada com a element d'identitat del territori. Per a ClickSicilia.com, el paisatge té un paper important, fins i tot considerant que en el tractament hi domina la dimensió escènica per sobre de les altres.

A totes les iniciatives, la carretera adquireix gran importància. L'existència del Museu de la Targa Florio, a Collesano, dedicat a la seva història, i el fet que el recorregut gaudeixi de protecció per part de l'administració, confirmen la dimensió patrimonial de la cursa. Tanmateix, si la carretera no estigués situada en un paisatge tan ric i evocador com el de l'interior de Palerm, probablement les propostes turístiques haurien estat molt menys variades.

### Aspectes rellevants

En aquest cas, la carretera i, sobretot, la seva història connectada a un esdeveniment esportiu famós i especialment apreciat per la població constitueixen l'element central a partir del qual s'originen diferents propostes de rutes. Es tracta d'un bon exemple de com els esdeveniments culturals, siguin artístics o esportius, que assoleixen un gran èxit de públic, poden vincular-se a la percepció del paisatge i a l'ús del territori, també a efectes de promoció turística. La història de la carretera i de la cursa, sumats al fet que per aquests indrets hi hagin passat els grans de la història de l'automobilisme, es converteixen en un element de cohesió per a les comunitats i enriqueixen directament la identitat del lloc.

*Serpentinen der Dolomitenstrasse am Pordoijoch (2250 m) mit Langkofel (3178 m)  
Col Rodella (2486 m). Tirol.*

“ En alguns casos, els fluxos d'usuaris poden esdevenir rius en plena inundació. El que es necessita és elaborar formes de tractament amb turisme que tinguin en compte els valors del patrimoni i la necessitat de conservar-los per a les generacions futures. ”

UNESCO Dolomites Fundation





# LA GRANDE STRADA DELLE DOLOMITI

## ITÀLIA

Al nord d'Itàlia, el massís de les Dolomites disposa d'una carretera històrica que el travessa passant pel sud del Tirolo, el Trentino i el Vèneto. Coneguda com la Gran Carretera de les Dolomites, aquesta via ha contribuït de manera decisiva al desenvolupament d'aquesta magnífica zona de muntanya i ha provocat la creació de diversos projectes de caràcter turístic basats en els paisatges que permet contemplar.



Inici: 1909

### Promotor

No existeix una ruta organitzada com a tal i, per tant, tampoc un promotor determinat.

### Objectius

La construcció de la carretera, iniciada el 1909, responia a objectius estratègics militars. Finalitzades les guerres mundials, es va convertir en un excel·lent recurs turístic. Els objectius dels operadors turístics, lògicament, s'orienten cap a la promoció del territori i la comercialització de serveis.

### Senyalització

No disposa d'una senyalització específica a banda de la pròpia de la carretera.

### Públic

No existeix una ruta organitzada com a tal.

### Estratègia de promoció

No existeix un web oficial. Hi ha diferents webs que promouen itineraris, com els de TomTom, Tripadvisor, Guide Dolomiti. El projecte de Dolomites Tour té propostes per a diferents rutes en funció de la disponibilitat de temps dels usuaris, i suggereix diferents activitats i serveis. També hi ha disponible un mapa en línia que permet veure tota la ruta.

### El paisatge i la carretera en el projecte

La Gran Carretera de les Dolomites és una carretera nacional d'un enorme interès paisatgístic, una atracció turística molt important per a la regió i un element molt destacat del patrimoni històric regional amb ressonància nacional i internacional. Ara bé, potser a causa, precisament, d'aquest èxit, no s'ha desenvolupat cap projecte de referència que, a partir de la carretera, vagi més enllà del component escènic del paisatge.

### Aspectes rellevants

Es tracta d'un gran itinerari històric on la carretera té, sens dubte, un paper protagonista perquè és reconeguda i valorada com a element patrimonial i com a mitjà per gaudir del territori de les Dolomites. Cal destacar que aquest és un dels molts casos presents a Itàlia, i en general a la Mediterrània, en què els recursos paisatgístics només són explotats en la seva dimensió més escènica, sense cap projecte de gestió concreta darrere. La carretera és tan interessant que per si sola crea una important atracció.

Això conviu amb el fet que la Gran Carretera de les Dolomites es troba en un lloc declarat patrimoni mundial i que la Fundació Dolomites de la UNESCO declara que un dels seus objectius fonamentals és promoure models de turisme sostenible. La fundació té com a missió experimentar amb els enfocaments existents per redimensionar i modificar el turisme, amb la introducció de noves formes més equilibrades que considerin la naturalesa delicada de les ubicacions i les necessitats de la població local. "El turisme sostenible significa aconseguir una harmonia profunda entre els llocs, els visitants i els operadors locals expressada en bones pràctiques."

*Great  
Ocean  
Road*

“Exploreu paisatges molt diferents i compartiu-ne les històries. El paisatge i l'estil de vida han inspirat els artesans de totes les disciplines a explorar el seu ofici i seguir la seva passió. ”

Great Ocean Road Regional Tourism



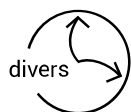
# THE GREAT OCEAN ROAD

## AUSTRÀLIA

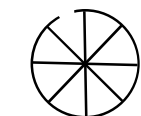
La carretera de la costa sud-est entre les ciutats de Torquay i Allansford s'ha convertit en una de les principals atraccions turístiques del país. Amb 243 quilòmetres de longitud, va ser construïda en un terreny abrupte i difícil, i ha estat inclosa a la llista del patrimoni nacional d'Austràlia.



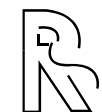
243 km



divers



C194; A1; B100;



Victòria Austràlia



Carreteres nacionals

[www.visitgreatoceanroad.org.au](http://www.visitgreatoceanroad.org.au)



→ Inici: 1932

### Promotor

Great Ocean Road Regional Tourism Limited (GORRT)

### Actors Implicats

El govern australià, el govern de l'estat de Victòria, organismes de desenvolupament regional de Victòria, AVTES

### Objectius

Els objectius exposats són: desenvolupar una experiència turística per fer de la Great Ocean Road la regió de turisme sostenible més important d'Austràlia; facilitar, promoure i defensar el desenvolupament sostenible (producte, infraestructura i indústria), la comercialització i la gestió del turisme a la regió; fer augmentar el nombre de visitants; fer augmentar la dispersió del visitant, geogràficament i estacionalment; fer créixer la satisfacció dels visitants; millorar la participació i el suport de les empreses i comunitats.

### Estratègia de promoció

El projecte té una sòlida estratègia basada en un web molt ben fet. La pàgina actua com a plataforma per accedir a tots els serveis i experiències relacionats amb la ruta de la Great Ocean Road i, a més a més, ofereix una àmplia varietat d'iniciatives, incloent-hi congressos, com ara el titulat *Great Ocean Road Regional Tourism Conference: Evidence Based Marketing*, de 2018.

### El paisatge i la carretera en el projecte

Quan s'esmenta el paisatge, s'entén més com un escenari valorat per les seves qualitats panoràmiques i naturalistes. No sembla que s'abordi un concepte de paisatge més profund i més sistèmic, tot i que el projecte busca implicar actors locals, crear un turisme sostenible i potenciar un desenvolupament econòmic. D'altra banda, el valor intrínsec de la carretera és reconegut i promogut fins al punt que hi ha una exposició permanent al nou centre de patrimoni Great Ocean Road, situat al centre de visitants de Lorne. D'acord amb això, es pot dir que tant la carretera com el paisatge tenen molta rellevància en el projecte, tot i que encara podria aprofundir-s'hi.

### Aspectes rellevants

El projecte Great Ocean Road continua desenvolupant-se i té el suport del Masterplan for the Great Ocean Road Region Visitor Economy 2015-2025, una estratègia al llarg de deu anys per fomentar el desenvolupament del turisme a la regió. El pla és el resultat d'un procés de consulta amb col·lectius de la regió i està pensat per identificar els reptes, establir els objectius a seguir i les estratègies per aconseguir-los. Entre els aspectes més rellevants i interessants, destaquen l'ambició i l'estructura orgànica del projecte, així com la flexibilitat del format, que li permet enriquir-se constantment amb experiències i serveis addicionals, tot combinat amb la participació activa dels actors locals.

An aerial photograph of a coastal highway in Queensland, Australia. The road is a mix of asphalt and concrete, curving along the edge of a steep, rocky cliffside. The cliff face is layered and shows signs of erosion. The ocean is a vibrant blue-green color, with white waves crashing against the shore. In the distance, more hills and a small town are visible under a blue sky with scattered white clouds.

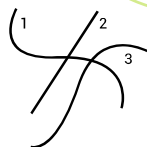
“ La millor manera d’explorar Queensland de veritat és pujar al cotxe i fer una conducció escènica, parant sempre que hi hagi un punt des d’on observar el paisatge, un parc nacional o qualsevol atracció que us capti l’atenció. ”

Queensland Australia

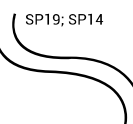
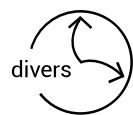
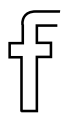
# TOURISTIC DRIVES QUEENSLAND

## AUSTRÀLIA

Projecte basat en les carreteres escèniques com a proposta per experimentar la bellesa del país. Està impulsat pel govern de Queensland i el Departament de Transport i Carreteres Principals amb l'objectiu d'augmentar l'oferta turística de Queensland.



Queensland



Carreteres provincial



<https://www.qld.gov.au/transport/safety/holiday-travel/scenic>

→ Inici: 2016

### Promotor

Govern de Queensland i Departament de Transport i Carreteres Principals

### Actors implicats

Queensland-Australia.com

### Objectius

L'objectiu del govern i del Departament de Transport amb la definició de les rutes turístiques és millorar l'oferta turística i oferir millors serveis per gaudir del país i travessar-lo.

### Senyalització

Les rutes disposen d'una senyalització turística específica de color marró. Aquests senyals indiquen l'inici i el final dels trams escènics i les atraccions turístiques a la carretera o prop de la carretera.

### Estratègia de promoció

Sembla que la promoció es basa en la pàgina web. A més, existeixen molts centres d'informació per als visitants a Queensland que faciliten informació turística.

### El paisatge i la carretera en el projecte

La carretera, òbviament, té un paper central en el projecte, ja que es considera una eina indispensable per gaudir dels paisatges australians de Queensland i poder experimentar-los de manera completa a través d'un itinerari. A més, també és considerada com un element important de connexió de nombroses atraccions del patrimoni cultural.

El web [www.queensland.com](http://www.queensland.com), dedicat a la promoció turística, fa nombroses referències al paisatge, si bé es limita al seu component escènic sense aprofundir en el paper i el pes real del paisatge a nivell sistèmic.

### Aspectes rellevants

El Departament de Transport del govern de Queensland ha creat una guia, que es pot descarregar de manera gratuïta des del web oficial. És una guia molt esquemàtica i funciona més aviat com un llistat de llegendes del gran mapa que mostra el conjunt de carreteres escèniques. Hi ha informació que descriu els serveis connectats a cada carretera i que consisteixen bàsicament en lavabos, abastament d'aigua, barbacoes, taules, aixoplucs i parcs infantils. Aquesta informació es mostra segregada en funció del tipus de vehicle que pot utilitzar els serveis, pel tipus de carreteres i pel tipus d'aparcament que s'ofereix.

La rellevància per a l'estudi és baixa, atès que, precisament, el paisatge hi té un paper secundari i no ha estat objecte de cap plan-tejament específic.



Romantische  
Straße

“  
Natura, cultura i  
hospitalitat al llarg de la  
ruta de vacances més  
antiga i popular  
d'Alemanya.”

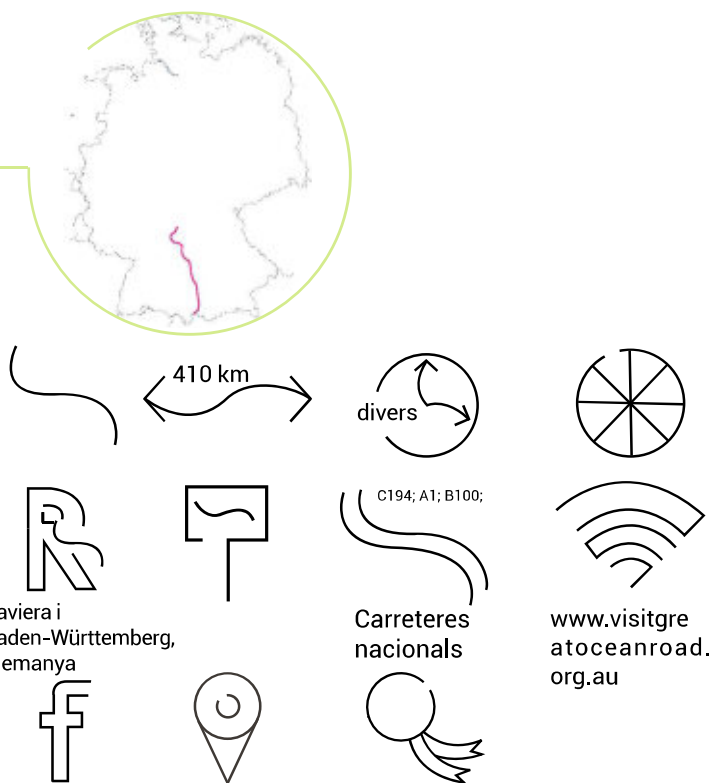
Romantische Straße



# RUTA ROMÀNTICA

## ALEMANYA

Un dels itineraris turístics més famosos d'Alemanya, creat amb la intenció d'unir els diferents paisatges de Baviera i Baden-Württemberg i redescobrir la identitat i els valors culturals locals.



→ Inici: 1950

### Promotor

Grup de treball del turisme de la Carretera Romàntica (GbR).

### Actors implicats

Govern d'Alemanya, Bayern Tourismus; Tourismus Baden-Württemberg, Franken Tourismus.

### Objectius

Ruta des de les muntanyes de l'Allgäu fins als turons de Francònia, creada amb la intenció de reforçar les arrels dels habitants d'aquestes zones redescobrint la bellesa de la seva història després del col·lapse moral i econòmic produït per la Segona Guerra Mundial. Des de fa més de seixanta anys, la ruta procura posar l'accent en la cultura, la naturalesa i l'hospitalitat.

### Senyalització

El projecte preveu la multimodalitat i s'articula amb itineraris específics i diferents tipus de senyalització segons el mitjà que s'utilitza per recórrer l'itinerari.

### Estratègia de promoció

El principal mitjà de comunicació és el web, que també actua com a plataforma per accedir als serveis d'allotjament vinculats al projecte turístic. La imatge coordinada del projecte està ben treballada, té un logotip i fa ús de les xarxes socials. Es fa especial èmfasi a promoure els diversos itineraris dissenyats segons el mode de locomoció (cotxe, bicicleta o a peu) a través de mapes específics i paquets turístics ad hoc. El web té una secció específica dedicada als esdeveniments que s'organitzen

a les poblacions i que permeten que els turistes s'apropin a les tradicions i la cultura locals.

### El paisatge i la carretera en el projecte

El valor de la carretera, també anomenada "la carretera de les vacances", està molt relacionat amb el caràcter lúdic i vacacional del viatge i d'infraestructura de connexió de diversos elements importants del patrimoni arquitectònic alemany.

El projecte té una clara caracterització temàtica que deriva directament del paisatge del qual la carretera forma part. De fet, el paisatge té un paper important en la mesura que, a partir de les seves característiques peculiars que durant segles han alimentat la imaginació col·lectiva internacional, s'ha acabat generant una imatge simbòlica de "paisatge romàntic" que s'ha convertit en un motiu d'identitat. Per tant, és interessant assenyalar que la personalitat de la proposta turística es basa en les característiques fonamentals del patrimoni paisatgístic.

### Aspectes rellevants

Es tracta d'una ruta turística molt famosa i consolidada. En destaquem especialment l'oferta multimodal i el seu tractament seriós i acurat (no és només un apèndix publicitari). S'articulen amb precisió diferents propostes d'itineraris i activitats en funció de si la ruta és recorreguda en cotxe (410 km), bicicleta (460 km) o a peu (480 km). El paisatge no només constitueix l'element de fons que connota la proposta, sinó que adquireix un valor icònic com el gran teatre de la tradició cultural alemanya.



**“ Situat entre exuberants vinyes i la  
llar de vins de reconegut prestigi  
internacional i vinyes autòctones.  
Autèntica i sincera hospitalitat  
del Tirol del Sud. ”**

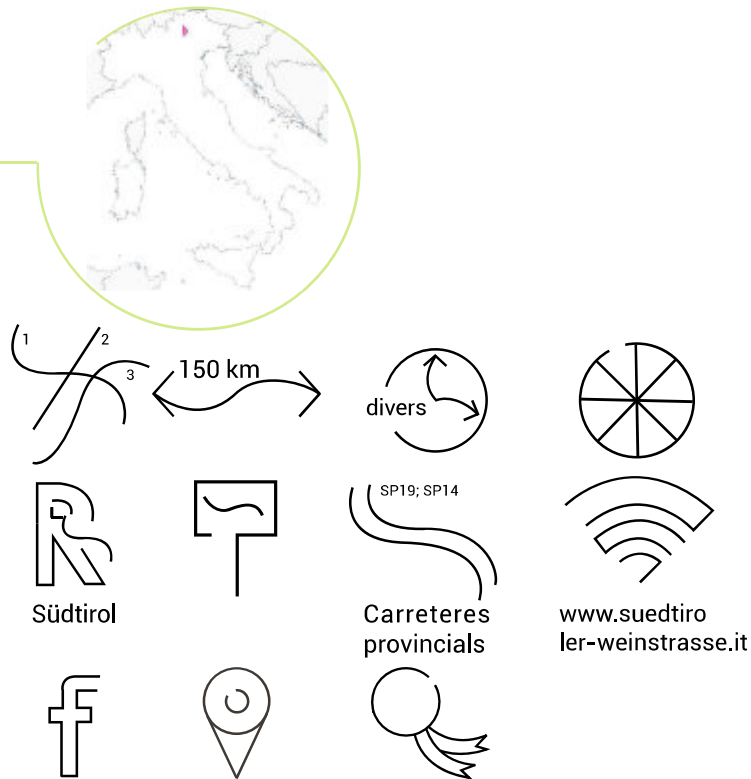
Strada Del Vino dell'Alto Adige



# LA STRADA DEL VINO

## ITÀLIA

Itinerari turístic específicament enològic que involucra 16 municipis i 70 cellers de l'Alto Adige. Constitueix una de les rutes de vins més antigues d'Itàlia.



→ Inici: 1964

### Promotor

Strada del Vino dell'Alto Adige.

### Actors implicats

El conjunt dels 70 cellers i els 16 municipis que donen suport a la iniciativa i diversos allotjaments i restaurants associats.

### Objectius

La proposta turística pretén donar a conèixer la riquesa del paisatge vitícola del Tirol del Sud, difondre la seva imatge i donar un major impuls a l'economia local, incorporant també els serveis d'allotjament.

### Senyalització

La ruta del vi està degudament marcada amb senyals amb el logotip del projecte i amb senyals específics que indiquen els tipus de vinyes presents.

### Estratègia de promoció

El principal canal és el web del projecte, que té el seu propi logotip i fa ús de les xarxes socials. Juntament amb l'itinerari complet, que inclou tots els cellers del territori, el projecte proposa itineraris temàtics que connecten el vi amb l'arquitectura, la religió, el ciclisme, etc. També es proposen visites guiades i altres esdeveniments de tipus festiu i social. S'ha creat una targeta de servei que proporciona una sèrie de descomptes a l'hora d'accedir a activitats relacionades amb el vi i a d'altres serveis com el transport.

### El paisatge i la carretera en el projecte

El paisatge vitivinícola assumeix un paper destacat. Es fomenta i s'exhibeix de totes les maneres possibles a través d'activitats diverses com el mateix itinerari, tallers, degustacions, espectacles, etc.

La carretera constitueix la infraestructura que connecta els diferents cellers i permet gaudir de la vista de les 5.300 hectàrees de vinyes que constitueixen la principal activitat del lloc. La carretera, però, no rep una atenció especial com a element patrimonial.

### Aspectes rellevants

Un aspecte a destacar és l'estratègia que busca vincular l'itinerari amb una sèrie d'activitats i atraccions que poden enriquir-lo, diferenciar-lo i provocar noves experiències. I, tot això, buscant constantment la implicació d'actors locals. El projecte té un fort caràcter temàtic i està enfocad a promoure i donar el màxim valor a la producció de vi de la zona, una activitat que és la principal responsable dels paisatges d'aquest territori.



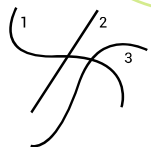
“El Programa Nacional de Vies Escèniques us convida a apropar-vos al cor i l'ànima dels Estats Units.”

Federal Highway Administration

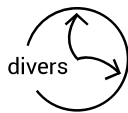
# AMERICA'S BYWAYS

## ESTATS UNITS

America's Byways és el terme general utilitzat per a la recopilació de 150 carreteres diferents i diverses designades pel Departament de Transport dels EUA. Byways d'Amèrica inclou les carreteres escèniques nacionals i les carreteres d'Amèrica del Nord.



divers



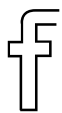
Tota classes de carreteres



America del Nord

Tota classes de carreteres

<https://www.fhwa.dot.gov/byways/byways>



→ Inici: 1991

### Promotor

US Department of Transportation, Federal Highway Administration (FHWA).

### Actors implicats

Scenic America NGO, National Scenic Byways Foundation.

### Objectius

El projecte està dirigit a reconèixer, protegir i divulgar les carreteres més destacades d'Amèrica i, a la vegada, ajudar les comunitats a fer compatible el desenvolupament econòmic i la conservació dels elements d'aquest patrimoni viari. El programa té dos components principals: designació i finançament.

### Senyalització

No existeix un sistema de senyalització homogeni.

### Públic

El projecte es dirigeix a un públic més ampli i variat possible.

