

La formación de la identidad castellano-manchega y la Ruta de Don Quijote: componentes espaciales, culturales y económicos.

José Prada Trigo.
Universidad de Castilla-La Mancha.
Instituto de Economía y Geografía. CSIC.
pradatrigo84@hotmail.com

Introducción.

Aunque es bien clara la impronta de la obra *El ingenioso hidalgo don Quijote de La Mancha* en el conjunto de la región castellano-manchega, reflejada en diversos elementos de su acervo social, la puesta en marcha de *La Ruta de Don Quijote* ha venido a otorgar una nueva dimensión, más geográfica si cabe, a este territorio. Aludiendo brevemente cuestiones relacionadas con la fidelidad de la Ruta al itinerario ficticio que realizase el personaje cervantino, y al peso posterior de la novela en la identidad e identificación de La Mancha (ya que no es la finalidad de este artículo), la presente comunicación pretende realizar una reflexión desde los postulados de la Geografía Cultural sobre las relaciones de este proyecto con la identidad castellano-manchega, con la economía y el auge del turismo en la sociedad postindustrial y con el interés del gobierno regional por promover todas estas cuestiones en torno a dicho proyecto, articulado para estimular el turismo interior hacia el conjunto de Castilla-La Mancha.

1. Identidad, cultura y territorio en Castilla-La Mancha.

1.1 Geografía y Patrimonio territorial.

En las últimas décadas, se ha producido una importante renovación de la Geografía Cultural (Claval, 1999; Luna, 1999) que viene a suponer una revitalización de aquella que en los años 20 del pasado siglo pusieran de relieve autores como Carlos Sauer.

En lo que respecta al patrimonio territorial, y en concreto al caso de Castilla-La Mancha, existen ya algunas obras de referencia que acertadamente conjugan territorio, patrimonio y cultura (Cañizares, 2004; Pillet y Plaza, 2006). Nos encontramos así con una base teórica que nos permite superar viejas connotaciones del espacio como algo vacío para pasar a considerar el propio territorio como patrimonio con valor en sí mismo y como bien colectivo, reflejo de la cultura de un espacio concreto (Cañizares, 2004: 23; Campesino, 1998).

No obstante, en el contexto postmoderno en que actualmente se desarrollan nuestras relaciones culturales y económico-sociales, el territorio necesita ser rentabilizado como parte integrante de una cultura convertida en mercancía del modo de producción capitalista (Constenla, 2002: 259). Así, la lógica del mercado trata de hacer a los territorios competitivos en un marco global, en el que la oferta turística y de ocio se ha disparado, afirmándose como una fuente de dinero y de desarrollo interesante para muchos espacios. Mientras que el siglo pasado supuso el “boom” de los destinos de *sol y playa*, hoy parecen despuntar aquellos territorios que han sabido conservar mejor sus valores, como es el caso de Castilla-La Mancha, que refleja en su patrimonio territorial las necesidades de una sociedad postmoderna y urbana, que busca con este turismo acercarse a los modos de vida tradicionales y alejarse de su rutina urbana redescubriendo los espacios rurales en un proceso de “agrotropismo” (Callizo, 2002: 35). Sobre estos ejes pivotarán en buena medida nuestras concepciones respecto a *La Ruta de Don Quijote*.

1.2 La identidad de Castilla-La Mancha.

Aunque la región de Castilla-La Mancha tiene su origen inmediato en la España de las Autonomías posterior a la Dictadura franquista, la comarca natural de La Mancha aparece ya en la obra de Cervantes como un territorio consolidado, con entidad propia, que en los siglos XVII y XVIII formaría la intendencia de La Mancha y desde 1353 había sido conocida como el común o provincia de La Mancha (Arroyo, 2006: 69; Pillet, 2001: 27).

Sin embargo, la nueva Comunidad Autónoma creada en 1982 *ex novo*, carece de cualquier elemento identitario propio, siendo más una aglutinación de diferentes territorios a consecuencia de diversas maniobras de carácter político que la catalización

de unos intereses sociales; con lo que la acción política fue definitiva para constituir la, naciendo así del “imaginario” (Picazo, 2000: 17).

