



# La marca 'Canal de Castilla-El agua que nos une' busca mayor difusión y protección del patrimonio para aumentar los visitantes



Redacción (/firmas/redaccion)11:04 16/12/19

CANAL DE CASTILLA-EL AGUA QUE NOS UNE (/TAG/CANAL-CASTILLA-AGUA-NOS-UNE)  
CASTILLA Y LEON (/TAG/CASTILLA-LEON) PATRIMONIO (/TAG/PATRIMONIO) CANAL DE CASTILLA (/TAG/CANAL-CASTILLA)

NOTICIAS DE HOY



Cultura y Turismo trabaja para que el Canal de Castilla sea un recurso para el desarrollo sostenible del territorio por el que discurre.

El viceconsejero de Cultura, Raúl Fernández Sobrino, juntamente con el Consorcio del Canal de Castilla, la Confederación Hidrográfica del Duero y el Ayuntamiento de Palencia, ha presentado la marca del Canal de Castilla con el lema 'El agua que nos une', en presencia de representantes del ámbito local y provincial, así como de asociaciones vinculadas al Canal de Castilla y la Universidad de Valladolid.

La Consejería de Cultura y Turismo, a través de la Dirección General de Patrimonio Cultural, participa desde el año 2016 en el proyecto HERICOAST (gestión de patrimonio costero), dentro del programa Interreg Europe, con otros seis partners integrados en la iniciativa. En concreto, la Consejería participa con el Canal de Castilla como ejemplo de acciones exitosas llevadas a cabo sobre el patrimonio industrial que se sitúa a lo largo de su recorrido.



4/2/2020

La marca 'Canal de Castilla-El agua que nos une' busca mayor difusión y protección del patrimonio para aumentar los visitantes

Estas buenas prácticas han sido presentadas en los diferentes grupos de trabajo celebrados a lo largo del proyecto y han servido de ejemplo para que regiones como Molise, en Italia, o Tulcea, en Rumanía, hayan decidido implementar aspectos de las mismas en sus territorios.

HERICOAST tiene como objetivo que el Canal de Castilla sea un recurso para el desarrollo sostenible del territorio por el que discurre, a través de una gestión participativa, teniendo en cuenta su vinculación con el territorio, las características de la población, así como la calidad, cantidad y excepcionalidad de los bienes culturales situados en todo su recorrido y en su entorno.

Para ello, se ha creado esta marca, que tratará de hacer visible un patrimonio común que ya existe, un paisaje cultural propio. Además, se busca que produzca el efecto de aumentar el número de visitantes y la protección del patrimonio que representa.

A medio y largo plazo, se espera incrementar progresivamente el número de entidades públicas y privadas adheridas a la marca y, en consecuencia, incrementar el número de visitantes al patrimonio cultural del Canal.



(/texto-  
diario/most

**Más de 5.000 parados zamoranos no recibieron ninguna prestación por desempleo a final de año (/texto-diario/mostrar/1693353/5000-parados-zamoranos-no-recibieron-ninguna-prestacion-desempleo-final-ano)**



(/texto-  
diario/most

**Desplome en la Seguridad Social en Zamora con el descenso de 1.198 afiliados en enero (/texto-diario/mostrar/1693345/desplome-seguridad-social-zamora-descenso-1198-afiliados-enero)**



(/texto-  
diario/most

**CCRL pide a los dirigentes del PP "mayor altura de miras" respecto a la autonomía de la Región**