### Estratègia de promoció

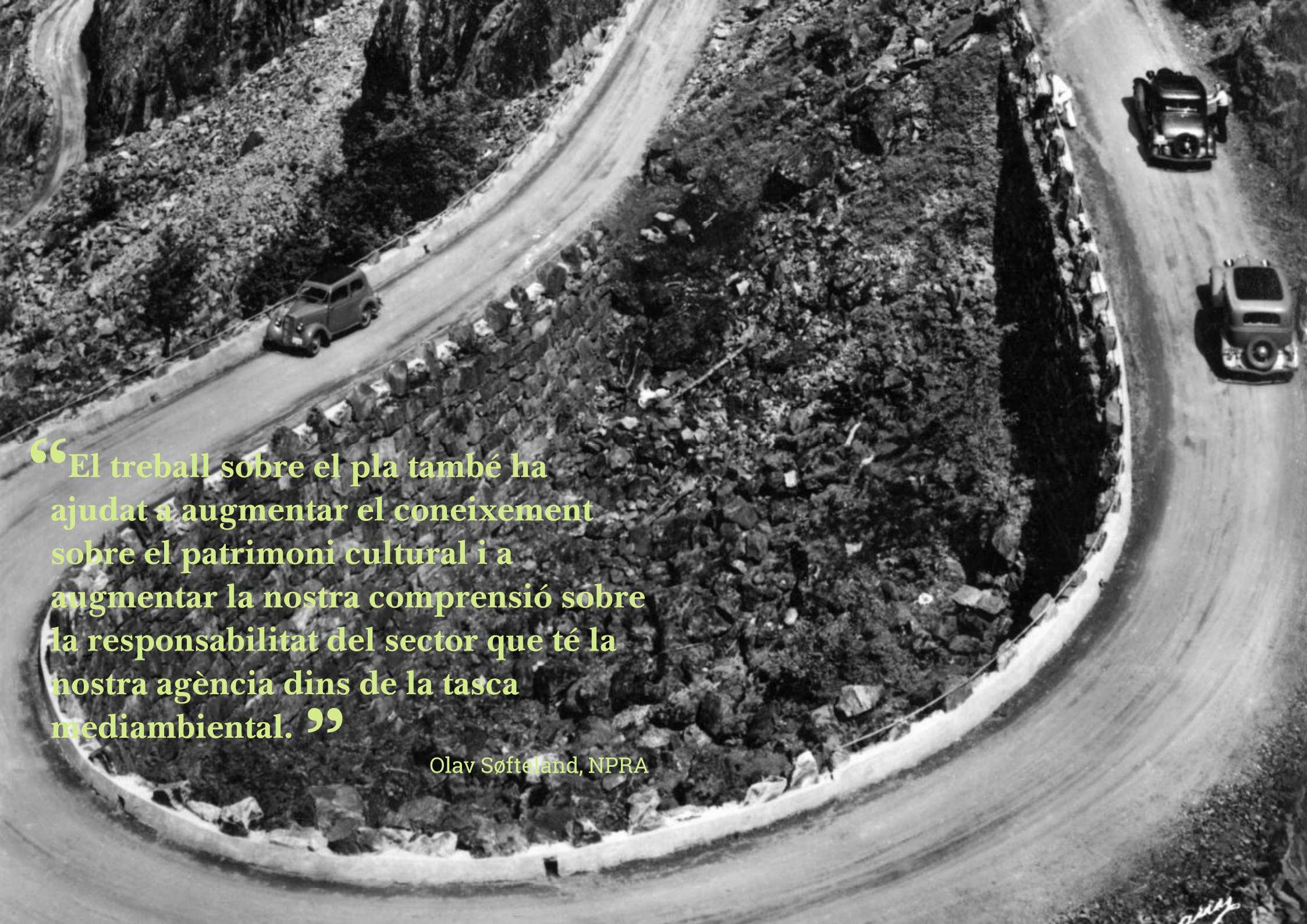
La web és la forma principal de comunicació. Actua com a plataforma i com a arxiu des del qual es deriva a les pàgines individuals que promouen les carreteres locals, i des d'on es convida el visitant a conèixer més sobre les diverses carreteres. El projecte ha desenvolupat xarxes socials i disposa d'un mapa en línia que permet veure totes les carreteres georeferenciades.

### El paisatge i la carretera en el projecte

El projecte procura donar valor al paisatge a partir de les qualitats escèniques de les carreteres més representatives que el travessen. Constitueix un procés de raonament invers que suggereix un desenvolupament interessant. "La nostra definició d'*escènica* arriba més enllà de vistes impressionants. Tots els *America's Byways* són *escènics*, atès que representen la profunditat i l'amplitud del paisatge d'Amèrica: panoràmiques naturals i artificials; paisatges de neó i electrificats; la història antiga i la moderna; l'art i les cultures natives i les escenes d'amics, famílies i desconeguts que comparteixen les seves històries."

### Aspectes rellevants

Les carreteres es valoren en si mateixes com un element del patrimoni. El projecte inclou totes les carreteres protegides o certificades. El Departament de Transport nord-americà reconeix certes carreteres com a carreteres d'Amèrica del Nord o vies escèniques nacionals basades en una o més qualitats arqueològiques, culturals, històriques, naturals, recreatives i escèniques. El projecte es pot considerar a mig camí entre un estudi i un ric arxiu.

An aerial, black and white photograph of a winding road through a rocky, hilly landscape. The road curves from the top left towards the bottom right. Three vintage cars from the mid-20th century are visible on the road. The terrain is rugged with many rocks and sparse vegetation. The text is overlaid on the left side of the image.

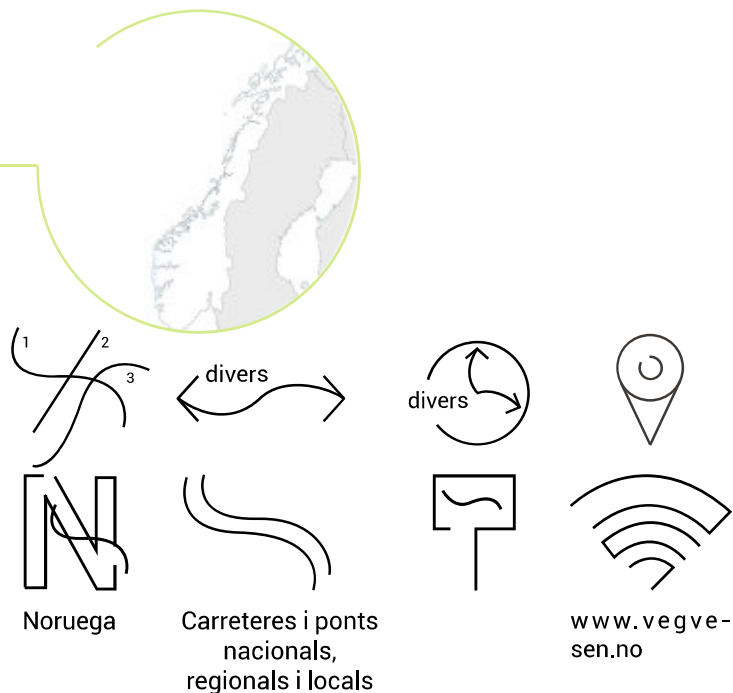
“El treball sobre el pla també ha ajudat a augmentar el coneixement sobre el patrimoni cultural i a augmentar la nostra comprensió sobre la responsabilitat del sector que té la nostra agència dins de la tasca mediambiental. ”

Olav Søfteland, NPRA

# PROTECCIÓ DEL VIARI HISTÒRIC

## NORUEGA

És un pla nacional de protecció de vies de comunicació, ponts i patrimoni cultural associat a la xarxa viària. El treball realitzat ha estat la base que ha permès protegir per llei les antigues vies de comunicació noruegues.



→ Inici: 1997

### Promotor

El Ministeri de Transports i Comunicacions és l'impulsor del pla. L'execució recau en l'Administració Noruega de Carreteres Públiques, una agència governamental formada per la Direcció de Carreteres Públiques i cinc oficines regionals. Aquest organisme és el responsable de la planificació, construcció, explotació i manteniment de les xarxes de carreteres nacionals i comarcals.

### Actors implicats

La responsabilitat dels treballs ha estat de la Direcció de Carreteres Públiques i dos dels seus departaments: el Museu Noruec de la Carretera i el Departament de Planificació i Temes Ambientals, amb la cooperació de la Direcció de Patrimoni Cultural de Noruega. Bona part de l'organització del treball ha estat duta a terme pels delegats regionals de l'Administració Noruega de Carreteres Públiques.

### Objectius

El propòsit era obtenir i proporcionar informació que permetés salvaguardar per a les futures generacions les vies de comunicació antigues, el seu patrimoni i el patrimoni associat al seu entorn. El període en qüestió abasta des de 1537 fins al present (el patrimoni nacional d'abans de 1537 està automàticament protegit per la Llei de patrimoni cultural de 1978). El pla també tenia per objectiu establir les directrius que van guiar les actuacions en aquest àmbit de l'administració nacional del patrimoni cultural de Noruega en els següents deu anys.

### Resum

El treball realitzat va abastar totes les vies i els seus elements vinculats, tant les d'abast nacional com les regionals. Les administracions locals de carreteres públiques noruegues van ser les responsables de la primera tria d'elements patrimonials. Això va incloure la valoració de més de 500 vies i ponts, més de 70 edificis i entorns d'edificis i 140 elements de maquinària i equips associats. Enviada la tria resultant a la Direcció del Patrimoni Cultural (2001), la selecció final del Pla nacio-

nal de protecció del patrimoni cultural relacionat amb les carreteres inclou unes 350 vies, ponts i construccions destacades, aïllades o que formen part del sistema de transport terrestre; 26 edificis, i 104 elements de maquinària associada a les vies. Els elements seleccionats havien de ser posseïdors de valors culturals, històrics o arquitectònics destacats des del punt de vista nacional. En un primer moment, l'avaluació va basar-se en les característiques i el valor arquitectònic: el conjunt dels elements patrimonials i entorns triats han d'il·lustrar els trets significatius de la història del transport per terra a Noruega. En altres paraules, si fos destruït o es malmetés algun d'aquests elements individuals, el conjunt, la seva continuïtat i la importància col·lectiva de les mesures de protecció establertes es veurien greument malmeses. Publicat el 2002 en forma de llibre, el pla inclou el llistat dels elements que cal protegir, distribuïts per tot el país, a més de recomanacions pel que fa a la conservació i a la regulació.

### Aspectes rellevants

Cal destacar que el pla de protecció abasta tot tipus de vies de comunicació terrestre construïdes després de 1537. És a dir, també inclou camins de ferradura, de carro i pistes o carreteres no asfaltades. D'altra banda, l'encàrrec del Ministeri de Transports i Comunicacions de preparar un pla de protecció de les antigues vies de comunicació sorgeix el 1997, al mateix temps que prenien forma el projecte de les Rutes Escèniques, una iniciativa impulsada també des del govern noruec. Que els qui començaven a treballar en un ambiciós projecte de paisatges i carreteres decidissin que calia abordar també la dimensió patrimonial de les antigues vies és molt important. La principal conclusió que cal extreure de l'experiència exposada és precisament aquesta: l'activació de recursos patrimonials per a l'ús turístic ha d'anar de la mà de l'estudi, la valoració, la protecció i la gestió com a tals. A banda, la constatació del valor patrimonial que els noruecs han atorgat als seus antics camins i carreteres ja és, per si sola, un element cabdal.



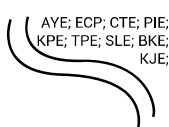
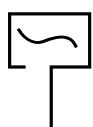
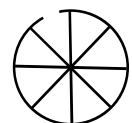
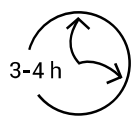
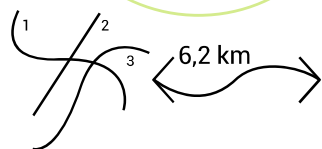
“Transformem Singapur en un jardí!  
La preservació de les Heritage Roads  
afegeix un element de permanència al  
paisatge i, finalment, contribueix al sentit  
d'identitat, història i continuïtat  
de Singapur.”

National Park Board

# HERITAGE ROADS

## SINGAPUR

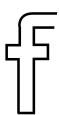
Programa promogut per la Junta del Parc Nacional de Singapur per protegir i promoure una xarxa de carreteres arbrades considerades de gran valor paisatgístic i potencial turístic.



Singapur

Carreteres  
nacionals

[www.nparks.gov.sg](http://www.nparks.gov.sg)



→ Inici: 2001

### Promotor

Junta de Parcs Nacionals de Singapur.

### Actors implicats

Diferents estaments de l'administració col·laboren en el projecte. Ofereixen suport tant a particulars com a organitzacions per tal de desenvolupar iniciatives en aspectes relacionats amb el paisatge.

### Objectius

El projecte té com a objectiu conservar les carreteres arbrades més significatives de Singapur. El 2006 cinc vies van rebre la consideració d'elements patrimonials.

### Senyalització

Totes les carreteres estan correctament senyalitzades.

### Estratègia de comunicació

El web de la Junta del Parc Nacional inclou un mapa interactiu i diverses seccions amb informació abundant dedicades a cada una de les carreteres. El projecte no té un logotip propi.

### El paisatge i la carretera en el projecte

El projecte està dedicat específicament a les carreteres arbrades, considerades elements estructuradors del paisatge de Singapur. Com es desprèn del títol del projecte, aquestes carreteres són reconegudes directament com a patrimoni. Els grans arbres que flanquegen les carreteres i l'ambient verd que creen són el resultat de més de quaranta anys de gestió. De fet, els mateixos arbres estan protegits i són considerats elements patrimonials.

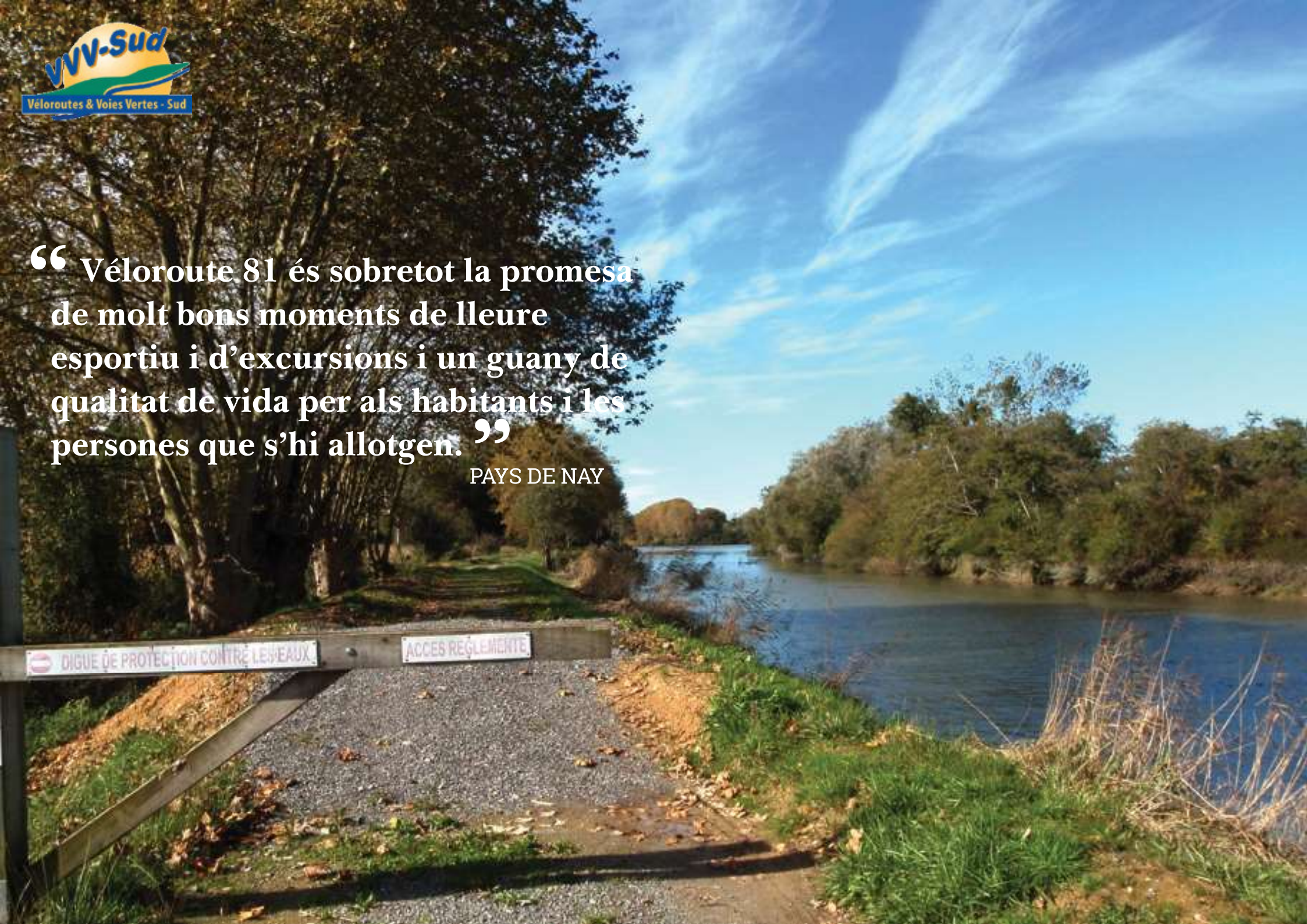
A més de la prohibició de talar arbres i plantes, el projecte preveu mesures concretes per preservar aquest patrimoni; per exemple, l'establiment d'una franja d'esmortiment de 10 metres a banda i banda de les carreteres patrimonials. La protecció dels arbres i les carreteres posa en evidència l'estreta relació entre aquests elements i la manera com es valora el paisatge que creen. En aquest cas d'estudi, el vincle existent entre la carretera i el paisatge és molt evident; tant, que la protecció del paisatge i de la seva identitat depèn de la protecció d'aquestes carreteres.

### Aspectes rellevants

No es tracta d'un projecte turístic de dinamització, sinó d'un programa de protecció i sensibilització sobre el valor de les carreteres i la seva contribució a la qualitat del paisatge. Tanmateix, les altes qualitats escèniques i paisatgístiques d'aquestes carreteres les converteixen, lògicament, en un destacat atractiu turístic. El projecte preveu un pla de desenvolupament molt ben organitzat amb treballs directes i inversions a les carreteres i una àmplia xarxa de col·laboració i suport. També genera oportunitats de treball en diverses àrees, especialment les relacionades amb el paisatge. La rellevància d'aquesta iniciativa és molt alta, atès que, precisament, la carretera i el paisatge hi tenen un paper molt important. A partir d'un element estructural del paisatge de Singapur, el projecte desenvolupa una campanya de sensibilització capil·lar amb l'objectiu de crear nous valors en relació amb el paisatge.

“ Véloroute 81 és sobretot la promesa de molt bons moments de lleure esportiu i d’excursions i un guany de qualitat de vida per als habitants i les persones que s’hi allotgen. ”

PAYS DE NAY

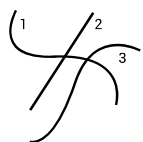




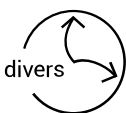
# XARXA CICLABLE DEL DEPARTAMENT DELS PIRINEUS ATLÀNTICS

## FRANÇA

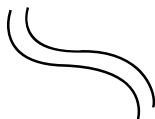
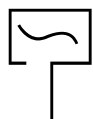
Projecte destinat a promoure l'ús de la bicicleta com a part d'una política de mobilitat sostenible, amb voluntat d'incidir alhora en la mobilitat quotidiana i la de lleure i turística.



divers



<http://www.vvv-sud.org/pyreneesatlantiques.html>



→Inici: 2008

### Promotor

Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques, amb l'ajut dels municipis locals.

### Objectius

En coherència amb l'Agenda 21 Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques, es va proposar que totes les seves polítiques passessin pel filtre de la sostenibilitat. El projecte busca fomentar l'ús de la bicicleta com a mitjà de desplaçament quotidià i de lleure; millorar les infraestructures per a l'ús diari; convertir la bicicleta en un mitjà de descoberta de territoris per a propostes turístiques; donar a conèixer un patrimoni ric i variat a residents i a turistes; millorar i promocionar nous serveis (allotjament i lloguer); assegurar la qualitat de les obres respectant els estàndards nacionals i les especificacions del tipus de vies (vies verdes, vies ciclables); assegurar el correcte manteniment de totes les rutes.

### Senyalització

Les vies utilitzades disposen de senyalització pròpia. A més, les diverses rutes dissenyades han estat senyalitzades específicament.

### Estratègia de promoció

El projecte es promou mitjançant la revista trimestral, el web, la premsa, una comunicació específica i l'organització d'esdeveniments concrets. Es preveu llançar una campanya publicitària més consistent ara que s'ha finalitzat la xarxa d'infraestructures. Pel que fa al turisme, la comissió departamental de turisme actua com a coordinadora davant de totes les parts interessades a crear productes que combinen itineraris, allotjament, restauració, transport d'equipatges, etc.