A partir de esta fecha, los diferentes gobiernos regionales han realizado un esfuerzo creciente por comenzar a cimentar una identidad regional. En sus inicios ésta se basó en aspectos como el agua, la conservación de la naturaleza y el bienestar social, pero progresivamente se han ido añadiendo nuevos elementos al acervo regional como el Día de la Región, la televisión y la radio regionales, las ferias o las infraestructuras de transporte y comunicaciones. En este proceso no podía faltar la figura de Don Quijote, así como los molinos de viento, la vivienda típica manchega o la gastronomía, que también se utilizaron para potenciar la identidad regional (Picazo, 2000: 30). Elementos estos últimos que, como a continuación veremos, aparecen claramente reflejados en la Ruta de Don Quijote.

2. *La Ruta de Don Quijote* como estímulo de la identidad territorial en Castilla-La Mancha.

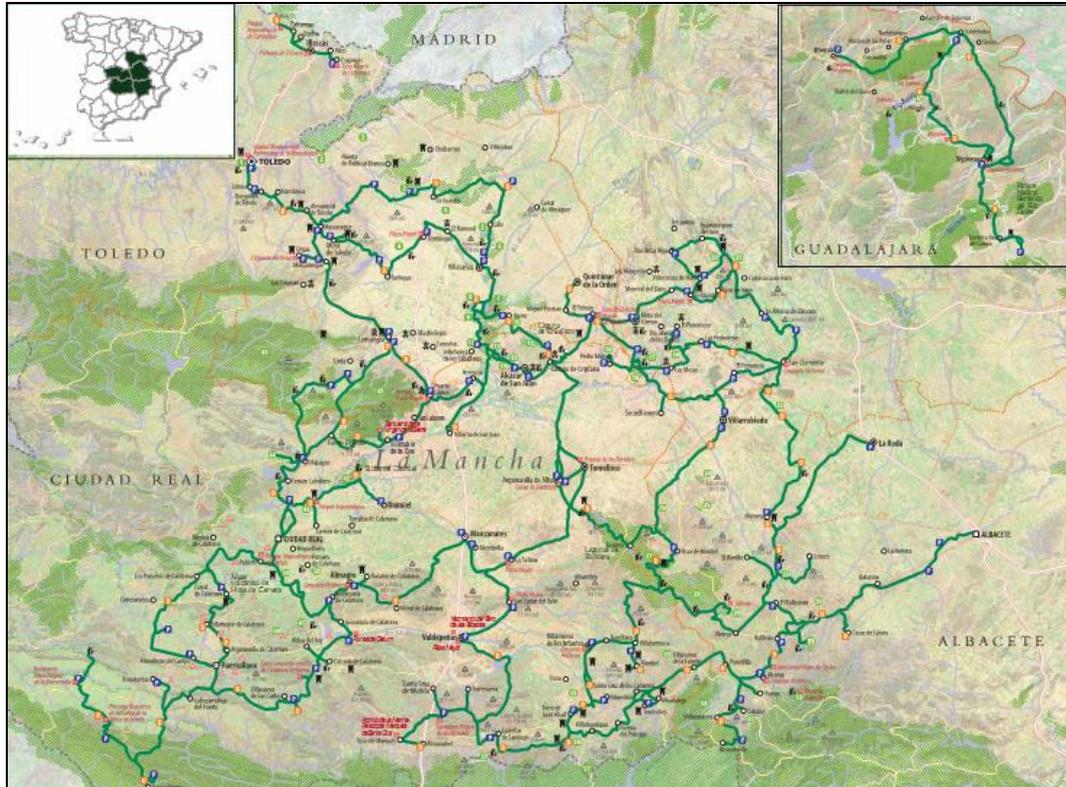
2.1 Presentación de la Ruta.

Aunque el proyecto de *La Ruta de Don Quijote* ha sido impulsado por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha coincidiendo con el IV Centenario de la publicación de la primera parte de la novela de Cervantes, lo cierto es que no es la primera contribución de este tipo que aparece en la región. Ya en 1997 se realizó un esfuerzo para dar salida turística a estos territorios mediante unos recorridos llamados Ruta de *El Quijote*. Tres años más tarde, surgió otro proyecto que conectaría esta vez los espacios naturales de la región: el *Proyecto Rocinante*. Ambos fueron abandonados en favor de la nueva ruta que, como vemos no es ningún nuevo “descubrimiento” (Campos, 2006: 217). Hemos de decir, sin embargo, que desgraciadamente la *Red Rocinante* conectaba zonas de gran valor y riqueza que hoy han quedado fuera de *La Ruta de Don Quijote*, desperdiciándose un proyecto de gran potencialidad, que podría haberse complementado con esta nueva actuación y que tenía un fuerte componente ecológico en sus planteamientos.

La actual Ruta de Don Quijote nace en 2005 a raíz de la mayor campaña publicitaria llevada a cabo por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, llegando a cosechar diversos premios en este sentido. El recorrido, que aparece

detallado en el mapa 1, enlaza por medio de diversos itinerarios entrecruzados el centro de la región, llegando sus extremos hasta las ciudades de Toledo y Albacete por el norte y el este respectivamente, y hasta las localidades de Fuencaliente y Bienservida, que limitan al sur con las provincias de Granada y Jaén. Además de esto, quedan dos tramos aislados en La Sagra Toledana y en la provincia de Guadalajara.

Mapa 1: Trazado de *La Ruta de Don Quijote*.



FUENTE: www.donquijotedelamancha2005.es

Hoy aún existen dudas sobre alguno de los lugares por los que pasó Don Quijote en la novela de Cervantes, sobre todo en cuanto a su punto de partida, que ha sido objeto incluso de complicadas fórmulas matemáticas (Parra, 2006: 141-184) y de diversas manifestaciones respecto al archiconocido *lugar de La Mancha*, que bien no esconden sino intereses turísticos y económicos en la mayoría de los casos. Sin embargo, tras observar el mapa anterior, queda patente la existencia de una marcada disimilitud entre la verdadera ruta que siguió Don Quijote de la Mancha y *La Ruta de Don Quijote* creada por la Junta de Comunidades, que incluye parte de Los Montes de

Toledo, las inmediaciones de la ciudad de Albacete, la parte más meridional de La Mesa de Ocaña o las cercanías de la ciudad de Toledo, lugares por los que es seguro que no transitó el Caballero de la Triste Figura en el libro de Cervantes...

A pesar de esto, *La Ruta de Don Quijote* supone una conexión de todo el territorio central de la comarca de La Mancha que se extiende hacia otras comarcas naturales como son La Vega de Toledo, el Campo de Calatrava o el Campo de Montiel, quedando así integrados territorios muy diversos que recogen gran parte de los elementos patrimoniales, identitarios y etnográficos del conjunto de la región de Castilla-La Mancha.

2.2 Castilla-La Mancha y las fuentes literarias: la larga sombra de Cervantes.

Poco después de su publicación, la obra de Cervantes alcanzó ya un éxito notable, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, lo cual contribuyó a universalizar La Mancha como patria de Don Quijote. En este sentido, el paisaje cultural se transformó en expresión geográfica, en un proceso acumulativo de acontecimientos históricos e imaginados (Pillet, 2006: 35). Los viajeros que llegaron a La Mancha, bien de paso hacia Andalucía o bien atraídos por lo que el libro describe, destacaron aspectos como la monotonía de la llanura, sólo rota por las torres de las iglesias, alguna venta o posada, noria o molino; las extensiones de campos de trigo y viñas, de azafrán y olivares en los extremos; la sequedad del paisaje y el intenso calor, así como la falta de agua (Pillet, 2002). Muchos viajeros románticos como Augusto Jaccaci o Teófilo Gautier pusieron de relieve esta tradición literaria conformada ya en torno a La Mancha, pero es quizás José Martínez Ruiz “Azorín” el más conocido de los que recorrieron estos parajes. El escritor alicantino, en 1905, con motivo del III Centenario de la publicación realizó una serie de artículos titulados “*La ruta de don Quijote*” relatando sus impresiones. De esta forma, múltiples literatos y poetas, desde Benito Pérez Galdós hasta León Felipe, pasando por Camilo José Cela (Pillet, 2006:46-52) han asociado esta tierra con esta obra.

Como podemos comprobar, existe una profunda identificación de la novela cervantina con este territorio, que se ha jalonado de sus imágenes, símbolos y terminología, representados de una u otra forma por prácticamente toda La Mancha. Podríamos profundizar más en estas cuestiones, sin embargo al centrarse este artículo en

La Ruta de Don Quijote, recomendamos las obras de García Bresó (2000) y Félix Pillet (2002 y 2006) a quienes estén interesados en estos aspectos.