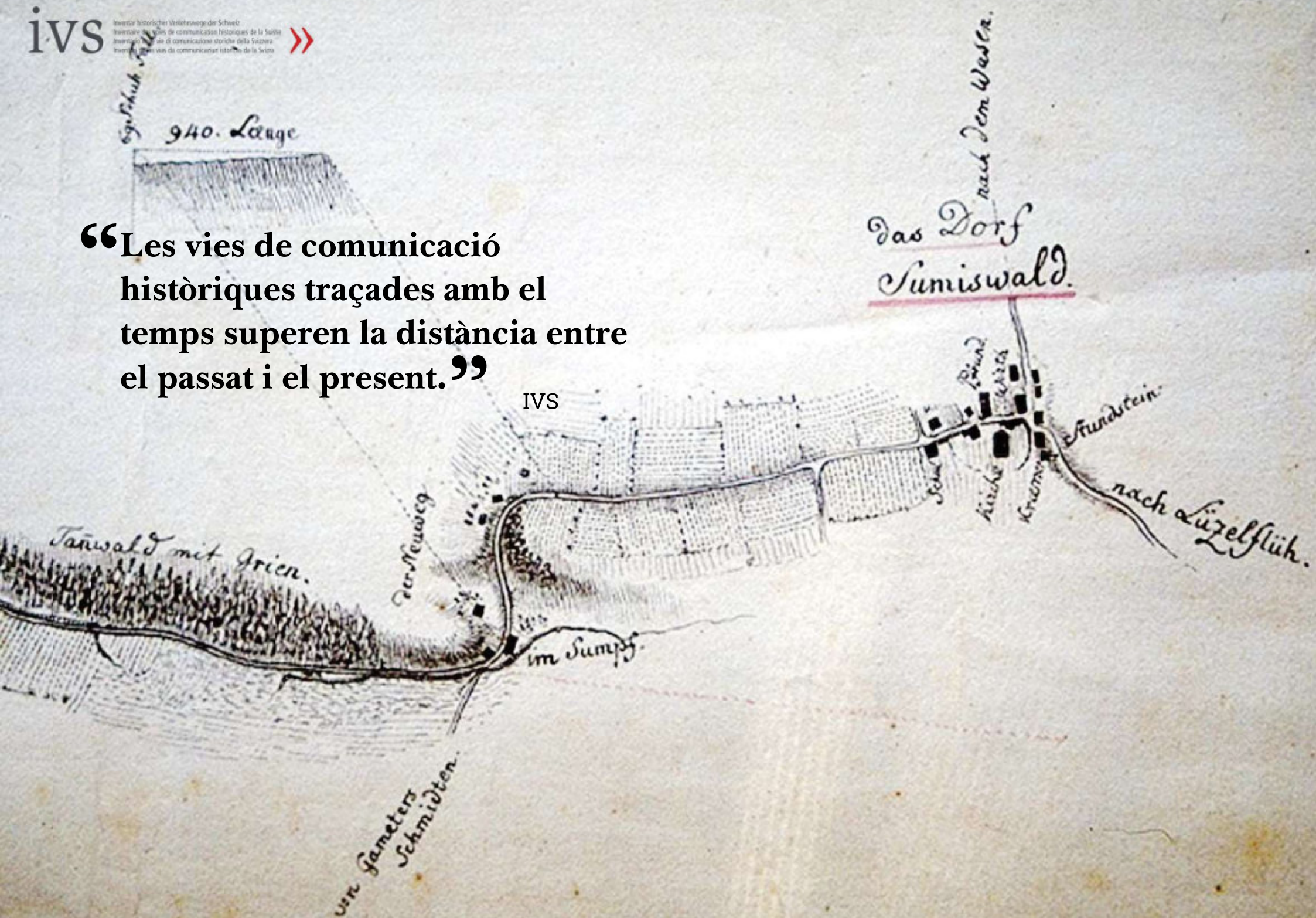
### El paisatge i la carretera en el projecte

D'acord amb el que es desprèn de l'estructura del pla, el paisatge i de la carretera no semblen tenir un pes específic. El tractament del paisatge relacionat amb el projecte sembla anar més enllà de les seves qualitats panoràmiques. En els webs individuals que promouen els projectes es nota un enfocament més holístic.

### Aspectes rellevants

El projecte estableix diferents tipus d'actuacions segons si es tracta de mobilitat quotidiana o de lleure. A les poblacions, promou la creació de carrils bici especialment pensats per facilitar la mobilitat dels estudiants per arribar als centres educatius, la creació d'aparcaments de bicicletes en els edificis de nova construcció i l'ús de la bicicleta per part dels treballadors públics. Fora de les poblacions, es proposa aconseguir una xarxa de vies ciclables connectant les existents i construint-ne de noves. Especialment pensant en el turisme s'han dissenyat i senyalitzat dues grans rutes que travessen el territori, aptes per a tot tipus de públic (Veloroute du Littoral i Veloroute Pyrénées-Gave-Adour); una de dificultat mitjana (Route du Piémont); una altra de més dificultat que recorre els ports de muntanya (Route des Cols), i diversos itineraris més curts, repartits per tot el territori, que anomenen *boucles cyclotouristiques*. En el disseny de les rutes es combinen diferents tipus de vies: vies verdes, pistes ciclables i carreteres amb baixa intensitat de trànsit (per sota de 1.000 vehicles per dia i, preferentment, per sota dels 500 vehicles per dia), i es procura assegurar equipaments com zones de descans, fonts públiques, etc. En deu anys s'hi han invertit prop de 10 milions d'euros.

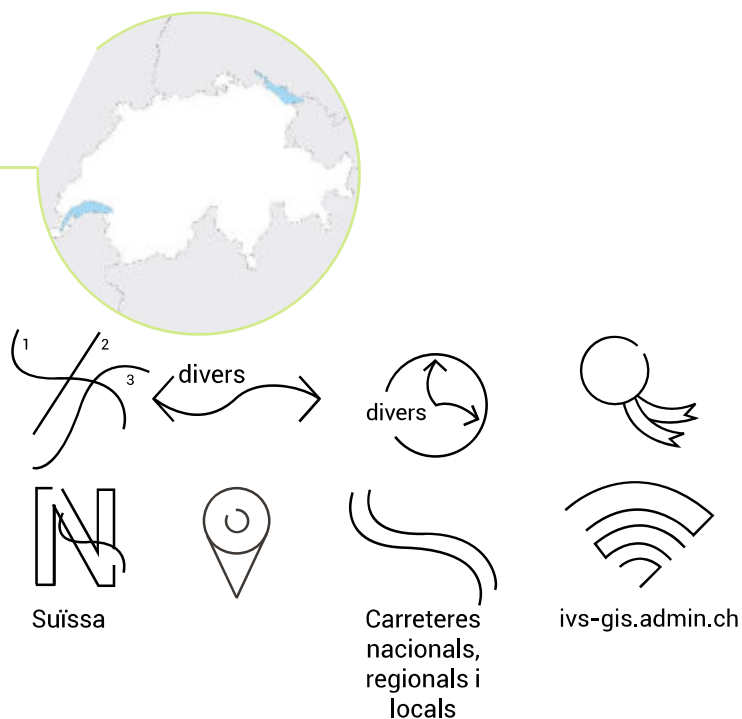
“Les vies de comunicació històriques traçades amb el temps superen la distància entre el passat i el present.”



# RUTES DE COMUNICACIÓ HISTÒRIQUES

## SUÏSSA

L'inventari de les vies de comunicació històriques de Suïssa (IVS) dona testimoni de la plena consciència de l'administració suïssa del valor patrimonial de les carreteres i del seu paper fonamental en relació amb el paisatge.



→ Inici: 2010

### Promotor

L'òrgan competent és l'àrea de mobilitat dolça de l'Oficina Federal de Carreteres (FEDRO).

### Objectius

L'objectiu és preservar i protegir les vies de comunicació històriques del país. Les tasques de l'IVS van ser: a) crear un inventari documentat dels camins històrics mereixedors de protecció com a eina per a l'ordenació del territori; b) crear propostes per a la integració dels elements inventariats en l'ordenació del territori c) Informar l'opinió pública per mitjà d'una presència regular als mitjans de comunicació i a través de publicacions; d) Promoure la recerca especialitzada en col·laboració amb la universitat; e) Assessorar projectes internacionals i col·laborar-hi.

### Estratègia de promoció

L'Oficina Federal de Carreteres proporciona informació i assessorament a les autoritats i al públic sobre el valor de les rutes de comunicació històriques d'importància nacional, sobre la seva situació i sobre la seva qualitat com a objectes dignes de protecció. Un cop finalitzades les tasques d'investigació i redacció de l'inventari, bona part de la difusió es canalitza a través de la fundació ViaStoria, creada el 2007 per donar suport a la investigació, la conservació i l'ús adequat de les vies de comunicació històriques a Suïssa ([www.viastoria.ch](http://www.viastoria.ch)).

### El paisatge i la carretera en el projecte

No es tracta d'una proposta turística sinó d'una iniciativa que va sorgir de la reforma constitucional de 1979 i de la preocupació social per la destrucció de la xarxa viària històrica. L'inventari és fruit de l'aplicació de la Llei Federal de protecció de la Natura i del Paisatge i de la Llei Federal dels Camins per Vianants i rutes de Senderisme. L'any 1984 el Ministeri de Medi Ambient suís va impulsar l'inventari, en col·la-

boració amb l'Institut de Geografia de la Universitat de Berna, que fou completat l'any 2003 amb la catalogació de 47.000 quilòmetres de vies històriques.

Una part de l'inventari, l'anomenat federal, identifica vies de rellevància nacional que tenen una significació històrica excepcional i el disseny original de les quals encara és visible (uns 3.750 quilòmetres). Aquestes vies gaudeixen d'una protecció especial. L'IVS incorpora altres vies històriques d'importància nacional, però el traçat original de les quals no es conserva (uns 6.800 quilòmetres). També recull rutes d'importància regional (uns 11.500 quilòmetres) i de rellevància local (uns 25.000 quilòmetres) que són de la competència dels cantons. El paper de la carretera i del paisatge en el projecte és essencial.

### Aspectes rellevants

L'inventari inclou les vies històriques construïdes abans del 1870 i les més recents que presenten un caràcter tradicional superior a la mitjana (per exemple, moltes de les vies transalpines construïdes entre els anys 1870 i 1940). També s'hi inclouen elements particulars, obres pioneres des del punt de vista de l'enginyeria o les vies que tenen un valor històric particular. L'inventari està georeferenciat i es combina amb un mapa multimèdia SIG IVS ([ivs-gis.admin.ch](http://ivs-gis.admin.ch)), disponible en format electrònic i de lliure accés que s'actualitza progressivament cada 25 anys. La norma indica el nivell de protecció, que és majoritàriament integral, i descriu les intervencions permeses i els criteris amb què s'han de dur a terme, establint de manera efectiva un límit per a la transformació o alteració dels elements característics de manera que se'n garanteixi el reconeixement i es tingui en compte en els plans directores cantonals.

“ La velocitat ja no és la paraula clau actual, sinó la redescoberta de territoris, cultures, i persones. ”

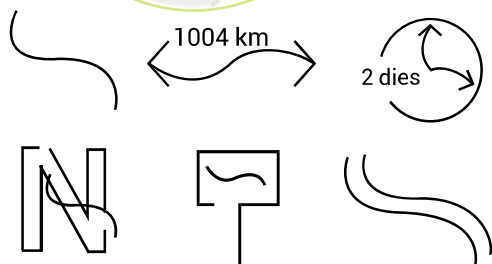
AIRE N7



# LA ROUTE NATIONALE 7

## FRANÇA

La carretera nacional 7 (RN7), també anomenada "ruta blava" o "ruta de les vacances", es va crear el 1824 per connectar París amb la Costa Blava i és la més llarga de França. Seguint el model de l'americana 66, avui s'ha convertit en una ruta turística que travessa una gran diversitat de paisatges quotidians mentre posa en valor la memòria i el patrimoni de la societat industrial que es conserva a les seves ciutats i els seus pobles.



Île-de-Franc, Bourgogne, Franche, Comté, Auvergne, Rhône, Alpes. France

Carreteres nacionals



routenationale7.blogspot.com

→Inici: 2011

### Promotor

Els alcaldes dels 50 municipis per on creua la aquesta carretera, units en l'associació anomenada "Association Inter Régionale des Elus des Nationales 7, 6, 85, 86", també coneguda com "Aire N7 Territoire des Terroirs".

### Objectius

Els promotors es marquen com a objectiu "despertar l'interès turístic i l'extensió comercial de l'antic camí de les vacances, per convertir-lo en un espai de pas i alhora en una destinació". L'associació ha planejat un sistema de senyalització de la RN7 i intervencions específiques en determinats llocs per fer ressaltar la persistència de la seva memòria.

### Senyalització

La carretera està senyalitzada.

### Estratègia de promoció

Els promotors no volien copiar el model nord-americà, sinó prendre'l de referència i desenvolupar-ne un de propi, així com crear estratègies de valorització pensades específicament per al territori francès i compartir les experiències amb les dels altres membres de la Unió Internacional de Carreteres Llegendàries. El projecte disposa d'un web i s'organitzen moltes iniciatives relacionades amb la carretera, que van des de conferències per conèixer-ne la història fins a curses de ral·li, travesses amb cotxes vintage, etc. També hi ha nombroses publicacions i obres sobre la RN7, com la del dissenyador i expert de la carretera Thierry Dubois, titulada La Ruta Bleue - Les plus belles étapes de la RN7.

### El paisatge i la carretera en el projecte

La carretera i el paisatge són els elements fonamentals de la iniciativa, que sobretot se centra en els elements del paisatge que encara hi són presents però que estan en desús i en vies de desaparició: antics traçats de les carreteres, travessies urbanes, rètols de senyalització, fondes, fites, cases de peons caminers, avingudes arbrades, sistemes de protecció, etc.

### Aspectes rellevants

La iniciativa compta amb un alt grau d'implicació i de cooperació de les comunitats locals, de la voluntat de més de 50 administracions locals i de molts ciutadans al llarg de tot el recorregut. Són ells qui documenten i inventarien els elements d'interès i donen valor patrimonial a la carretera per convertir-la en un recurs turístic. La iniciativa posa en valor una gran varietat de paisatges quotidians i ordinaris, genera un fort reconeixement d'identitat, fa despertar l'interès social i els converteix en un actiu per al desenvolupament local: tant paisatges urbans, periurbans, agrícoles o productius com paisatges de gran valor natural o històric. El fil argumental que uneix aquests paisatges és precisament la carretera, la seva història i l'imaginari dels anys seixanta.

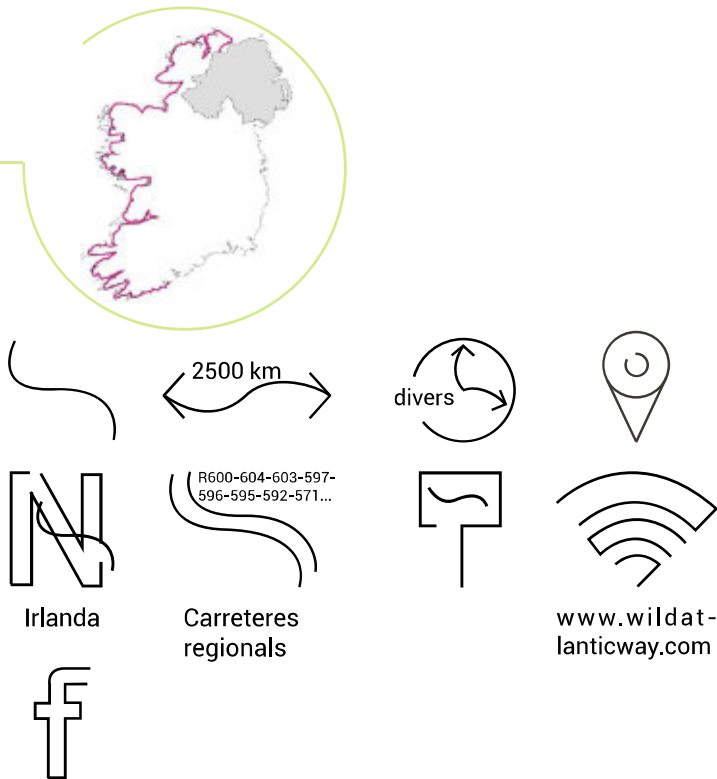


“Plenes de caràcter enigmàtic, una atmosfera inconfusible, trobades inoblidables i records duradors, les sis regions de l’Atlàntic Wild Way mostren tot això entre paisatges sensacionals.”

# WILD ATLANTIC WAY

## IRLANDA

Ruta de 2.500 quilòmetres que recorre tota la costa oest d'Irlanda, travessant nou comtats i que és publicitada com la ruta turística costanera més definida del món.



→ Inici: 2014

### Promotor

Iniciativa impulsada des del govern irlandès, promoguda i gestionada per Fáilte Ireland, l'Autoritat Nacional per al Desenvolupament del Turisme. Tourism Ireland és l'agència responsable de comercialitzar l'illa d'Irlanda a l'estranger com a destinació de vacances..

### Objectius

El projecte vol proporcionar una potent proposta de relançament turístic, segons el ministre de Turisme, a partir d'un "tema unificador" per "portar més visitants i llocs de treball a les comunitats rurals al llarg de la costa occidental". El projecte vol reivindicar les impressionants costes de l'oest d'Irlanda a través de la creació i comercialització d'experiències excepcionals.

### Estratègia de promoció

El projecte està dissenyat per abordar el públic més ampli i variat possible, especialment surfistes, motociclistes, excursionistes, però també famílies, parelles i sèniors. El web constitueix la forma principal de comunicació i publicitat i actua com a plataforma per promoure serveis turístics i comercials locals addicionals. Hi ha gestió de xarxes socials i el projecte disposa d'una aplicació mòbil i hi ha disponible un mapa al web que permet veure tota la ruta i els 15 Signature Discovery Points. La ruta es combina amb el Wild Atlantic Way Passport, un element més de promoció i atracció pública. La imatge gràfica està molt cuidada.

### El paisatge i la carretera en el projecte

El projecte es basa en la naturalesa espectacular dels grans paisatges costaners sense entrar en altres dimensions. És a dir, s'utilitza com a fons escènic i se n'exalten les qualitats estètiques i naturals.

### Aspectes rellevants

Destaca, en primer lloc, la seva ambició tenint en compte la llargada de la ruta, les dimensions respecte al conjunt del país i la implicació territorial que suposa. En segon lloc, destaca també la imatge d'unitat i coordinació que projecta mercès a la gestió de l'Autoritat Nacional per al Desenvolupament del Turisme.

La carretera ha estat objecte d'intervencions i transformacions específiques a partir de grans inversions governamentals. Destaquen les realitzades als 159 llocs anomenats "punt de descoberta" i que es corresponen a les atraccions considerades més rellevants, com ara els penya-segats de Moher, a Clare, i l'illa de Dursey, a Cork. La proposta, aparentment simple i directa, es pot articular en diferents itineraris i ofereix diferents experiències en funció del temps disponible i del tipus de públic. La intenció de promoure la imatge del país relacionant-la amb la seva espectacular línia de costa es veu totalment reflectida al web de la ruta, on les imatges de costes i escenaris naturals tenen una presència enorme. El missatge és extraordinàriament evident, directe i simple.

El projecte no entra a explorar les dimensions més profundes i sistèmiques del paisatge i les carreteres. La dimensió escènica és l'argument i l'instrument per construir una marca turística i per impulsar un projecte de desenvolupament econòmic del territori. La part de comunicació i de màrqueting ha estat ben desenvolupada i es combina amb una estratègia comercial i una promoció de serveis molt ben organitzada.



**“Descobriu el viatge per carretera número 1 dels Alps: cinc passos alpins per creuar, 22 llacs per vorejar i 12 llocs del patrimoni mundial de la UNESCO per visitar. Pugeu a bord, engegueu el motor, conduïu i apugeu el volum de la música.”**

Grand Tour de Suisse





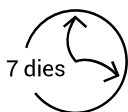
# EL GRAND TOUR

## SUISSA

Proposta de ruta turística per carretera que fa la volta a Suïssa i recorre la major part dels seus principals atractius. Al llarg de 1.600 quilòmetres es creuen 5 grans ports de muntanya, 22 llacs i 12 indrets declarats patrimoni mundial per la UNESCO, a banda d'altres indrets d'interès.



1600 km



7 dies



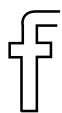
Suïssa



Carreteres provincial



[www.grandtour.myswitzerland.com](http://www.grandtour.myswitzerland.com)



→ Inici: 2015

### Promotor

Suïssa Turisme, l'organisme governamental de turisme, amb l'associació Grand Tour of Switzerland. La iniciativa compta amb patrocinadors privats i la col·laboració dels organismes de turisme dels diferents cantons i ciutats.

### Objectius

És un projecte d'abast nacional destinat a captar el públic interessat en els viatges per carretera, especialment el públic anglès.

### Senyalització

La ruta disposa de senyalització específica en els encreuaments més importants. El 2016 s'havien instal·lat 650 senyals. A banda, s'han instal·lat senyals tipus marc (photo spot) que enquadren els atractius principals des dels miradors més visitats.

### Estratègia de promoció

La iniciativa inclou un web potent, molt atractiu i útil. A més de proporcionar informació detallada de cada una de les jornades previstes, està orientat al fet que el client pugui fer les reserves d'allotjament i serveis que triï. A banda de campanyes a les xarxes socials per llançar la marca, es van elaborar un conjunt de vídeos curts molt suggeridors i d'una alta qualitat. Destaquen perquè tenen una estructura narrativa mínima. Els organitzadors publiquen material promocional en format revista (disponibles en PDF), que inclou articles de diferents temàtiques vinculades a la ruta, amb versions en diferents llengües, incloent-hi el castellà.

### El paisatge i la carretera en el projecte

Les fotografies i vídeos de promoció de la marca deixen molt clara l'opció estratègica dels responsables de la ruta: carreteres, cotxes i paisatge són els tres elements sobre els

quals es construeix tot el discurs. Els nodes (indrets i atractius) passen a un segon pla. El paisatge és tractat, però, com un gran, enorme i sumptuós decorat, i costa trobar propostes que explorin noves relacions. La dimensió patrimonial de les carreteres tampoc no és considerada en el projecte, malgrat que Suïssa s'ha distingit precisament per l'atenció que ha prestat a la dimensió històrica dels camins i les carreteres (vegeu pàg. 162).

### Aspectes rellevants

El nom evoca el viatge que realitzaven els joves aristòcrates britànics com a part de la seva educació, principalment al llarg del segle XVIII. El recorregut era variat, però generalment es considerava obligatòria la visita a França i Itàlia. Les visites a Suïssa, sobretot Ginebra, prop de la qual vivia Voltaire, es van popularitzar en les dècades de 1760 i 1770 i el país es va convertir en una via d'entrada preferent a Itàlia. A mitjans del segle XIX, l'emprenedor Thomas Cook va crear els primers viatges organitzats per a la classe alta britànica a Suïssa, inspirats en l'antic Grand Tour. L'actual iniciativa aprofita el vell nom per crear una ruta pensada com un *road trip* amb poca aventura, però ple de paisatges icònics, comoditats, qualitat i preus elevats.

Es tracta de la primera gran ruta per carretera del món preparada per a vehicles elèctrics. Uns tres-cents punts de recàrrega garanteixen el subministrament d'energia al llarg del recorregut. Com a curiositat, la proposta es presenta com un *road trip* i, en coherència amb això, per a cada etapa s'ha elaborat una llista de reproducció de música a Spotify: "Així sempre anirà acompanyat a la carretera del perfecte *road trip sound* i el viatge serà una experiència inoblidable".



### Progetti multimodali

#### 1. Il circuito della Capitanata

Il circuito di collegamento multimodale della Capitanata, tra Foggia e Benevento, è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### 2. Il circuito della Terra di Bari

Il circuito di collegamento multimodale della Terra di Bari, tra Bari e Brindisi, è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### 3. Il circuito della Valle d'Itria

Il circuito di collegamento multimodale della Valle d'Itria, tra Andria e Grottole, è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### 4. Il circuito del Tavolo

Il circuito di collegamento multimodale del Tavolo, tra Foggia e Benevento, è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### 5. Linee intermodali costiere

Le linee intermodali costiere sono un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### 6. Progetto di rete ciclistica regionale

Il progetto di rete ciclistica regionale è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

### Progetto integrato della mobilità dolce

Il progetto integrato della mobilità dolce è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

PPTR Puglia

### Le reti

#### Collegamenti su gomma



- La strada principale**  
Il circuito di collegamento multimodale della Capitanata, tra Foggia e Benevento, è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- La strada di interesse paesaggistico**  
Il circuito di collegamento multimodale della Terra di Bari, tra Bari e Brindisi, è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Strada costiera di collegamento e valorizzazione paesaggistica**  
Le linee intermodali costiere sono un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Strada costiera di riqualificazione paesaggistica**  
Le linee intermodali costiere sono un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Strada di progetto prevista dal Piano dei Trasporti**

#### Collegamenti ciclo - pedonali



- Progetto della rete ciclo-pedonale "La Bari-Capitanata del Mediterraneo-Mare Pugliese"**  
Il progetto della rete ciclo-pedonale "La Bari-Capitanata del Mediterraneo-Mare Pugliese" è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Strada di collegamento e valorizzazione paesaggistica**  
Le linee intermodali costiere sono un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ciclistica regionale**  
Il progetto di rete ciclistica regionale è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ciclistica regionale**  
Il progetto di rete ciclistica regionale è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ciclistica regionale**  
Il progetto di rete ciclistica regionale è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### Collegamenti ferroviari



- Progetto di rete ferroviaria**  
Il progetto di rete ferroviaria è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ferroviaria**  
Il progetto di rete ferroviaria è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ferroviaria**  
Il progetto di rete ferroviaria è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### Collegamenti multimodali interno - costa



- Asse multimodale di progetto (ferrovia-gommopercorsi ciclo-pedonali)**  
L'asse multimodale di progetto (ferrovia-gommopercorsi ciclo-pedonali) è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ferroviaria**  
Il progetto di rete ferroviaria è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.
- Progetto di rete ferroviaria**  
Il progetto di rete ferroviaria è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

#### Collegamenti marittimi



- Progetto di rete marittima**  
Il progetto di rete marittima è un progetto di integrazione tra diversi strumenti di pianificazione regionale, con il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura e il Piano della Infrastruttura.

“Es tracta de dissenyar una nova infraestructura que produeixi nous beneficis duradors mitjançant la millora del patrimoni paisatgístic i l'articulació del territori regional”



**“La ruta cicloturista permetrà que els residents i els turistes gaudeixin de la bellesa d’aquestes regions des d’una perspectiva completament nova. Un camí únic, monumental, de gran valor ambiental.”**

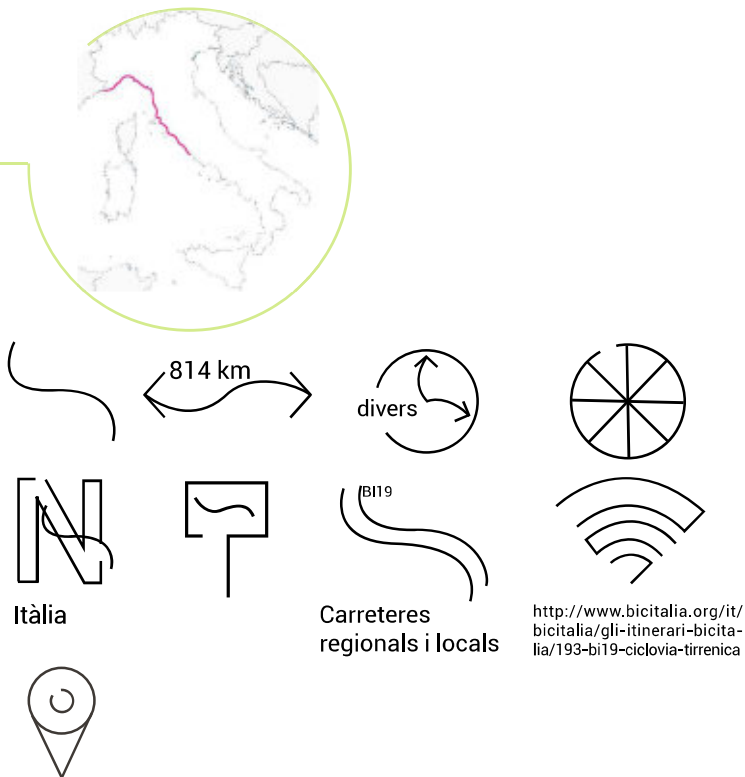
REGIÓ LIGÚRIA



# LA CICLOVIA TIRRENICA

## LACI, TOSCANA, LIGÚRIA

Al llarg de 1.000 quilòmetres, des de Ventimiglia a Latina, la ruta cicloturista tirrènica travessa el Laci, la Toscana i la Ligúria prop del mar Tirrè. L'itinerari 19 de Bicitalia forma part de la Xarxa Nacional de Rutes Ciclistes Italianes i de les rutes europees EuroVelo.



→Inici: 2016

### Promotor

Lidera el projecte la regió Toscana amb la participació de Ligúria, el Laci i el ministeri d'Infraestructures. Són col·laboradors del projecte Bicitalia, FIAB onlus, i l'agrupació de municipis de la Toscana.

### Objectius

Com a part important de la xarxa ciclista nacional (amb finançament directe del govern), la ruta cicloturista Tirrena persegueix importants objectius: a) De transport, per donar plena dignitat a la planificació d'una xarxa de mobilitat lenta com a garantia d'enfocaments sostenibles al problema dels viatges; b) Turístic, per a una política real de desenvolupament del turisme en bicicleta (Itàlia és el primer fabricant de bicicletes a Europa); c) De conservació, perquè el desenvolupament d'una xarxa ciclista pot ajudar a la recuperació i conservació de carreteres secundàries, camins dels canals fluvials i vies de ferrocarril abandonades; d) De desenvolupament d'economies a petita escala, atès que el desenvolupament de la xarxa ciclista pot beneficiar activitats d'allotjament, restauració, assistència tècnica, guiatges, editorials especialitzades (mapes i guies); i finalment e) De promoció de la intermodalitat, ja que el desenvolupament de la mobilitat i el turisme sostenible millora la qualitat de vida dels ciutadans i ajuda a crear noves oportunitats de treball.

### Estratègia comunicació

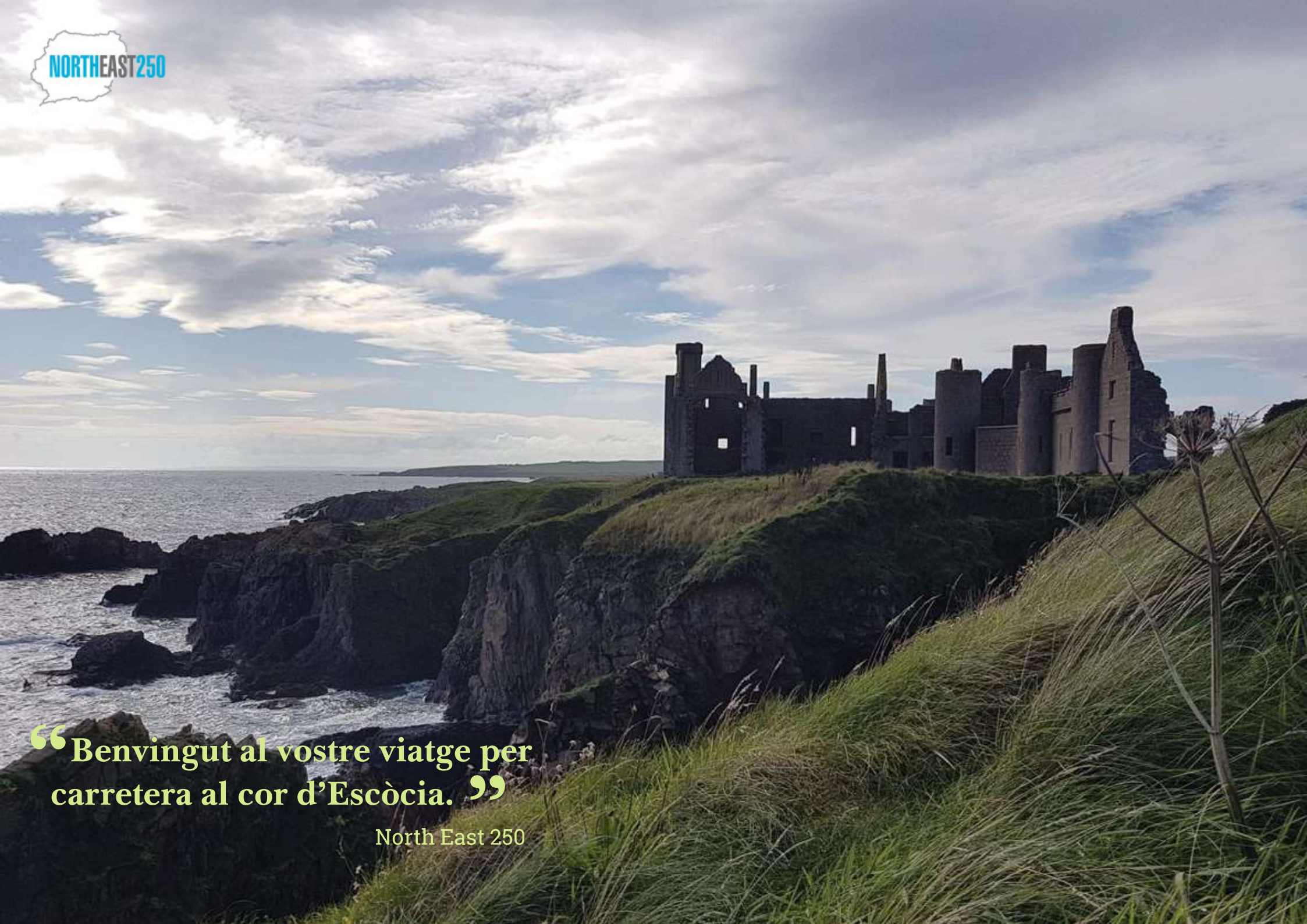
La comunicació sembla centrada en el web de Bicitalia.

### El paisatge i la carretera en el projecte

La ruta cicloturista Tirrena s'estén per tota la costa, des de la frontera italo-francesa fins a Roma, travessa parcs naturals de gran bellesa, llocs arqueològics de gran interès, ciutats i pobles famosos arreu del món. Es considera una ruta cicloturística de qualitat, per sobre de la mitjana nacional pel que fa a infraestructures, característiques del paisatge, seguretat i serveis. No obstant això, no es dona importància a la carretera, des del punt de vista patrimonial, ni al paisatge com a elements prioritaris del projecte. Es pot dir que estan integrats en la proposta, però d'una manera secundària.

### Aspectes rellevants

Un dels aspectes destacats és la simplicitat amb què s'aconsegueixen assolir els objectius de sostenibilitat de l'agenda europea. El projecte uneix infraestructures viàries existents construïdes localment i que no sempre estaven connectades. Les noves possibilitats de mobilitat que el projecte facilita el converteixen en "estratègic per al desenvolupament integrat de la mobilitat i el turisme sostenible". La rellevància per a l'estudi és alta, tenint en compte la importància que es dona al turisme sostenible, la multimodalitat de les propostes i la refuncionalització i valoració patrimonial de carreteres amb baixa intensitat de trànsit.



**“Benvingut al vostre viatge per  
carretera al cor d’Escòcia.”**

North East 250

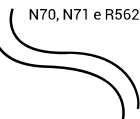
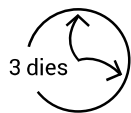
# NORTH EAST 250

## ESCÒCIA

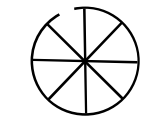
North East 250 és un viatge per carretera únic que passa per destil·leries de whisky, creua Aberdeenshire i Moray Speyside, combina camp i costa, ciutats i pobles pintorescos i el parc nacional més gran del Regne Unit.



402 km



Carreteres  
nacionals



www.northeast250.com



Escòcia  
Est



→ Inici: 2017

### Promotor

North East 250

### Actors Implicats

The Glenlivet, Ballindalloch Castle. També són patrocinadors múltiples empreses i agències locals i nacionals.

### Objectius

La idea de la Nord East 250 és utilitzar la ruta com a punt de partida per explorar la regió i promoure el turisme a la zona oriental d'Escòcia donant un nou impuls a les activitats locals i a l'economia, seguint l'exemple del projecte North Coast 500.

### Senyalització

Senyalització homogènia de la ruta al llarg de tot el recorregut.

### Públic

El projecte està dissenyat per abordar el públic més ampli i variat possible: esportistes, amants del whisky, motociclistes i famílies.

### Estratègia de promoció

El web, així com el logotip, estan molt cuidats. S'ha realitzat un treball específic i grans inversions en màrqueting digital i constitueix la forma principal de comunicació i publicitat del projecte. El web també actua com a plataforma per promoure serveis turístics i comercials locals addicionals. El projecte treballa les xarxes socials i també hi ha disponible un mapa en línia que permet veure tota la ruta. S'ha creat un passaport com un element més de promoció i d'atracció.

### El paisatge i la carretera en el projecte

Tant la carretera com el paisatge són un pretext per al desenvolupament econòmic del territori. El paisatge hi és present, però de manera secundària, només com a decorat de fons d'altres aspectes destacats. Es prioritzen les qualitats escèniques i alguns elements puntuals del patrimoni històric.

### Aspectes rellevants

Es tracta d'un projecte de promoció i màrqueting territorial molt treballat, especialment pel que fa a la comunicació, la imatge i la publicitat. El projecte també es combina amb una estratègia comercial molt ben organitzada amb una promoció de serveis. Dins del mateix circuit, es proposen una gran diversitat d'itineraris. Alguns d'aquests són temàtics i basats en elements del patrimoni històric i gastronòmic. D'altres estan especialment dissenyats per a diferents tipus de públic.

Un aspecte interessant del projecte és la implicació directa i continuada dels agents locals, que estan convidats a unir-se a la xarxa afegint els seus serveis a les possibilitats que ofereix el viatge per carretera. Les tècniques de promoció del circuit també són interessants en la mesura que, en lloc de formes de publicitat més habituals, han triat campanyes de sensibilització i formes de publicitat que parteixen de l'intercanvi d'experiències directes i de les experiències de prescriptors influents, com bloguers (Scotlanders Travel Blogging Collective) i personalitats del món de la música, l'entreteniment, atletes, etc.







---

**Un model per a  
Catalunya**





El propòsit del present capítol és posar sobre la taula els aspectes clau que poden ajudar a definir un model de relació entre les carreteres, el paisatge i el turisme a Catalunya, un projecte global i integrat, partint de l'anàlisi feta en els capítols anteriors i de la reflexió conjunta amb la Subdirecció General de Desenvolupament Turístic Territorial de la Direcció General de Turisme durant els mesos d'elaboració del document. Això inclou un seguit de criteris amb relació a com abordar aspectes com la catalogació, les intervencions a dur a terme, la gestió i la governança, l'elaboració de la imatge del projecte i l'enfocament de la senyalització, o el disseny de propostes de rutes i itineraris que ajudin a promoure models de turisme i de mobilitat més responsables.

Val la pena remarcar l'oportunitat que suposa el fet de començar des de zero en aquest àmbit i la responsabilitat de reflexionar adequadament sobre el model que es proposa. L'orientació del model sorgeix de les conclusions obtingudes dels casos analitzats considerant alhora el context actual de canvis en la mobilitat i en les pràctiques turístiques, dins el marc més ampli de canvi climàtic que, inevitablement, condicionarà en menor o major mesura aquests sectors en els propers decennis.

←

(A la pàgina del costat)

**Fig. 76** | Carretera C-153 a prop del coll de Condreu, al paisatge del Cabrerès-Puigsacalm.

# 4.1

## Què és una carretera d'interès paisatgístic?

En un país amb la diversitat de paisatges que presenta Catalunya, bona part de la xarxa viària travessa paisatges interessants. Però qualsevol carretera que travessi un paisatge destacat pot ser considerada d'interès paisatgístic? La pregunta és pertinent. Es fa necessari acotar i precisar el concepte precisament per aconseguir que la distinció sigui útil i tingui sentit: si pràcticament totes les carreteres poguessin ser considerades d'interès paisatgístic, la distinció seria molt poc útil.

Són moltes les carreteres que travessen paisatges rellevants, però la selecció de carreteres d'interès paisatgístic no respon només a la qualitat del paisatge del qual formen part, sinó al tipus i la qualitat de l'experiència que es pretén promoure en relació amb el gaudi del paisatge, així com a la creació de valor patrimonial i paisatgístic. En aquest sentit, no s'hauria de confondre una carretera d'interès paisatgístic amb un tram panoràmic, molt estès en les anàlisis de valoració del paisatge, i que es refereix a trams molt concrets d'una carretera des de la qual es poden contemplar atractives vistes escèniques. Determinats trams de l'autopista AP-7, o de l'autovia C-25 o Eix Transversal, presenten panoràmiques de gran interès escènic que requeririen una mirada i una aproximació diferents al propòsit d'aquest document.

A partir de l'anàlisi efectuada en els capítols anteriors, es consideren carreteres d'interès paisatgístic aquelles carreteres que permeten copsar la diversitat, singularitat i complexitat dels paisatges, admeten l'ús de diversos usuaris i mitjans de transport i l'harmonitzen, i tenen un rol rellevant per al gaudi i la creació de valor patrimonial i paisatgístic.



↑

**Fig. 77** | Les grans infraestructures que creuen Catalunya també ofereixen vistes escèniques de gran interès que podrien ser objecte d'una anàlisi més profunda. Pas de l'autovia C-25 pel paisatge dels Costers de la Segarra.

Per tant, es tracta de trams de carreteres, carreteres en el seu conjunt, o agrupacions dels elements anteriors, que mostren qualitats especials per a l'apreciació i el gaudi de la diversitat de paisatges del país, que poden atresorar valors patrimonials com a vies de comunicació i, en definitiva, que posen en valor el patrimoni viari, revitalitzen els llocs per on passen i hi generen valor.

# 4.2

## Factors definidors de les carreteres d'interès paisatgístic

Pels propòsits d'aquest document, a continuació es presenten els elements que es consideren més rellevants a l'hora d'identificar, seleccionar i distingir potencials carreteres d'interès paisatgístic.

Pel que fa al paisatge:

- Escala i realitat paisatgística
- Diversitat de paisatges i riquesa de valors

Pel que fa a la via:

- Baixa velocitat
- Baixa intensitat de trànsit
- Existència de vies alternatives per al trànsit habitual
- Dimensió històrica i patrimonial de la via

Pel que fa al context social i territorial:

- Interès social pel paisatge
- Experiències prèvies en matèria de paisatge i carreteres

### Escala i realitat paisatgística de Catalunya

El paisatge català destaca per la interacció secular, sempre a petita escala, entre l'acció humana i la natura, en què la diversitat i la humanització són dos trets essencials. Això significa que necessita un model de carreteres d'interès paisatgístic propi, adaptat a la realitat i a l'escala dels seus paisatges.

Per exemple, Catalunya té un territori més reduït i divers que la major part d'experiències analitzades: pots esmorzar al Poblenou del Delta, dinar a la Seu d'Urgell i sopar a Girona, havent creuat més de vint paisatges completament diferents. D'altra banda, el territori català no disposa de paisatges escenogràfics de naturalesa salvatge i grans dimensions com algunes de les experiències europees i internacionals analitzades

(Noruega, Escòcia o Austràlia, per exemple), centrades eminentment en paisatges costaners. La costa catalana, per exemple, està intensament humanitzada i a l'interior tampoc no trobem grans escenaris de natura verge.

Catalunya és, per tant, un país més de racons que de grans panorames. Això comporta que, molt probablement, a la major part de les comarques sigui possible trobar, com a mínim, una carretera que compleixi els requisits descrits per ser considerada d'interès paisatgístic.

Totes aquestes observacions porten a considerar que el model català de carreteres d'interès paisatgístic ha de basar-se en un conjunt —no tancat— d'unes desenes de vies o trams de carreteres que ajudin a interactuar amb la diversitat de paisatges del país. Com a tals, poden ser impulsades per la Generalitat o per administracions locals, com les diputacions i consells comarcals, entre altres.

### **Diversitat de paisatges i riquesa de valors**

A l'hora de dur a terme la tria de carreteres seria bo afavorir la màxima representativitat possible de paisatges i dels seus valors. Cal tenir present que el patrimoni paisatgístic de Catalunya es troba en tota mena de paisatges (naturals, urbans, rurals, agrícoles, industrials). El fet que el mapa dels 134 paisatges de Catalunya (Observatori del Paisatge, ICGC, 2019) cobreixi tot el territori permet anar més enllà dels pressupòsits que tradicionalment han orientat les estratègies d'intervenció i gestió paisatgístiques, i fer ressaltar paisatges amb grans valors i enormement interessants, però poc coneguts i sovint menys valorats. Molts paisatges de la vida quotidiana són altament representatius de la societat perquè presenten capacitats per representar la cultura local reconeguda pels habitants d'un territori, i poden oferir noves oportunitats de desenvolupament, de crear nou valor, tant cultural com econòmic.

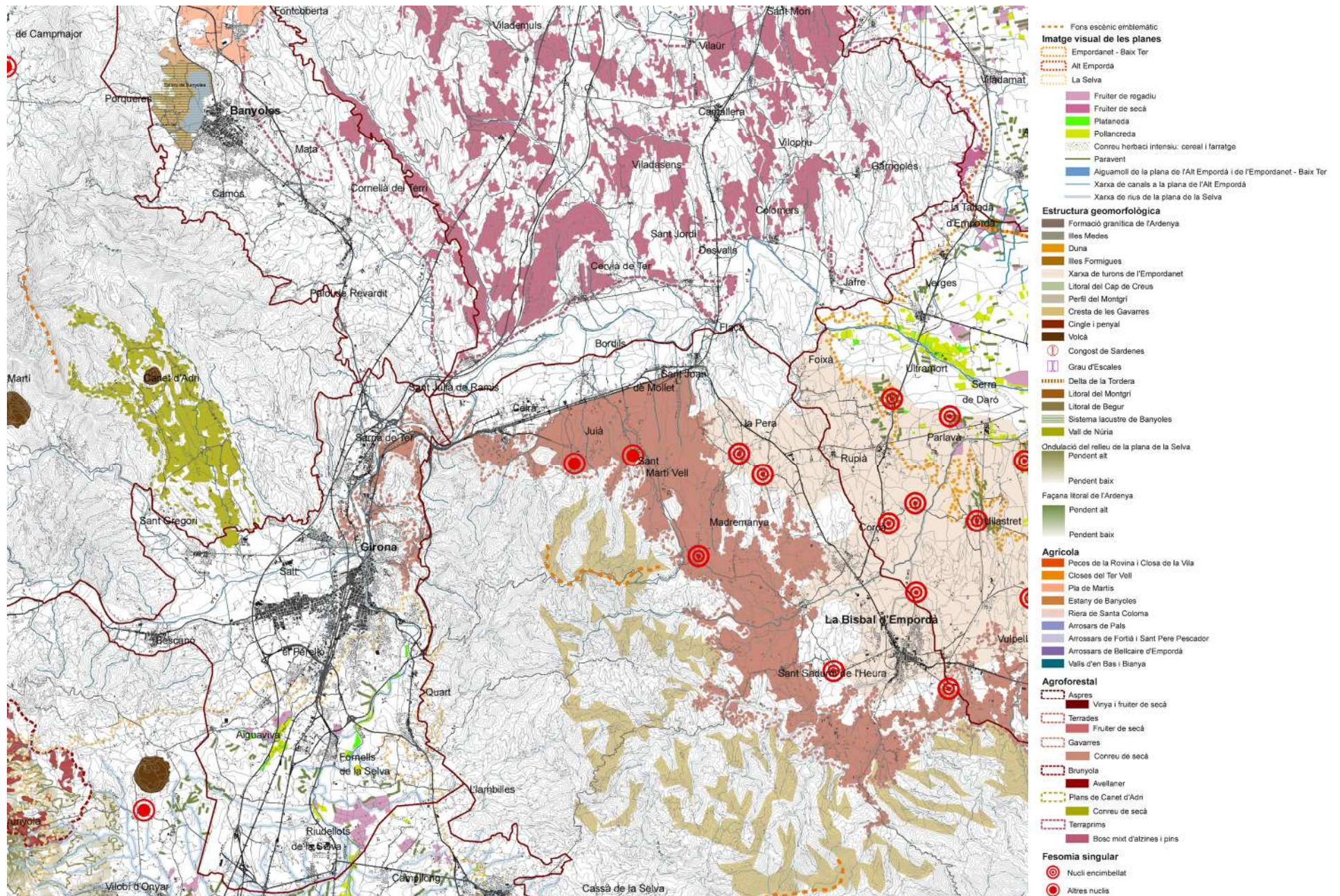


↑  
**Fig. 78** | Els catàlegs de paisatge de Catalunya identifiquen els valors dels 134 paisatges que configuren el país. El paisatge del Delta del Llobregat, tot i la seva proximitat a Barcelona, conté nombrosos valors naturals, estètics, històrics, d'ús social, simbòlics i productius.

Així, els catàlegs de paisatge de Catalunya, a més de caracteritzar paisatges, també identifiquen valors naturals, estètics, històrics, d'ús social, simbòlics i productius del paisatge que es poden descobrir des de les carreteres, com ara miradors, espais naturals, fons escènics, trams panoràmics, paisatges agrícoles, parcel·lacions i estructures històriques d'interès, penya-segats, dunes, o altres patrimonis, etc. En els catàlegs també s'ha identificat una xarxa d'itineraris rodats que també cal tenir present.

La combinació d'aquests valors del paisatge permet identificar les principals singularitats paisatgístiques de Catalunya, que es recullen en el mapa de les unitats de paisatge de Catalunya (Observatori, ICGC, 2019).





←

(A la pàgina anterior)

**Fig. 79** | Fragment del mapa de valors estètics del *Catàleg de paisatge de les Comarques Gironines*. Font: Nogué, Sala, Grau, 2016.

→

(A la pàgina del costat)

**Fig. 80** | *Mapa de les Unitats de Paisatge de Catalunya*, publicat per l'Observatori del Paisatge de Catalunya i l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya. Font: Observatori del Paisatge de Catalunya, ICGC, 2019.

### Singularitats dels paisatges de Catalunya

- Llacs i estanys d'alta muntanya
- Valls i congostos pirinencs
- Boscos singulars
- Bocage en fons de vall, prats de dall i prats de pastura
- Paisatges volcànics
- Estructures d'alineacions arbrades
- Paisatges de frontera
- Espais naturals emblemàtics
- Paisatges del romànic pirinenc
- Zones estepàries
- Paisatges de les construccions defensives
- Paisatges de les infraestructures hidroelèctriques
- Mosaics agroforestals
- Masies disperses
- Nuclis antics
- Zones humides
- Fons escènics i fites
- Planes cerealístiques
- Paisatges del vent, la boira i la neu
- Patrons d'assentament singulars
- Planes de regadiu
- Trilogia mediterrània
- Antics paisatges industrials i miners
- Penya-segats
- Turons i tossals a les planes
- Vinya
- Àrees logístiques, industrials i de serveis
- Façana litoral urbana
- Paisatges de la pedra seca
- Rius i terrasses fluvials
- Perifèries residencials
- Conjunts sobreposats d'infraestructures lineals
- Barrancs i rieres
- Paisatges de l'avellaner
- Paisatges del garrofer
- Paisatges espirituals
- Boscos metropolitans
- Eixamples
- Olivera
- Conreus de cítrics
- Deltes de tradició agrària de regadiu
- Urbanització de baixa densitat
- Agricultura periurbana
- *Skylines* urbans





Ser amatents a la diversitat de paisatges i la seva riquesa és també una via per al redescobrim i el coneixement profund dels valors del propi territori o de territoris completament nous.

### Baixa velocitat

La velocitat (i també la intensitat de trànsit o la tranquil·litat, a banda de la morfologia i la geometria) és un factor cabdal que incideix i condiona l'experiència paisatgística. Per aconseguir que aquesta experiència tingui un mínim de profunditat, es necessita lentitud, calma i facilitats per aturar-se. És a dir, més lentitud suposa copsar el paisatge amb més intensitat, més satisfacció i, a més a més, té una relació directa amb una major concentració de la despesa dels visitants en les àrees al voltant del paisatge protagonista.

En conseqüència, es considera que la velocitat recomanable a les carreteres d'interès paisatgístic no hauria de superar els 60 quilòmetres per hora.

↑  
**Fig. 81** | La creació d'una xarxa de carreteres d'interès paisatgístic podria implicar un canvi de les velocitats permeses a algunes carreteres. Carretera que creua els arrossars del paisatge del Delta de l'Ebre.

### Baixa intensitat de trànsit

És una altra característica rellevant. Com en el cas de la velocitat, la intensitat de trànsit també incideix i condiciona l'experiència paisatgística. Una elevada intensitat de trànsit afecta la conducció i dificulta la possibilitat de fer aturades. No és casualitat, per exemple, que una intensitat mitjana diària de trànsit inferior a 1.000 vehicles sigui la recomanable a l'hora de triar vies per als itineraris cicloturístics francesos coneguts com a *véloroutes*.

Un exemple de carretera interessant però amb una excessiva intensitat de trànsit és la carretera C-31 de les costes de Garraf. Es tracta d'una via amb un indubtable interès paisatgístic amb una morfologia que la fa especialment atractiva. Ara bé, tot i disposar d'una via alternativa (C-32, l'autopista Pau Casals), continua mantenint una intensitat de trànsit tan elevada que no li hauria de permetre formar part de la selecció de carreteres d'interès paisatgístic. Segons dades del 2015, la C-31 suporta 18.800 vehicles diaris, dels quals 830 són pesants. Ara bé, un canvi substancial en la intensitat de trànsit (la possible gratuïtat de l'autopista ho podria aconseguir) permetria recuperar el gran potencial de la via com a carretera d'interès paisatgístic.

La baixa intensitat de trànsit, unida a la morfologia que solen presentar aquestes carreteres i que condiciona velocitats reduïdes, fa que, sovint, siguin vies també molt interessants i adequades per al trànsit de bicicletes i la pràctica del cicloturisme. En aquest sentit, hi ha un veritable canvi de paradigma pel que fa a la utilització del cotxe com a principal mitjà de transport. Els canvis accelerats que estan tenint lloc a les ciutats — principal origen de turistes i visitants— en aquest àmbit tindran efectes en les mentalitats i en la pràctica del lleure, tal com ja succeeix en diversos països del nord d'Europa. És per aquesta raó que cal començar a atendre de manera destacada tot allò relacionat amb aquest sistema de mobilitat, i en aquest replantejament la bicicleta guanyarà pes.



↑  
**Fig. 82** | La baixa intensitat de trànsit és un dels factors que fa que algunes carreteres siguin molt interessants i adequades per al trànsit de bicicletes. Carretera de pujada a l'estació d'esquí de Boí-Taüll, al paisatge de les Pastures de l'Alt Pirineu.

### Existència de vies alternatives per al trànsit habitual

L'existència de vies i itineraris alternatius no és un element imprescindible; ara bé, sempre que sigui possible, permetrà evitar disfuncions significatives en la mobilitat obligada i ajudarà a mantenir baixes intensitats de trànsit. A més, el fet d'identificar i de destacar antigues vies com a carreteres d'interès paisatgístic pot ajudar a recuperar i dotar de noves funcionalitats carreteres abandonades o infrautilitzades.



↑  
**Fig. 83** | Un exemple de carretera interessant però amb una excessiva intensitat de trànsit és la carretera C-31 de les costes de Garraf. Es tracta d'una via amb un indubtable interès paisatgístic amb una morfologia que la fa especialment atractiva.

Un bon exemple de carretera amb un clar interès paisatgístic que disposa d'una via alternativa és la T-740, que uneix Porrera i Falset. La mobilitat obligada utilitza la TP-7401 fins al coll de la Teixeta i l'N-420 fins a Falset.

Un altre bon exemple és la BV-1031, entre Igualada i Calaf, ja que per al trànsit diari s'utilitza la C-1412a passant per Copons.



↑

**Fig. 84** | Els antics traçats de carreteres que actualment s'utilitzen poc a causa de la creació de noves vies, tenen un gran potencial per ser considerades carreteres d'interès paisatgístic. Carretera N-260a, a prop de Portbou, al paisatge del Cap de Creus.

### Dimensió històrica i patrimonial de la via

Les carreteres són, en general, poc valorades com a elements patrimonials. No és habitual la seva consideració com a part del patrimoni paisatgístic, ni que comptin amb una protecció específica de les infraestructures (com sí que passa a Suïssa, Noruega i Singapur, per exemple, analitzats en el capítol 3). Però algunes carreteres, especialment les més antigues i poc transformades, tenen un elevat valor patrimonial, tant perquè conserven poc alterats elements constructius originals com pel fet que històricament han articulat i contribuït a afaïçonar el territori. L'adaptació a la morfologia del territori, per



exemple, revela molta informació sobre les peculiaritats del territori, tant des d'un punt de vista geomorfològic com geològic, però també des d'un punt de vista històric, antropològic i urbanístic.

Només a tall d'exemple, la carretera T-704 de la Mussara, a més d'oferir unes vistes absolutament espectaculars, constitueix un excel·lent exemple d'enginyeria viària de la primera meitat del segle XX, que ha arribat fins als nostres dies amb escasses transformacions.

D'altra banda, el projecte *Museu al carrer* del MNACTEC, que posa en valor la memòria i el patrimoni de la societat industrial vinculada a les carreteres (antics traçats de les carreteres, travessies urbanes, rètols de senyalització, fondes, fites, casetes de peons caminers, carreteres arbrades, sistemes de protecció, etc.), aporta informació rellevant en aquest sentit i ho fa a través de la contribució activa de la població.

És important destacar que els catàlegs de paisatge de Catalunya identifiquen elements amb valor històric vinculats a les carreteres, com les carreteres arbrades o els eixos viaris històrics. De fet, algunes vegades, els catàlegs arriben a identificar també carreteres fora d'ús susceptibles de ser recuperades per a la contemplació de paisatges. Per posar-ne un exemple, la carretera BV-4608, de Sant Hipòlit de Voltregà a Sant Boi de Lluçanès, combina trams de carretera arbrats, tanques i altres elements perimetrals de la calçada amb valor patrimonial i trams de carretera fora d'ús amb un gran potencial.

El fet que la carretera tingui una dimensió històrica i patrimonial constitueix un factor molt important. És a dir, serà un valor a tenir en compte que la via mantingui elements constructius o el mateix traçat poc alterat, o que, fins i tot, estigui vinculada amb esdeve-



niments d'una clara dimensió patrimonial. És aleshores que el paisatge pot establir un interessant diàleg amb altres elements patrimonials i donar com a resultat una potent i enriquidora experiència lúdica i cultural.

Un petit exemple d'això el trobem a la via TV-7421, una petita carretera entre camps de conreu a l'Alt Camp, que travessa el pont de Goi, documentat el 1171 i on va tenir lloc un dur enfrontament durant la Guerra del Francès conegut com "la batalla del pont de Goi".

### Interès social pel paisatge

A Catalunya hi ha diversos territoris que estan apostant pel paisatge com a actiu de dinamització territorial o com a via per generar autoestima i qualitat de vida. Ho fan a través de les cartes de paisatge, els plans de paisatge o altres tipus d'iniciatives. Doncs bé, sovint les carreteres d'interès paisatgístic esdevenen accions de futur en les seves respectives estratègies. Una comarca com el Priorat –el paisatge agrari de la qual té possibilitats de ser inclòs per la UNESCO dins la llista de Patrimoni Mundial– podria ser un territori amb carreteres d'interès paisatgístic (per exemple, la carretera T-740, entre d'altres, molt probablement compliria amb tots els requisits).

Altres territoris també estan impulsant iniciatives vinculades amb la posada en valor del seu paisatge, com la comarca de les Garrigues, que promou un producte de qualitat vinculat a l'estructura agrícola en terrasses que caracteritza aquesta zona, l'oli d'oliva verge extra amb denominació d'origen protegida, i que al mateix temps impulsa la carta del paisatge de les Garrigues. En aquest cas, la definició de la carretera C-233, de Bovera al Soleràs, com a carretera d'interès paisatgístic encaixaria perfectament tant en el projecte territorial com en una futura xarxa de carreteres d'interès paisatgístic de Catalunya.

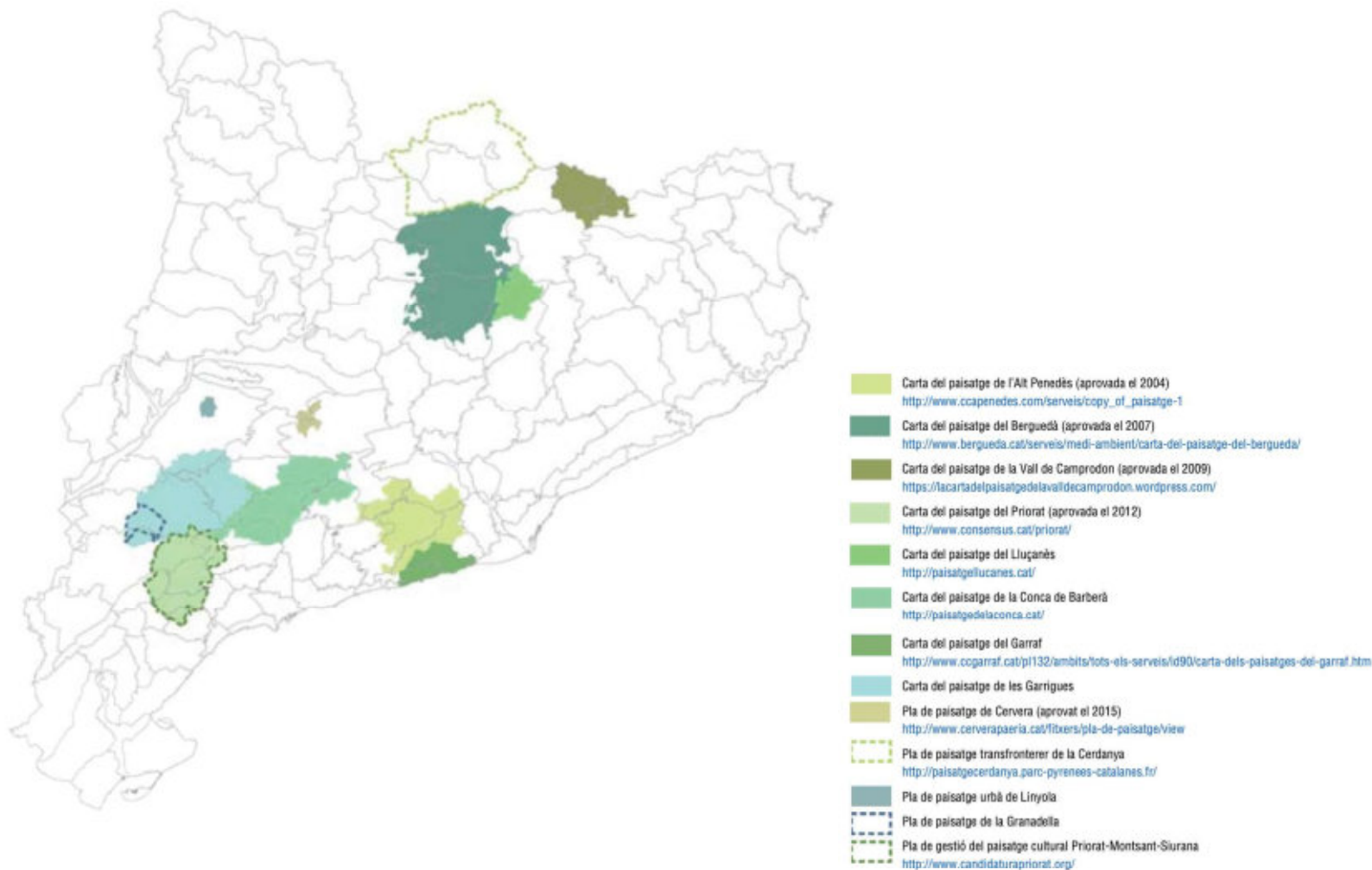
←  
**Fig. 85** | Carretera TV-7421 al seu pas pel pont de Goi, al paisatge de la Plana de l'Alt Camp, conegut per la batalla del pont de Goi que tingué lloc l'any 1809.

Aquests territoris que ja treballen en aquesta línia poden ser excel·lents bancs de proves a l'hora de plantejar una futura xarxa de carreteres d'interès paisatgístic a escala catalana.

Per altra banda, el projecte 18 Scenic Routes noruec, descrit en el capítol 3, per exemple, s'ha cuinat a foc lent, consensuat i madurat amb la participació i implicació de la comunitat local, fins al punt que partia d'una primera enquesta feta l'any 1999 que demanava a les autoritats locals que fessin una llista de les millors carreteres escèniques i representatives de Noruega. També en els projectes North Coast 500, North East 250 i la Great Ocean Road la implicació de la població ha estat un factor absolutament crucial per al funcionament, l'actualització i la continuïtat.

### **Experiències prèvies en matèria de paisatge i carreteres**

En diverses àrees del país comencen a sorgir iniciatives des de la societat civil i del sector privat directament vinculades amb les carreteres i el paisatge, com ara la Carretera del Vi a l'Alt Penedès i el Garraf, impulsada sobretot per alguns cellers de la zona. En alguns casos aquestes experiències sorgeixen com a resposta a projectes de construcció de noves carreteres o bé d'ampliació de les existents. És el cas del Catàleg de carreteres d'interès paisatgístic de l'Alt Empordà, experiència descrita en el capítol 2, que va ser impulsada per l'associació IAEDEN-Salvem l'Empordà. Davant la tendència creixent a ampliar carreteres locals de manera poc reflexiva i dels impactes que aquesta transformació origina, l'associació va impulsar la realització d'un inventari categoritzat de les carreteres d'interès paisatgístic a la comarca.



↑  
**Fig. 86** | Mapa de les iniciatives de planificació i gestió local del paisatge (cartes del paisatge, plans de paisatge, etc.) que formen part de la Xarxa Territoris pel Paisatge. Font: Observatori del Paisatge de Catalunya.

Aquestes experiències, si més no, posen de manifest una sensibilitat especial i un compromís social pel paisatge, la qual cosa pot resultar especialment positiva a l'hora d'identificar carreteres d'interès paisatgístic a escala comarcal. És a dir, aquesta sensibilitat pot resultar molt important a l'hora de gestionar i posar en valor la carretera i els seus paisatges i per tal que el projecte sigui assumit com a propi entre la població local.



# 4.3

## criteris per a la catalogació

Els punts que venen a continuació tenen un enfocament eminentment reflexiu i conceptual i no pretenen –ni poden– abastar el detall que requeriria una planificació minuciosa. Ara bé, es considera important assenyalar una sèrie d'elements rellevants que cal tenir en compte.

El projecte nacional de carreteres d'interès paisatgístic ha de ser coherent amb la realitat paisatgística del país, tal com s'ha esmentat en l'apartat anterior. De fet, els exemples analitzats en el capítol 3 responen a realitats geogràfiques i culturals específiques i, per aquesta raó, si bé resulten inspiradors, seria equivocat considerar-los assimilables plenament. La gran diversitat de paisatges que caracteritza la realitat catalana obliga a escapar-se d'estratègies del tipus "Les carreteres dels deu millors paisatges" o "El gran tomb pels millors paisatges de Catalunya". Quins són aquests "millors paisatges"? El perill de reduccionisme cultural, de banalització i de mera aproximació mercantil és molt alt.

Pràcticament a cada comarca es poden trobar una, dues o més carreteres que complirien els criteris establerts en l'anterior apartat. És a dir, en un territori on el mapa elaborat per l'Observatori del Paisatge de Catalunya ha identificat 134 paisatges, seria absolutament factible trobar al voltant d'un centenar de vies, trams, o conjunts de trams amb un veritable interès paisatgístic. És per això que el projecte ideal ha de ser necessàriament més heterogeni i capaç d'integrar diversos tipus de carreteres, fins i tot molt diferents entre si. Això ha de permetre, precisament i *a posteriori*, proposar experiències múltiples i complementàries capaces d'explicar la diversitat del territori català.

Arribats a aquest punt, ¿té sentit intentar catalogar totes les carreteres susceptibles de ser considerades d'interès paisatgístic? Sembla més prudent iniciar un procés progressiu que inclogui només aquelles vies, trams, o conjunts de trams on es puguin dur a terme unes mínimes intervencions i una gestió específica. A més, la tria de vies sobre les quals actuar hauria de comptar amb la complicitat d'altres administracions que haurien

←  
(A la pàgina del costat)  
**Fig. 87** | Un territori on el mapa elaborat per l'Observatori del Paisatge de Catalunya ha identificat 134 paisatges, seria absolutament factible trobar al voltant d'un centenar de vies, trams, o conjunts de trams amb un veritable interès paisatgístic. Carretera del castell de Mur, al paisatge del Montsec.



d'estar-hi involucrades (diputacions, consells comarcals i ajuntaments), així com d'actors privats que hi estiguin interessats. El reconeixement d'una carretera o d'un tram de carretera com d'interès paisatgístic i la seva inclusió en un llistat nacional, necessàriament haurien d'implicar responsabilitats —i coresponsabilitats— pel que fa al manteniment de la via i el seu equipament, així com pel que fa a la seva divulgació.

Aquestes exigències, lògicament, estan condicionades a la capacitat d'inversió i de gestió de l'organisme o conjunt d'organismes que assumeixin aquestes responsabilitats, ja siguin de la Generalitat, les diputacions, els consells comarcals o a nivell municipal, entre d'altres. Tenir en compte aquesta limitació suposa que la catalogació hauria d'anar sempre de la mà de les capacitats reals de gestió. No fer-ho, és a dir, elaborar una catalogació sense una capacitat de gestió efectiva paral·lela, pot banalitzar i repercutir molt negativament en el concepte de carretera d'interès paisatgístic que arribi a la població. En aquest sentit, l'Annex II inclou un mapa que mostra un assaig metodològic amb algunes carreteres d'interès paisatgístic que compleixen amb els criteris establerts en

↑

**Fig. 88** | L'aplicació de criteris d'intermodalitat facilita articular en forma de xarxa diverses vies, ja siguin motoritzades o no motoritzades, existents o emergents a Catalunya. Ruta cicloturística Pirinexus al seu pas pel paisatge de les Valls d'Olot.



l'apartat 4.2 i que tenen intensitats mitjanes diàries de trànsit inferiors a 1.000 vehicles. Es tracta d'un assaig metodològic, d'un primer pas del que podria acabar esdevenint en el futur un projecte global de carreteres d'interès paisatgístic per a Catalunya, que haurà de ser necessàriament compartit i codissenyat amb les administracions competents en la matèria, amb els actors públics i privats del territori, i amb la població local.

En aquest sentit, val la pena subratllar novament que les tasques de catalogació i gestió de carreteres paisatgístiques fan referència a la infraestructura viària i a l'equipament que pugui necessitar com a via rodada i com a carretera d'interès paisatgístic. Probablement per aquesta raó substancial, en casos rellevants com el de Noruega, aquestes tasques són directament assumides per l'administració encarregada de la gestió de carreteres.

En canvi, la promoció de les carreteres d'interès paisatgístic com a recurs per al turisme i el disseny de propostes de gaudi i consum turístic sol ser, lògicament, responsabilitat directa de les administracions vinculades a l'activitat turística. En funció dels objectius i dels públics triats, les propostes necessàriament hauran de ser diverses i, molt probablement, s'organitzaran a partir de propostes d'itineraris que aniran més enllà dels trams identificats com a carreteres d'interès paisatgístic. A més, l'aplicació de criteris d'intermodalitat facilita articular en forma de xarxa diverses vies, ja siguin motoritzades o no motoritzades, existents o emergents a Catalunya (vies verdes, vies blaves, vies ciclistes, etc.).

En aquest sentit, la connexió amb altres vies i itineraris amplia les possibilitats de generar propostes turístiques atractives. Una sola carretera o tram difícilment poden donar lloc a experiències de més d'una jornada. Aquestes vies, trams o conjunts de trams podrien acabar formant part de rutes o itineraris més llargs, promoguts pels organismes competents en l'àmbit del turisme (Agència Catalana de Turisme, Direcció General de Turisme, patronats i consorcis locals, etc.) o pel sector privat. L'apartat 4.6 incorpora, precisament, algunes reflexions sobre l'elaboració de propostes de rutes i itineraris.

# 4.4

## criteris per a la intervenció

Des de d'una perspectiva del paisatge, la intervenció associada a la catalogació d'una via, tram o conjunt de trams com a carretera d'interès paisatgístic hauria d'abordar, com a mínim, quatre passos:

- Reconeixement de les característiques de la carretera
- Reconeixement de les característiques paisatgístiques del recorregut
- Intervenció global a la carretera i en el seu entorn
- Directrius de preservació dels elements substancials de la via com a carretera d'interès paisatgístic i del seu entorn

### Reconeixement de les característiques de la carretera

El reconeixement a fons de la carretera és un pas imprescindible per a la seva catalogació i comporta, com a mínim, l'anàlisi dels següents elements:

- Les **característiques de la carretera** pròpiament, que inclou el traçat, els trams abandonats, el perfil longitudinal, la secció transversal, la calçada i la senyalització horitzontal, la senyalització vertical i l'abalisament, la senyalització d'orientació i temàtica, les barreres de seguretat, el sistema de drenatge, els sistemes de contenció de vessants i talussos, els talussos, mesures de moderació del trànsit, ponts i viaductes, rotondes, illes i enllaços. En general, la normativa aplicable a les carreteres posa més l'atenció a criteris funcionals i de seguretat i confort en la conducció que a criteris paisatgístics a l'hora de dissenyar les carreteres i fer-ne el manteniment. No obstant això, el tractament d'aquests elements que donen forma a la imatge interior de la carretera és determinant a l'hora de dotar-la d'una imatge d'identitat vinculada al caràcter del paisatge on està inserida. Per exemple, una modificació de la tipologia de les barreres de seguretat o una disminució de la mida de la senyalització vertical poden suposar un gran canvi positiu en la percepció global de la carretera d'interès paisatgístic.



↑

**Fig. 89** | Els trams de carretera abandonats, poden tenir un gran potencial per acollir actuacions de millora vinculades amb les carreteres d'interès paisatgístic. Tram de carretera abandonat al paisatge de Reus-Tarragona.

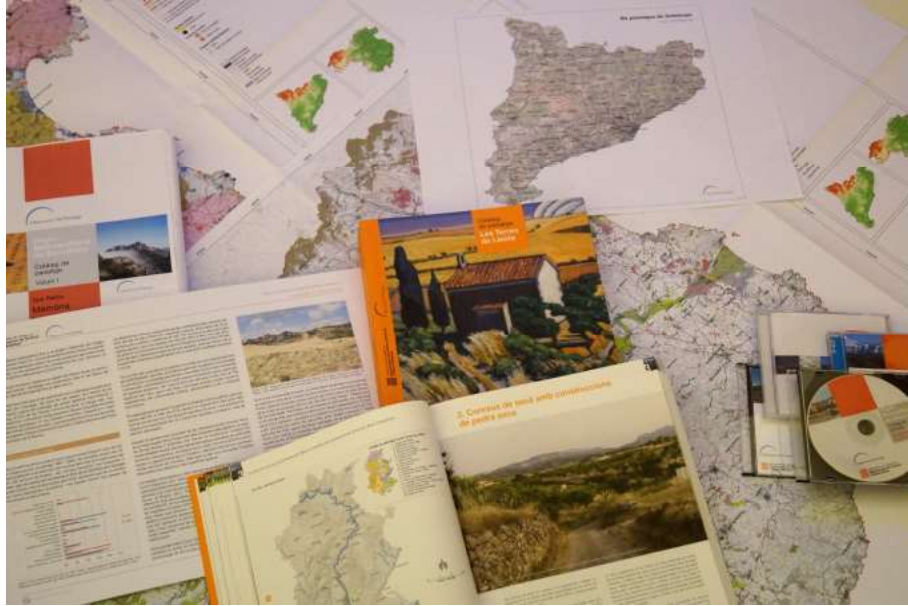
- A més de la carretera mateixa, cal analitzar les **àrees laterals**, susceptibles que s'hi localitzin els equipaments amb un important potencial paisatgístic, des d'on es pot contemplar el paisatge, descansar, passejar o dur a terme qualsevol altre tipus d'activitat recreativa, com ara àrees de descans, miradors, carrils bici, punts de càrrega elèctrica, etc.

- **L'arribada de la carretera a una població** també requereix una anàlisi específica, posant èmfasi en aspectes anteriorment mencionats. L'àmbit periurbà de les poblacions vinculat amb les carreteres és on tenen lloc amb més intensitat mobilitats alternatives, tant obligades com de lleure i turístiques. Les passejades de la gent gran, els enllaços amb serveis situats fora del centre (escoles, tanatoris, etc.), amb barris o poblacions properes, amb masos, etc., constitueixen necessitats de mobilitat que poden atorgar noves funcions a les carreteres.
- Els **accessos i enllaços amb altres carreteres, camins o carrils bici** que permetin fomentar la intermodalitat també han de ser objecte d'una atenció específica.

### **Reconeixement de les característiques paisatgístiques del recorregut**

Un cop analitzada la carretera, cal abordar el recorregut des d'una perspectiva de la interacció i el diàleg amb el paisatge, en ambdós sentits de la carretera, i considerant les condicions reals de desplaçament. Això implica una sèrie d'observacions; a continuació es descriuen les principals:

1. Recopilar informació de les **característiques del paisatge que recorre la carretera i de la mateixa carretera**, a partir de fonts científiques, històriques, literàries, artístiques i populars. Algunes fonts d'informació que es poden utilitzar són:
  - Mapa de les unitats de paisatge de Catalunya
  - Fitxes de les unitats de paisatge dels catàlegs de paisatge de Catalunya
  - Cartes del paisatge dels territoris que en tinguin
  - Inventaris i estudis realitzats a nivell local sobre el patrimoni natural i cultural



↑  
**Fig. 90** | (A l'esquerra) Els catàlegs de paisatge de Catalunya són fonts d'informació de primer ordre per conèixer les característiques i els valors dels paisatges que es perceben des de les carreteres.

↑  
**Fig. 91** | (A la dreta) Les construccions de pedra seca són un dels valors del paisatge que es poden percebre des de nombroses carreteres catalanes. Murs de pedra seca característics del paisatge de l'Altiplà de la Terra Alta.

→  
 (A la pàgina següent)  
**Fig. 92** | Sovint els rètols publicitaris limiten el camp visual des de les carreteres, i a vegades alteren referents paisatgístics que es podrien potenciar. Rètol publicitari situat a les proximitats de Girona, al paisatge del Pla de Girona.

2. La recopilació d'informació per identificar els principals **trets i valors del paisatge** que defineixen els trams, com ara puigs, singularitats geomorfològiques, estructures agrícoles, boscos singulars, siluetes urbanes, fileres arbrades, fars, torres, castells, miradors, penya-segats, masos, murs de pedra seca, séquies, canals i recs, etc. Això ha de permetre conèixer els elements més rellevants de la imatge visual i del significat històric, simbòlic i identitari de cada paisatge del qual forma part la carretera. També és important analitzar l'**accés** a aquests elements.
3. Identificar el **valor patrimonial de determinades vies històriques i el seu patrimoni associat**, com ara antics traçats de les carreteres, travessies urbanes, rètols de senyalització, fondes, fites, creus de terme, ponts de pedra, casetes de peons caminers, sistemes de protecció, etc. El projecte Museu al carrer del mNACTEC aporta informació molt rellevant en aquest sentit. Cal també estar amatents als diversos processos de patrimonialització que s'estan produint a escala local. Més enllà de la base de dades del mNACTEC, seria molt oportú que el Departament de Territori i Sostenibilitat impulsés un inventari de les vies comunicació històriques de Catalunya amb la finalitat de preservar i protegir-les, així com el seu patrimoni associat i el seu entorn, tal com han fet a Noruega o a Suïssa.

GINSA  
900 50 13 18



NOUVO  
**YARIS**  
CON TECNOLOGIA  
SOUND-DRIVING POP  
**100** €  
3 ANYS

TOYOTA



NOUVO  
**REPARTINT  
FELICITAT  
DES DEL 1886**  
NOU DISSENY. 100% COCA-COLA.

Coca-Cola  
Coca-Cola  
Zero



Continuo respectant-la  
com el primer dia

UNA GRAN MITO ERIGIR  
UNA GRAN EXPERIENCIA

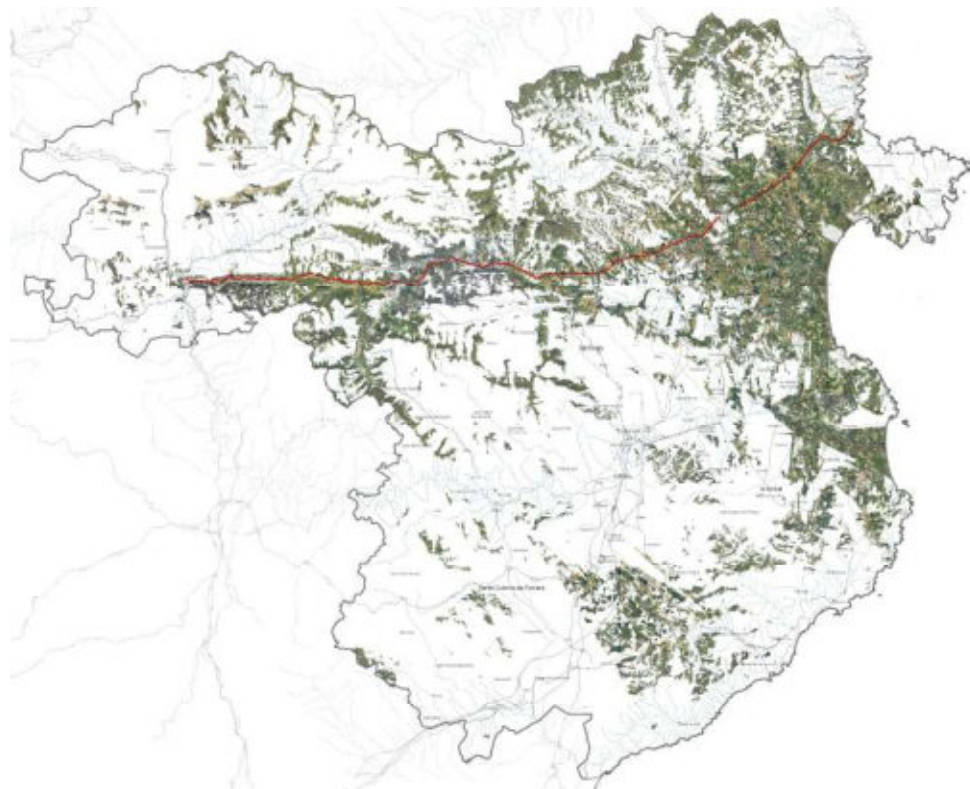
Alex Oros, el nou regidor de la ciutat del nou.



↑

**Fig. 93** | Nombroses carreteres contenen elements patrimonials de gran interès. Pont a la carretera BV-4406, a prop de Santa Maria de Merlès, al paisatge del Lluçanès.

4. Identificació *in situ* i en ambdós sentits de la carretera de les pautes visuals del tram i dels punts del recorregut on es produeixen **transicions entre paisatges o trams concrets** on apareixen els valors o referents paisatgístics especialment destacats identificats en el punt anterior. Això resulta molt important a l'hora d'establir la localització de certs equipaments com els miradors, les àrees d'aturada o la senyalització interpretativa.



↑

**Fig. 94** | L'anàlisi de visibilitats des de la carretera pot afavorir la integració de nous elements vinculats a les carreteres d'interès paisatgístic. Anàlisi de visibilitats de la carretera N-260 realitzat en el marc del Catàleg de paisatge de les Comarques Gironines.

Font: Observatori del Paisatge.

5. Identificació de les **edificacions, les infraestructures i altres barreres visuals** (rètols publicitaris, construccions efímeres, etc.) **que limiten el camp visual** o desfiguren i dificulten la visió de les principals fites visuals, valors o referents paisatgístics amb la finalitat de definir estratègies d'ocultació, harmonització o fins i tot eliminació d'alguns dels elements.
6. Avaluació de la **qualitat dels accessos als nuclis** i identificació dels que requereixen d'actuacions de millora. Les entrades i sortides dels nuclis urbans són el rebedor de les ciutats i, per tant, requereixen uns criteris d'ordenació i de qualitat paisatgística que les integren entre l'espai rural i l'urbà, i reforcin el caràcter i la identitat de cada població.





### Intervenció global a la carretera i en el seu entorn

El següent pas és l'elaboració d'un projecte d'intervenció global que concreti les actuacions a dur a terme a la carretera i en el seu entorn amb la finalitat de reforçar el caràcter del paisatge i de la carretera, tot garantint la coherència del conjunt del traçat. A continuació només s'enumeren els aspectes i criteris més destacats que l'administració responsable de l'elaboració del projecte (sigui la Generalitat, les diputacions o els consells comarcals) ha tenir en compte, sense entrar en el detall en els tipus d'actuacions, que dependran de cada lloc i de les característiques de cada paisatge. Per tant, qualsevol intervenció s'ha d'adequar a la realitat paisatgística de cada lloc:

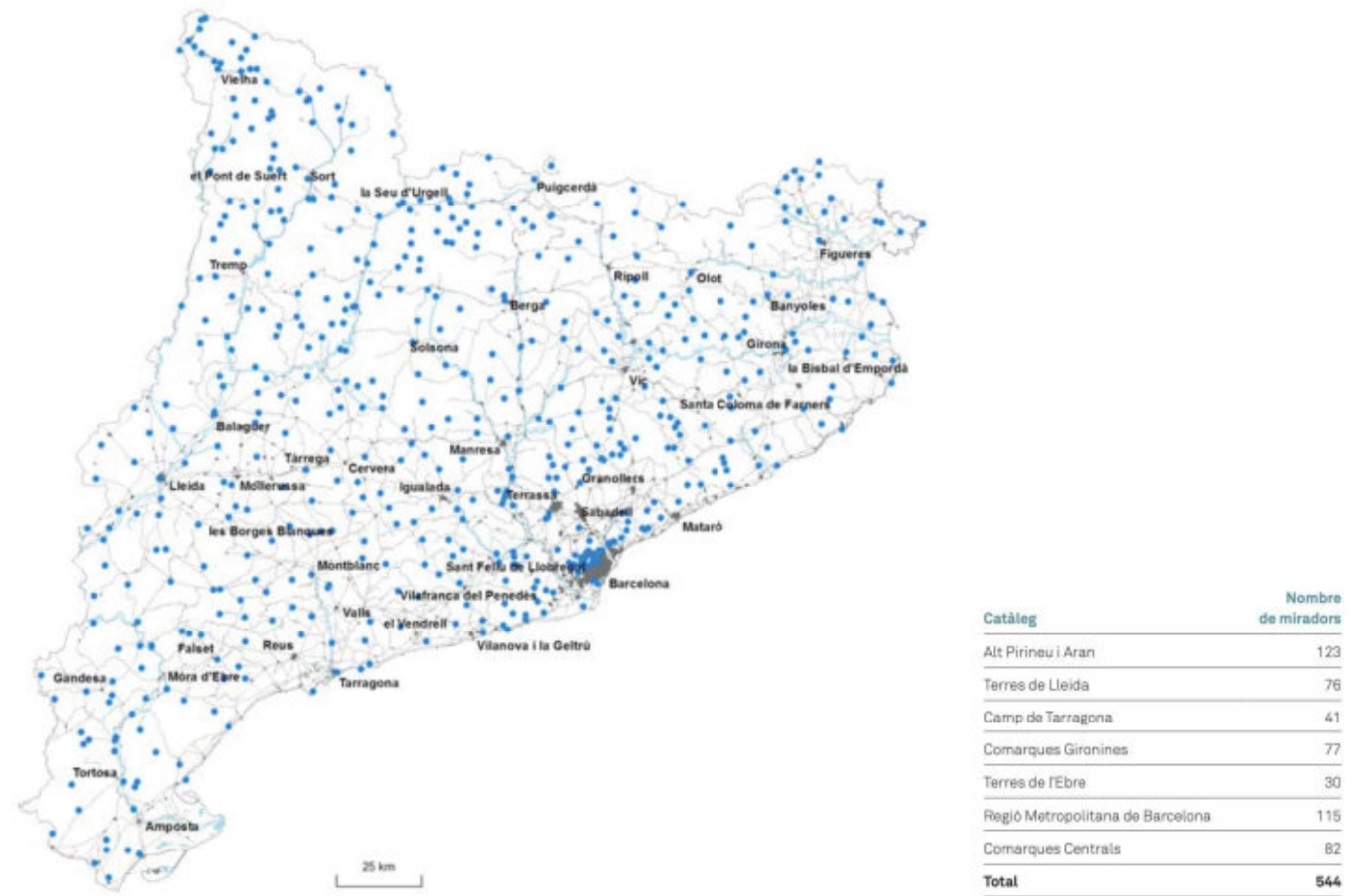
1. Actuacions **sobre la carretera** dirigides a assegurar uns nivells adequats de seguretat i confort, així com de manteniment de la infraestructura. La consideració de carretera d'interès paisatgístic hauria de procurar evitar o condicionar transformacions que n'alteressin substancialment el caràcter, tals com l'ampliació de la calçada, la construcció de nous vorals o la supressió de curves, entre d'altres.
2. **Adequació de miradors existents o la construcció d'altres de nous.** Els miradors són equipaments especialment rellevants per a les carreteres d'interès paisatgístic,

↑  
**Fig. 95** | La qualitat dels accessos als nuclis és un factor important on alguns projectes de carreteres d'interès paisatgístic hi poden incidir. Accés al nucli del Vendrell, al paisatge de la Plana del Penedès.

ja que provoquen l'aturada i, per tant, predisposen a la contemplació i conviden a la interpretació dels paisatges. També poden ser punts d'inici de camins i senders que s'endinsen en els paisatges propers a la via. A l'hora de triar els miradors sobre els quals actuar, els que estan definits en els catàlegs de paisatge poden ser una bona base de partida, que caldrà anar ampliant progressivament.



→  
**Fig. 96** | Hi ha punts de les carreteres que tenen una gran potencialitat com a miradors. Carretera BV-4608, a prop de Sant Hipòlit de Voltregà, al paisatge de la Plana de Vic.



D'altra banda, l'aposta decidida dels noruecs per la intervenció de l'arquitectura i l'art en la construcció de miradors i altres fites (com àrees de descans, etc.) resulta extraordinàriament inspiradora, tal com ja s'ha comentat en altres apartats. Els nous miradors s'han convertit, de fet, en noves icones i referents del paisatge noruec i tenen un paper essencial en la revelació i creació de nous valors vinculats al paisatge. Tot i amb això, cal tenir present que la creació d'un nou mirador o l'adequació d'un mirador existent ha de mantenir la coherència, tant amb la mateixa carretera i el seu entorn com també amb la resta d'indrets des d'on pugui tenir una incidència visual destacable (altres carreteres o punts d'observació propers).

↑  
**Fig. 97** | Miradors identificats en els catàlegs de paisatge.  
 Font: Nogué, Sala, Grau, 2016.

3. **Restauració o recuperació d'elements associats al valor històric i patrimonial de la via.** Un exemple d'això pot ser la restauració dels murs laterals de protecció de maçoneria que tradicionalment es trobaven en moltes de les antigues carreteres, o la conservació o restauració d'altres elements tradicionals com els murs de pedra seca, que confereixen caràcter al paisatge de la carretera. Altres elements patrimonials singulars són els ponts de pedra, les creus de terme, etc.
4. **Regenerar trams malmesos i degradats.** Una carretera d'interès paisatgístic també pot incloure alguns trams malmesos o degradats. Si és el cas, el reconeixement de la carretera ha de constituir un revulsiu de prou pes per plantejar la millora de paisatges actuals propers, tot promovent una sèrie d'intervencions de rehabilitació i millora de paisatges puntuals on sigui necessari (abocaments, acumulació de cables elèctrics, concentració d'antenes, publicitat, etc.).

El projecte, per tant, es pot convertir en una oportunitat per millorar infraestructures locals i impulsar intervencions d'enriquiment del paisatge actual o de regeneració de paisatges malmesos i degradats, injectant qualitat al lloc i convertint-se així en un argument per revitalitzar el territori i fer ressaltar les seves característiques més valuoses. Així mateix, el posterior desenvolupament de projectes turístics pot generar oportunitats de finançament per dur a terme actuacions d'aquest tipus.

Això es pot fer eliminant els impactes més visibles des de la carretera (vegeu el punt 5 de l'apartat anterior), amb l'apantallament vegetal per corregir impactes visuals en l'entorn, o amb la millora de la gestió del paisatge perquè aquest sigui més harmònic (ja sigui agrari, forestal, urbà, periurbà, etc.). Caldrà, també, una ordenació i una millora adequades de les travessies urbanes i dels accessos a nuclis urbans (vegeu el punt 6 de l'apartat anterior).



↑

**Fig. 98** | A les proximitats de les carreteres sovint hi ha edificacions o altres elements que tenen una incidència negativa en la percepció del paisatge però que al mateix temps tenen un gran potencial per ser rehabilitats i donar valor afegit al paisatge. Construcció discordant propera a una carretera del paisatge de Reus-Tarragona.

Tal com s'ha mostrat anteriorment, la carretera constitueix la principal infraestructura que facilita visió de territoris i paisatges i per aquesta raó esdevé una veritable generadora d'imaginari. Això significa que caldria tenir molt present quins són els impactes visuals negatius provocats per determinats elements i quines són les disharmonies visibles des de la carretera, amb major o menor intensitat.

5. Instal·lació de **senyalització informativa específica que identifiqui la carretera o el tram considerat d'interès paisatgístic**, així com de la **senyalització** que es consideri necessària en els indrets que funcionen com a **nodes de connectivitat i intermodalitat** amb altres vies (vies verdes i blaves, senders, camins ramaders, etc.).
  
6. Instal·lació de **senyalització interpretativa que faciliti l'experiència paisatgística**. Cal ser prudents a l'hora de decidir instal·lar-ne i molt rigorosos pel que fa als continguts i el disseny. D'una banda, es tracta d'equipaments cars de produir i de mantenir i que poden alterar significativament el caràcter del lloc on s'ubiquen. Cal limitar-ne el nombre als estrictament necessaris. D'altra banda, si els continguts i el disseny no responen a una veritable proposta d'interpretació, la seva utilitat pot arribar a ser molt discutible. Malauradament, encara és molt habitual trobar equipaments d'aquest tipus que resulten absolutament prescindibles. És pertinent recordar que interpretar el patrimoni no consisteix simplement a donar informació. Per a la interpretació, la informació està al servei d'aconseguir transmetre significats i revelacions profundes.

Altres actuacions en l'entorn de la carretera poden ser:

- Instal·lació de punts de càrrega elèctrica per a cotxes i bicicletes, amb l'objectiu de potenciar-ne l'ús i facilitar-lo.
- Analitzar i millorar les condicions d'accés a determinats elements d'interès propers a les carreteres.
- Adequació d'indrets on aturar-se a contemplar determinats elements rellevants del paisatge.
- Adequació d'àrees de descans amb serveis associats, com taules i lavabos.
- Condicionament de passejos laterals aprofitant trams abandonats propers a nuclis urbans.



- Incorporació d'elements destinats a limitar o a disminuir la velocitat.
- Construcció de carrils bici.
- Millora de les condicions de visibilitat dels fons escènics en certs trams o punts mitjançant el tractament de masses arbrades.
- Major control de processos urbanístics, constructius, d'infraestructures (elèctriques, telefonia...) i d'activitats, com les extractives, entre d'altres.

→

**Fig. 99** | La instal·lació de punts de càrrega elèctrica per a cotxes i bicicletes pot ser una de les actuacions vinculades a les carreteres d'interès paisatgístic. Punt de càrrega a Caldes de Malavella, al paisatge de la Plana de la Selva.

Tal i com s'ha anat esmentant, les actuacions que calgui fer a les carreteres i en el seu entorn (miradors, àrees de descans, etc.) constitueixen un camp fructífer i obert a la creativitat, als experts del món de l'arquitectura, de les intervencions artístiques, i del disseny en general. Aquests professionals hauran de copsar els valors d'un indret en funció de la idiosincràsia de cada paisatge i de la seva sensibilitat i capacitat d'observació i empatia amb el lloc.



### Directrius de preservació dels elements substancials de la via com a carretera d'interès paisatgístic i del seu entorn

La catalogació d'una carretera o tram com d'interès paisatgístic i el posterior pla d'intervenció haurien de comportar també l'elaboració d'un conjunt de directrius dirigides a la preservació dels elements que es considerin substancials de la carretera i del seu entorn. Així, per exemple, possibles projectes que comportin l'eixamplament de la calçada, l'eliminació de tanques tradicionals o la generació de nous talussos, haurien de ser avaluats amb molta cura i s'hauria de considerar, fins i tot, desestimar-los, en alguns casos, si comporten una pèrdua substancial dels valors que converteixen la carretera en una via d'interès paisatgístic.

↑  
**Fig. 100** | Alguns paisatges, com Valls d'Olot, presenten una singular densitat de trames viàries d'arrel històrica de traça menuda i molt capil·lar, que relliga petits nuclis de població, amb una integració harmònica amb el paisatge de l'entorn. Bàsicament són àrees de plana agrícola on la morfologia del terreny permet la distribució reticular dels camins d'accés als masos i als conreus.

Això mateix pot considerar-se respecte a l'entorn al voltant de la carretera. Les intervencions que es duguin a terme haurien d'evitar destruir o desvirtuar els elements que atorguen valor a la via i al seu paisatge. Els estudis de reconeixement duts a terme i el pla d'intervenció elaborat prèviament han de permetre definir amb prou precisió un conjunt de directrius específiques dirigides, tal com s'ha exposat, a la preservació dels elements considerats substancials.



# 4.5

## **criteris per a la governança i la gestió**

És fora del propòsit del present treball definir de manera acurada un model de gestió i de governança de les carreteres catalanes d'interès paisatgístic. Tanmateix, a continuació s'apunten una sèrie de reflexions que poden ajudar a una futura definició.

### **La governança**

La governança suposa una manera de governar que es fonamenta en la interrelació dels organismes amb responsabilitats de la direcció política d'un territori i la societat civil, per donar poder, autoritat i influència a la societat sobre les decisions que afecten la vida pública.

La iniciativa de crear i desenvolupar un projecte nacional de carreteres d'interès paisatgístic suposa indefectiblement la concreció de les responsabilitats de gestió en un ens nacional, perfectament identificat, ja sigui una oficina governamental o una agència pública amb capacitat real de gestió. En el cas de l'experiència noruega la gestió del projecte de carreteres escèniques és responsabilitat de l'organisme públic estatal encarregat de la gestió de les carreteres, la qual cosa, si més no, resulta absolutament coherent respecte a la naturalesa de la infraestructura en la qual es basa el projecte.

A la vegada, l'ens gestor ha de ser capaç d'aconseguir la participació activa d'agents públics implicats en l'ús i la gestió de les carreteres, el paisatge i el turisme provinents d'altres àrees de la mateixa administració o d'altres administracions. A més, a escala de cada projecte concret, serà molt important establir relacions amb entitats públiques i privades de la regió on es desenvolupi i amb la població local, els quals són, de fet, els primers destinataris del projecte.

Arribats a la fase de disseny de rutes i propostes turístiques, la seva complicitat pot marcar l'èxit o el fracàs de la iniciativa. La seva implicació resulta essencial per a la formació d'una xarxa d'actors interessats, apoderats i implicats en el projecte. Per tant, el procés de participació ha de ser dut a terme amb cura i ha de conduir a estimular la iniciativa privada que estigui alineada amb l'interès públic.

Pel que fa a governança, entre els casos analitzats destaca el de Noruega i el procés inicial de consultes als serveis territorials de l'administració i a la població per determinar quines podrien ser les carreteres més representatives per ser triades. Altres casos com l'escocès i l'australià destaquen perquè estan basats en la participació activa dels agents locals, la qual resulta fonamental per al funcionament de tots els serveis que concerneixen el projecte. Així, una bona governança esdevé un factor clau per aconseguir revitalitzar territoris i aconseguir que els beneficis econòmics, culturals i socials de la iniciativa acabin repercutint a la comunitat local.

En el cas de Catalunya, un projecte global de carreteres d'interès paisatgístic hauria de ser capaç d'integrar tant els actors interessats, a totes les escales, com la població local, i en totes les seves fases, des de la definició fins a la promoció, passant per la gestió. En aquest sentit, una consulta inicial seria molt útil per conèixer els interessos i les perspectives de cada territori, tal com, per exemple, es va fer en el cas noruec analitzat.

### **La gestió**

A més de l'administració específica de la via i dels equipaments associats (miradors, àrees de descans, senyalització, etc.), la gestió d'una carretera paisatgística hauria d'abordar dos elements especialment rellevants: la multimodalitat i la gestió cultural del projecte.



↑

**Fig. 101** | La gestió cultural pot integrar perfectament població local i visitant i generar propostes que tinguin una dimensió turística. La iniciativa de posar en valor el moment de la floració dels fruiters impulsada a alguns paisatges, com el Paisatge fluvial del Segre, a prop de Torres de Segre i Aitona, n'és un exemple.

**La gestió de la multimodalitat** implica promoure formes de mobilitat sostenible, especialment la bicicleta, així com afavorir la possibilitat de combinar diferents sistemes de mobilitat. Això pot significar des de facilitar propostes de recorreguts a peu o en bicicleta que parteixin de la carretera fins a potenciar propostes de viatges combinats de ferrocarril amb cotxe elèctric o bicicleta. Gestionar la multimodalitat hauria de ser un objectiu prioritari de gestió, de manera que s'afavoreixi al màxim la possibilitat de desenvolupar projectes a diferents escales i adaptats a les necessitats, possibilitats i preferències del públic.

Lògicament, una part de la gestió de la multimodalitat recaurà en el gestor directe de la infraestructura (per exemple, els casos en què existeixi o es projecti una nova via segregada per a ús pedestre o ciclable paral·lela a la carretera). Altres actuacions, com el disseny de rutes multimodals, probablement es duran a terme des de l'àmbit de la gestió turística.

**La gestió cultural** significa, en primer lloc, disposar d'instruments efectius per anar més enllà d'una concepció merament escènica del paisatge i superar la seva percepció com a simple teló de fons, com a complement decoratiu d'altres recursos. El paisatge no ve donat només per valors escènics, sinó que també hi tenen un paper els valors històrics, artístics, simbòlics i naturals. La gestió cultural resulta fonamental si es vol apropar els ciutadans a aquests altres valors i facilitar-hi la interacció. És a dir, si s'admet que la percepció del paisatge és resultat de la cultural, la seva gestió hauria d'incorporar també la gestió cultural.

És a partir d'aquesta gestió que es poden desenvolupar projectes inspiradors que generin nous valors –cultura– i evitin la banalització. Així, una lectura de poemes relacionats amb el paisatge, o l'organització d'un tast i maridatge de vins i paisatge en un dels miradors de la carretera, o unes jornades sobre enginyeria caminera, podrien ser exemples de gestió cultural que vinculés paisatge, cultura i carreteres.

La gestió cultural pot integrar perfectament població local i visitant i generar propostes que tinguin una dimensió turística, ajudin a dinamitzar l'oferta i generin l'atracció de visitants. El gran avantatge d'aquest enfocament és que facilita l'atracció d'un tipus de visitants en sintonia amb els valors de l'indret i les comunitats locals.

# 4.6

## **criteris per al disseny de la imatge i la senyalització**

### **La imatge comuna**

Treballar la imatge d'un pla nacional per a la valoració de carreteres d'interès paisatgístic suposa crear un projecte de comunicació visual poderós i clarament identificable basat en el concepte de paisatge com a bé comú i element identitari. Això implica, en primer lloc, dur a terme un acurat treball en relació amb la imatge mateixa del pla i dels elements que han de dotar-lo d'identitat i visibilitat a escala nacional. Aquest treball inclou, per exemple, el disseny dels senyals identificadors dels trams i les carreteres. Igual que els senyals de trànsit són comuns, independentment del gestor de la infraestructura, els senyals identificadors de les vies també ho haurien de ser.

Alguns dels projectes analitzats en el capítol 3 poden servir de referents en aquest aspecte, especialment el de les 18 carreteres escèniques noruegues, la Great Ocean Road i també el Grand Tour de Suïssa, tot i que en alguns casos, com el suís, es tracta de projectes orientats a difondre propostes de rutes més que no pas a identificar carreteres concretes.

### **La imatge dels projectes**

D'altra banda, dins de cada projecte concret, la interpretació del paisatge i del patrimoni vinculat a cada carretera generarà també necessitats de senyalització específica. En aquest sentit, seria recomanable evitar una estandardització excessiva que podria restar valor a la singularitat de cada paisatge i de cada carretera. És a dir, la senyalització no hauria "d'extreure" mai els objectes identificats del seu lloc, ni transformar l'atmosfera que els envolta i que resulta imprescindible per a la seva interpretació. Valdria la pena estudiar bé les possibilitats que ofereix el món virtual per tal d'aconseguir projectes de senyalització innovadors i discrets que deixin una marca distintiva però discreta i respectuosa al territori.



↑

**Fig. 102** | La pròpia carretera pot suggerir un tipus de senyalització o un altre. Carretera N-260a entre Colera i Portbou, al paisatge del Cap de Creus.

Indubtablement, les tasques relacionades amb la construcció d'imatge comuna del pla i de la seva senyalització, així com de la senyalització patrimonial de cada carretera, obren la porta a la creativitat d'artistes i experts en l'arquitectura i el disseny en general.

# 4.7

## Críteris per al disseny de rutes turístiques

A banda de la gestió específica de les vies i del seu equipament, la difusió i l'aprofitament social i turístic de les carreteres d'interès paisatgístic hauria de comportar, lògicament, l'elaboració de propostes concretes de rutes destinades a un públic interessat en el paisatge i els recorreguts itinerants.

Una sola carretera o tram identificat com a element d'interès paisatgístic constitueix un itinerari amb personalitat pròpia. D'entrada, esdevindrà un recurs, un atractiu més en la descoberta de l'àrea on s'ubica. Tanmateix, no és habitual que una sola carretera es converteixi en un atractiu capaç d'atreure públic per si sol. En canvi, tal com s'apuntava en l'apartat 4.3, considerar-la conjuntament amb altres vies i itineraris amplia les possibilitats de dissenyar propostes turístiques atractives. Aquestes vies, trams o conjunts de trams poden donar lloc a rutes o itineraris més llargs, promoguts pels organismes competents en l'àmbit del turisme (Direcció General de Turisme, Agència Catalana de Turisme, patronats i consorcis locals, etc.) o directament pel sector privat, amb l'elaboració de productes per tal que siguin comercialitzats.

Cal tenir ben present, tal com es repeteix en diversos apartats del present document, que una veritable ruta no és només un llistat de recursos o indrets a visitar. En essència, una ruta és —o hauria de ser— una història. És a dir, la promesa d'evocar i viure un determinat relat *in situ*. Per tant, com ja es citava, una pregunta que caldrà respondre a l'hora de plantejar propostes de rutes vinculades a les carreteres i el paisatge serà: quines són les històries, representatives i interessants, que podem associar a les nostres carreteres i paisatges? O bé, quines noves narratives podríem ajudar a fer aparèixer?

Catalunya és un país ric en història, i no només la que es pot llegir als llibres. Arreu es poden trobar històries quotidianes, sovint inèdites i extraordinàries, que han transfor-





mat els llocs amb l'ajut de les persones que hi viuen. Com en la resta de països mediterranis, el paisatge és un palimpsest amb capes i capes d'història, algunes d'antigues i altres de més recents, que parlen de grups i d'individus, del món dels humans, de la naturalesa i del món sobrenatural. Aquestes històries, o altres de noves, convenientment elaborades, poden donar lloc a atractives narratives que dotin de sentit i contingut futures propostes de rutes.

Així, una ruta ha de tenir un concepte clar i sòlid, adequat al públic o públics objectius. El tema triat ha d'organitzar-se adequadament de manera que prevalguin les emocions per sobre de les descripcions, que sigui perdurable, simbòlic, ric i divers, de manera que permeti descobrir significats rellevants i que faci més savi a qui ho experimenta, i li generi interès, a més a més de transmetre'l de manera amena.

És especialment a través de les narracions que es connoten els paisatges amb valors, històries i emocions. El viatge pot convertir-se en una experiència de creació col·lectiva de nous paisatges, nascuts de la pròpia comunitat local, i donar als visitants l'oportunitat de tenir un paper actiu en la creació de valor. La narració, per tant, també pot implicar la comunitat local i incentivar l'intercanvi de coneixement, la comprensió, la proximitat i molts altres valors que hauríem de redescobrir.

S'ha pogut constatar en les experiències analitzades que les tècniques de promoció més interessants són, precisament, les que es relacionen amb la dimensió intangible del paisatge. És a dir, les que estan basades en històries, experiències i relats, fomenten activitats culturals que doten els paisatges de nous continguts i significats, i faciliten l'elaboració de productes turístics que permeten donar a conèixer la diversitat i la riquesa dels paisatges amb els quals interaccionen.

←

**Fig. 103** | Embassament de la Baells i serra de Picancel des del mirador de la Figuerassa (Cercs), al paisatge de les Capçaleres del Llobregat.





## Referències bibliogràfiques

- AGUILÓ Alonso, Miguel (1984). "Identificación de tramos de carretera con interés paisajístico", *Revista de Obras Públicas*, maig 1984, p. 329-344.
- ANTON, Salvador (1998). "Rutas e itinerarios culturales, prioridades y desafíos", *Salón internacional de Turismo en Cataluña, Jornada Técnica*.
- AZZARI Margherita; CASSI Laura (2002). *Itinerari turistico culturali in Toscana*. Firenze: University Press Firenze.
- BECKER, Elizabeth (2013). *Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism*. New York: Simon & Schuster.
- "BERTHA Benz Memorial Route", dins *Wikipedia* [en línia]. <[https://en.wikipedia.org/wiki/Bertha\\_Benz\\_Memorial\\_Route](https://en.wikipedia.org/wiki/Bertha_Benz_Memorial_Route)> [consulta: 20.11.2019].
- BESÓ, Adrià (2017). "Una aproximación al paisaje desde la red viaria local. Los huertos de naranjos de la carretera de Alzira a Corbera (Valencia)", *Papeles de Geografía*, núm. 63.
- BRIEDENHANN, Jenny; WICKERS, Eugenia (2004). "Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas – vibrant hope or impossible dream?", *Tourism management*, vol. 25, núm. 1, febrer 2004, p. 71-79.
- BRUWER, Johan (2003). "South African Wine Routes: Some Perspectives on the Wine Tourism Industry's Structural Dimensions and Wine Tourism Product", *Tourism management*, vol. 24, núm. 4, p. 423-435.
- CARAVAGGI, Lucina; MENICHINI, Susanna; PAVIA, Rosario (2004). *Strade paesaggi*. Roma: Meltemi.
- CARERI, Francesco (2006). *Walkscapes. Camminare come pratica estetica*. Torino: Einaudi. (Piccola Biblioteca Einaudi).
- CARRETERAS y ferrocarriles paisajísticos de Asturias. Departamento de Geografía de la Universidad de Oviedo, [2014-2017?].
- CERVERA, Marina (en premsa). "Paisatges en trànsit", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya, Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.
- COLOMER, Joel; FUMANAL, Miquel Àngel (2017). "La via del Capsacosta: la construcció d'un tram del camí reial de Barcelona a Camprodon als segles XVII i XVIII", *Annals del Patronat d'Estudis Històrics d'Olot i Comarca*, núm. 28, p. 17-51.
- CONSELL D'EUROPA (2000). *Conveni europeu del paisatge* [en línia] <<https://rm.coe.int/16802f3fa4>> [consulta: 18.11.2019].

- CONSELL D'EUROPA (2012). *Landscape facets Reflections and proposals for the implementation of the European Landscape Convention*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- CONSELL D'EUROPA (2015). *Cultural routes management: from theory to practice*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- CROWE, Sylvia (1960). *The Landscape of roads*. London: The architectural Press.
- CROWLEY, John; Sheehan, John (2009). *The Iveragh Peninsula: A Cultural Atlas of the Ring of Kerry*. Cork: University College Cork.
- DEVOLD, E. M. et al. (2002). *Vegvalg. Nasjonal verneplan. Veger - Bruer - Vegrelaterte kulturminner*. Statens vegvesen.
- DIVERSOS AUTORS (2007). *1º Congreso Paisaje e infraestructuras: libro de actas*. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Centro de Estudios Paisaje y Territorio.
- DIVERSOS AUTORS (2010). *2º Congreso Paisaje e infraestructuras: libro de actas*. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Centro de Estudios Paisaje y Territorio.
- DOMÍNGUEZ, Iñigo (2017). "¿Qué hacemos con los turistas?", *El País* 2/07/17. Disponible a: <[https://elpais.com/economia/2017/06/30/actualidad/1498825268\\_612927.html](https://elpais.com/economia/2017/06/30/actualidad/1498825268_612927.html)> [consulta: 18.11.2019].
- DONAIRE, José Antonio (2014). "Fast look" [en línea]. <<http://don-aire.blogspot.com/search?q=fast+look>> [consulta: 18.11.2019].
- DUENSING, Dawn E. (2015). *Hawaii's Scenic Roads: Paving the Way for Tourism in the Islands*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- ESPAÑOL, Ignacio (2008). *La carretera en el paisaje. Criterios para su planificación, trazado y proyecto*. Sevilla: Centro de Estudios Paisaje y Territorio, Consejería de Obras Públicas y Transportes, Junta de Andalucía.
- EUROPAEISCHE WEINSTRASSEN (1999). *La Route de Vins*, Europaeische Weinstrassen, Blaye
- EWERS, Chris (2012). *Roads and the eighteenth-century novel Turnpikes. new topographies and changing narratives*. London: King's College, University of London.
- FALQUI, Enrico (2013). *Camminare il paesaggio*. Pisa: ETS.
- FULLER, Peter (1997). "Value adding, the regional wine experience", *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, vol. 12, núm. 1, p. 35-39.

GENERALITAT DE CATALUNYA (2006). *Llei 8/2005 i Reglament de protecció, gestió i ordenació del paisatge*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. (Quaderns de Legislació; 65).

GRAZULEVICIUTE-VILENISKE, Indre; MATIJOSAITIENE, Irina (2010). "Cultural Heritage of Roads and Road Landscapes: Classification and Insights on Valuation", *Landscape Research*, vol. 35, núm. 4, p. 391-413.

GUNN, Clare A. (1979). *Tourism Planning*. New York: Crane Russak & Co.

HALL, Colin Michael (1989). "Hallmark Events and the Planning Process", dins Geoffrey J. Syme, B.J. Shaw, D.M. Fenton i W.S. Mueller (eds.). *The Planning and Evaluation of Hallmark Events*. Aldershot: Averbury.

HALL, Colin Michael; MACIONIS N. (1998) "Wine Tourism in Australia and New Zealand", dins Richard Butler, Colin Michael Hall i John Jenkins (eds.). *Tourism and Recreation in Rural Areas*. West Sussex: Wiley and Sons.

HAN, Byung-Chul (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.

HAN, Byung-Chul (2015). *El aroma del tiempo*. Barcelona: Herder.

HOLLAND, Jenny; DIXEY, Louise; BURIAN, Michael (2003). "Tourism in Poor Rural Areas: Diversifying the Product and Expanding the Benefits in Rural Uganda and The Czech Republic", *PPT Working Paper*, núm. 12. London: ODI.

INSKEEP, Edward (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

JACKSON, John Brinckerhoff (2011). *Las carreteras forman parte del paisaje*. Barcelona: Gustavo Gili.

KOŁODZIEJ, Anna (2017). "Landscape Routes as an Infrastructural Core of Cultural Landscapes; Their Distinctive Role for The Character of Region", *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*. Vol. 245 (042053).

LANDES, David S. (2010). "Global Enterprise and Industrial Performance: An Overview", dins David S. Landes; Joel Mokyr; William J. Baumol. *Invention of Enterprise*. Princeton: Princeton University Press, p. 584.

LEW, Alan A. (1991). "Scenic Routes and rural development in the US", *Tourism recreation research*, vol. 16, núm. 2, p. 23-30.

- MACIONIS, Niki (1998). "Wineries and Tourism: Perfect Partners or Dangerous Liaisons?", dins *Proceedings of the first Australian wine tourism conference*. Canberra: Bureau of Tourism research, p. 35-50.
- MAJORAL, Anna (2013). *El artefacto como condición previa al paisaje. Evolución y tendencias en el diseño de las autopistas catalanas*. Treball final de màster de la UPC-ETSAB.
- MANFREDI, Fabio (en premsa). "La línia en el paisatge", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya; Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.
- MEYER, Dorothea (2004). *Tourism Routes and Gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism*. Overseas Development Institute.
- MORELLI, Emanuela (2007). *Strade e paesaggi della Toscana. Il paesaggio dalla strada, la strada come paesaggio*. Firenze: Alinea.
- NOGUÉ, Joan (2010). *Paisatge, territori i societat civil*. València: Tres i Quatre.
- NOGUÉ, Joan (2017). *Paesaggio, Territorio, Società Civile*. Melfi: Libria.
- NOGUÉ, Joan; SALA, Pere (eds.) (2010). *Catàleg de paisatge. Les Terres de Lleida*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques.
- NOGUÉ, Joan; SALA, Pere (eds.) (2012). *Catàleg de paisatge. El Camp de Tarragona*. Barcelona: Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat; Associació Empresarial Química de Tarragona.
- NOGUÉ, Joan; SALA, Pere (eds.) (2013). *Catàleg de paisatge. Les Terres de l'Ebre*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat; [Tarragona]: Diputació de Tarragona.
- NOGUÉ, Joan; SALA, Pere (eds.) (2014). *Catàleg de paisatge. Les Comarques Gironines*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat; Girona: Diputació de Girona.
- OBSERVATORI DEL PAISATGE DE CATALUNYA (2016). *Catàlegs de paisatge* [en línia]. <<http://www.cat-paisatge.net/cat/catalegs.php>> [consulta: 18.11.2019].
- OBSERVATORI DEL PAISATGE DE CATALUNYA; INSTITUT CARTOGRÀFIC I GEOLÒGIC DE CATALUNYA (ICGC) (2019). *Mapa de les unitats de paisatge de Catalunya* [Mapa]. 1:250.000. Barcelona: Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya.

OTERO, Adriana (1998). "CBMT: Tourist Development in Patagonia", Contribució al Community-Based Mountain Tourism Electronic Conference, Mountain Forum.

OTERO, Isabel; et al. (2006) "La carretera como elemento de valor paisajístico y medioambiental. Captación del valor del paisaje a través de la carretera", *Informes de la Construcción*, vol. 58, núm. 504, p. 39-54.

PERARNAU, Jaume (en premsa). "El paisatge de les carreteres i el transport. Un intangible del patrimoni de la societat industrial" dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya.

PORTA, Eulàlia (2016). *Carretera, paisatge i patrimoni*. Treball inèdit.

PORTA, Eulàlia (2016). *Tres carreteres nacionals en el seu pas pel paisatge català*: N-II, N-260, N- 340. Treball inèdit.

RELPH, E. (1996). "Place", dins *Companion encyclopaedia of geography: the environment and human kind*. London: Routledge

RICHARDS, Greg; HALL, Derek (2000). "The Community: A sustainable Concept in Tourism Development?", dins Greg Richards i Derek Hall (eds.). *Tourism and Sustainable Community Development*. London: Routledge, pp 1-23

ROBERTS, Lesley; HALL, Derek (eds.) (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. Oxford: CABI Publishing.

RODRÍGUEZ, Jesús (en premsa). "Gaudir del paisatge a través de la xarxa viària. carreteres i itineraris paisatgístics a Andalusia", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya; Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

ROGERSON, Christian M. (2002). "Tourism Led Local Economic Development: The South African experience", *Urban Forum*, vol. 13, núm. 1, p. 95-119.

RUIZ, Rita; RODRÍGUEZ, Javier; CORONADO, José M. (en premsa) "Identificació i valoració del patrimoni de les carreteres modernes", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya; Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

SALA, Pere (2018). *Lo sublime contemporáneo*. Barcelona: Àmbit.

SHANAHAN, Deborah; SMARDON, Richard C. (1986?). *Preserving New York State Scenic Road: a guide to designation*. New York: Department of Environmental Conservation, New York State.

- SHELLER, Mimi (2018). *Mobility Justice: The Politics of Movement in an Age of Extremes*. London; New York: Verso Books.
- SIGUENCIA, Luis Ochoa; GÓMEZ-ULLATE, Martin; KAMARA, Afroditi (2016). *Cultural Management and Tourism in European Cultural Routes: from theory to practice*. Czestochowa: Publishing House of the Research and Innovation in Education Institute.
- SOLVAS, Víctor (2018). "El viatge sense frens de Berta Benz", *El Món* [en digital]. <[https://www.viaempresa.cat/afterwork/bertha-benz-vehicle-cotxe-economia-vintage\\_202315\\_102.html](https://www.viaempresa.cat/afterwork/bertha-benz-vehicle-cotxe-economia-vintage_202315_102.html)> [consulta: 20.11.2019].
- THE ENVIRONMENTAL AND DEVELOPMENT AGENCY TRUST (1999). *Annual Report* [en línia]. <<http://www.eda.org.za/>> [consulta: 19.11.2019].
- THIBAUT, Jean-Pierre (en premsa). "El paisatge del transport en l'era postpetroli", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya.
- TILDEN, Freeman (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona: Asociación para la Interpretación del Patrimonio. [Edició original de 1977].
- URRY, John (2003). *Global Complexity*. Cambridge: Polity.
- VAIL, Pegi (2015). "La contra: entrevista d'Imma Sançhís a Pegi Vail", *La Vanguardia*, 3/10/2015.
- VIDAL, Eugènia (en premsa). "Paisatges d'autopista, la seqüència com a lectura paisatgística", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya.
- VIDAL, Núria (en premsa). "Carretera i cinema: dues direccions", dins *La carretera en el paisatge*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya.
- VUGULE, Kristīne; TURLAJA, Rūta (2016). "Scenic roads in Latvia", *Research for Rural Development*, 2016, volume 1, p. 182-188.
- ZOIDO, Florencio (dir.) (2009). *Carreteras paisajísticas. Estudio para su catalogación en Andalucía*. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Centro de Estudios Paisaje y Territorio.
- ZOIDO, Florencio (dir.) (2017). *Las carreteras paisajísticas de Andalucía. Recurso para el disfrute y aprecio social del paisaje*. Sevilla: Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía; Consejería de Fomento y Vivienda. Junta de Andalucía; Centro de Estudios Paisaje y Territorio.



---

ANNEX I

---

INICIATIVES IDENTIFICADES

---





**Annex I**  
**Iniciatives**  
**identificades**

**CATALUNYA**

**Itineraris i escapades. Descobreix Catalunya en cotxe**

[http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2016/01/Itineraris-i-escapades-CAT\\_web.pdf](http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2016/01/Itineraris-i-escapades-CAT_web.pdf)

**Grans rutes de Catalunya**

<http://www.catalunya.com/que-fer/grans-rutes>

**Museu al Carrer**

<https://www.mnactec.cat/museualcarrer/>

**13 rutes en cotxe per Catalunya. Dossier del diari Ara**

<https://llibreria.ara.cat/dossier/16-13-rutes-en-cotxe-per-catalunya>

**Miradors de l'Alt Berguedà**

[http://www.altbergueda.cat/ca/Rutes\\_en\\_cotxe/Itineraris\\_paisatgistics.html](http://www.altbergueda.cat/ca/Rutes_en_cotxe/Itineraris_paisatgistics.html)

**Miradors de l'Alt Empordà**

<https://sites.google.com/site/viuelpaisatgeae/pai/miradors>

**Catàleg de carreteres d'interès paisatgístic de l'Alt Empordà**

[www.mediambient-altemporda.org](http://www.mediambient-altemporda.org) // <https://iaeden.cat>

**La Carretera del Vi**

<https://www.lacarreteradelvi.com/>

**ESTAT ESPANYOL**

**Carreteras paisajísticas de Andalucía**

<http://paisajeyterritorio.es/carreteras-paisajisticas.html>

**Red de carreteras paisajísticas de Extremadura**

[http://www.juntaex.es/comunicacion/noticia&id-Pub=28961#.XduT\\_K9CcdU](http://www.juntaex.es/comunicacion/noticia&id-Pub=28961#.XduT_K9CcdU)

**Las Vías Verdes**

[http://www.viasverdes.com/programa\\_vv/principal.asp](http://www.viasverdes.com/programa_vv/principal.asp)

**Red de carreteras paisajísticas Cantabria**

<https://www.tourcantabria.com/carreteras-escenicas/>

**Miradores de las carreteras paisajísticas de Cantabria:**

<https://www.tourcantabria.com/miradores-panoramicos/>

**Camino de Santiago de Compostela**

<http://www.santiagoturismo.com/camino-de-santiago>

**Ruta de El Legado Andalusí**

<http://www.legadoandalusi.es/fundacion/principal/rutas>

**Ruta del Hierro de los Pirineos**

<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/the-pyrenean-iron-route>  
<https://visitandorra.com/en/culture/the-iron-route/>

**INTERNACIONAL****The cultural routes of the Council of Europe**

<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/about>

**Via Francesa a Europa**

<https://app.viefrancigene.org/it/resource/tour/>

**Projecte Euro Velo**

<https://pro.eurovelo.com/>

**Projecte TransDinarica**

<http://www.transdinarica.com/>

**The Northern Lights Route**

<http://www.northernlightsroute.com/>

**The Phoenician Route**

<http://fenici.net/en/>

**Nationale 6 (França)**

<http://www.nationale6.com/>

**Nationale 7 (França)**

<http://www.nationale7.com/>

**Route Napoleon (França)**

<http://ee.france.fr/en/discover/route-napoleon-2>

**Le Loire à Vélo (França)**

[www.loireavelo.fr/](http://www.loireavelo.fr/)

**Grands Itinéraires Cyclotouristiques del Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques (França)**

<http://www.vvv-sud.org/pyreneesatlantiques.html>

**Impressionism Route (França)**

<https://www.impressionismsroutes.com/>

**Great Dolomites Road (Itàlia)**

<https://www.guidedolomiti.com/en/great-dolomites-road/>

**La via della Targa Florio (Itàlia)**

<http://www.assovini.it/Italia/sicilia/item/1114-stra-da-del-vino-sul-percorso-della-targa-florio>

**La ciclovia Tirrenica Liguria - Toscana - Lazio (Itàlia)**

<http://www.regione.toscana.it/-/ciclovia-tirrenica>

**Carretera escènica per la costa Amalfitana (Itàlia)**  
<http://www.italia.it/es/ideas-de-viaje/mar/la-costa-amalfitana-y-sus-pueblos.html>

**La strada del vino (Itàlia)**  
<http://www.lastradadelvino.com/en/Default.aspx>

**La Strada del vino dell'Alto Adige (Itàlia)**  
<https://www.suedtiroler-weinstrasse.it/it.html>

**The Prosecco Wine Route Conegliano Veneto (Itàlia)**  
<https://www.coneglianovaldobbiadene.it/index.asp?lang=en>

**Les carreteres paisatgístiques de La Puglia (Itàlia)**  
<https://www.paesaggiopuglia.it/pptr/scenario-strategico.html>

**Regione Umbria (Itàlia)**  
<http://www.umbriaturismo.net/itinerari-umbria/itinerari-paesaggistici/>

**Regione Emilia Romagna (Itàlia)**  
[http://www.itinerariinromagna.it/c/2/itinerari\\_paesaggistici\\_paesaggi\\_romagna](http://www.itinerariinromagna.it/c/2/itinerari_paesaggistici_paesaggi_romagna)

**Via Francigena Regione Toscana (Itàlia)**  
<http://www.regione.toscana.it/via-francigena>

**The 18 Scenic Routes (Noruega)**  
<https://www.nasjonaleturistveger.no/en/routes>

**Statens Vegvesen (Noruega)**  
<https://www.vegvesen.no/>

**Grand tour of Switzerland (Suïssa)**  
[http://grandtour.myswitzerland.com/es/Rutes-de-comunicaci%C3%B3-hist%C3%B2riques-\(Su%C3%ADssa\)-ivs-gis.admin.ch](http://grandtour.myswitzerland.com/es/Rutes-de-comunicaci%C3%B3-hist%C3%B2riques-(Su%C3%ADssa)-ivs-gis.admin.ch)

**Landscape routes APP (Escòcia)**  
<https://coigach-assynt.org/project/landscape-routes-app/>

**North Coast 500 (Escòcia)**  
<https://www.visitscotland.com/see-do/tours/driving-road-trips/north-coast-500/>

**North East 250 (Escòcia)**  
<https://www.northeast250.com/>

**The Ring of Kerry (Irlanda)**  
<https://www.ireland.com/en-us/articles/tripideas/ring-of-kerry/>

**The Celtic Route (Irlanda)**  
<https://www.irelandwales.eu/projects/celtic-routes>

**Wild Atlantic Way (Irlanda)**

<https://www.wildatlanticway.com/home>

**The German Alpine Road (Alemanya)**

<https://www.deutsche-alpenstrasse.de/it/percorso>

**Ruta Romàntica (Alemanya)**

<http://www.germany.travel/es/ocio-relax/rutas-turisticas/ruta-romantica.html>

**Rutes cicloturistes a Alemanya**

[www.germany.travel/es/ocio-relax/excursiones-en-bicicleta/top-10/las-10-rutas-cicloturistas-mas-populares-de-alemania.html](http://www.germany.travel/es/ocio-relax/excursiones-en-bicicleta/top-10/las-10-rutas-cicloturistas-mas-populares-de-alemania.html)

**The Mozart Route**

<https://www.mozartways.com>

**The Route of Industrial Culture Rhein-Main (Alemanya)**

<http://www.krfrm.de/projekte/route-der-industriekultur/>

**Bavarian Iron Route (Alemanya)**

<https://www.bayerische-eisenstrasse.de/index.php?id=3085>

**The Wenzel circular walk (Luxemburg)**

<https://www.visitluxembourg.com/en/place/misc/circular-walk-wenzel-luxembourg>

**Ruta Romàntica (Àustria)**

<https://www.austria.info/es/las-mejores-vacaciones-y-ofertas-culturales/la-ruta-romantica-austriaca>

**The Hansa**

<https://www.hanse.org/>

**Ruta del Ijsselmeer en bici (Holanda)**

<https://www.holland.com/es/turista/descubre-holanda/bicis/ruta-ijsselmeer-en-bicicleta.htm>

**Great North Road (Anglaterra)**

<https://britishheritage.com/adventures-on-the-great-north-road>

**America's Byways (Estats Units)**

<https://scenicbyways.info/>

**Hawaii's Scenic Roads: Paving the Way for Tourism in the Islands**

<https://muse.jhu.edu/book/39343>

**History of Scenic Road Programs (Estats Units)**

<https://www.fhwa.dot.gov/infrastructure/scenichistory.cfm>

**Open Africa – Afrikatourism routes**

<http://www.openafrica.org/experiences/routes>

**Best Scenic drive in Queensland (Austràlia)**

<https://www.qld.gov.au/transport/safety/holiday-travel/scenic>

**The Great Ocean Road (Austràlia)**

<https://www.visitgreatoceanroad.org.au>

**Heritage roads Singapour (Singapur)**

<https://www.nparks.gov.sg/gardens-parks-and-nature/heritage-roads>

**Prince Edward Island Scenic heritage roads (Canadà)**

<https://www.tourismpei.com/pei-scenic-heritage-roads>

**Coastal Drive (Canadà)**

<https://www.tourismpei.com/central-coastal-drive-itinerary>





---

ANNEX II

---

ASSAIG METODOLÒGIC

---