2.3 Identidad, cultura y poder en *La Ruta de Don Quijote*.

Sintetizando lo dicho hasta este punto, Castilla-La Mancha es una región cuya identidad se encuentra en proceso de formación y en la que la obra de Cervantes ha tenido gran importancia en este sentido, a pesar de no extenderse por todo el territorio regional. Actualmente, la Junta de Comunidades está explotando estas cuestiones identitarias junto con otras económicas y político-sociales a través de *La Ruta de Don Quijote* con desiguales resultados, como pretendemos demostrar a continuación.

a) En cuanto a las cuestiones identitarias, este proyecto ha supuesto en teoría una revalorización del territorio castellano-manchego en sí, incidiéndose sobre su carácter de corredor verde no motorizado con unos 2.500 kilómetros de extensión. Esta imagen no es baladí, ya que desde sus inicios el gobierno regional ha hecho de la defensa de la naturaleza castellano-manchega uno de los pilares sobre los que se sustenta la identidad de la Comunidad Autónoma en su conjunto (García Bresó, 2000). En este sentido, un importante estudio realizado recientemente por la universidad de Harvard señalaba la necesidad de proteger y gestionar el patrimonio paisajístico de Castilla-La Mancha, entre otras razones, como elemento de orgullo de sus ciudadanos (Steinitz y Werthmann, 2007). Estos nuevos enfoques superan las concepciones tradicionales que concebían el territorio como algo vacío para pasar a valorarlo desde una nueva cultura territorial a la que hacíamos referencia al principio de esta comunicación.

Una vez creada la Ruta, en ésta se han puesto de relieve una serie de elementos tangibles, la mayoría de ellos pre-existentes en el territorio, que la otorgan personalidad y la hacen atractiva de cara al turismo interior. En particular, dentro del patrimonio construido destacan los molinos, castillos e iglesias, la vivienda tradicional y las bodegas, *parte esencial del paisaje manchego* (García y Fernández, 2000: 48). Aparecen también otros elementos pertenecientes a la cultura material como las tinajas de vino o los instrumentos de labranza y trabajo de los productos de la vida campesina (azafrán, aceite, miel, lana, etc.) que adornan muchos pueblos manchegos o se han reconvertido pasando a formar parte de nuevos museos, especialmente a partir del

“boom” del turismo de interior y de la propia Ruta, y que reflejan los modos de vida tradicionales y la relación histórica de sus gentes con el territorio.

Tampoco hemos de olvidar las formas paisajísticas que son resultado de la explotación tradicional del territorio (principalmente cultivos de trigo, viñas y olivares) así como la propia llanura del territorio y la presencia de agua, sea en forma de ríos, lagunas, fuentes o humedales, que se configuran como elementos indisociables a la identidad manchega.

Finalmente, existen otros aspectos identitarios como la gastronomía manchega: migas, pisto, queso, vino, aceite, miel, azafrán y ajos como productos más destacados; así como las fiestas y tradiciones populares: peleles, mayos, cruces, romerías, tamborradas, danzas y carnavales entre otros (Panadero y Sancho, 2004). Todos ellos son reflejo de las relaciones entre sociedad y territorio y del rico abanico de tradiciones que presenta esta región.

Pues bien, todos estos elementos tangibles y no tangibles, históricos y económicos, personales y colectivos, religiosos y profanos, son explícitamente publicitados en *La Ruta de Don Quijote*, suponiendo tanto aspectos característicos de la identidad castellano-manchega, como un bien de consumo turístico en la actual sociedad postindustrial. Se conjugan así identidad, desarrollo económico y territorio, cuestiones en las que a continuación profundizaremos y que nos muestran como *La Ruta* ha sido aprovechada para potenciar turísticamente un conjunto de elementos identitarios que representan más al conjunto de la región que a la propia Mancha.

b) En segundo lugar *La Ruta de Don Quijote*, además de esa noción identitaria a la que hacíamos referencia en el punto anterior, aparece claramente como un proyecto político-económico con una fuerte repercusión social y territorial. En este sentido, podemos considerar este itinerario como un intento de aprovechar el potencial latente en la región castellano-manchega. Estos recursos de patrimonio natural y cultural, junto con las tradiciones y valores a ellas asociados, podrían constituir así excelentes iniciativas como Nuevos Yacimientos de Empleo o NYE (Valenzuela, 2001: 323). De esta manera, en parte, *La Ruta de Don Quijote* estaría respondiendo a la creciente afluencia turística de la región, que busca sobre todo el contacto con la naturaleza, la cultura y el deporte (Elche et al. 2002: 140) estando éstas tres demandas claramente

recogidas entre el abanico de ofertas de la Ruta, junto con otras como la gastronomía, los festejos o la arquitectura a los que ya hemos hecho antes mención.

Por lo tanto, *La Ruta de Don Quijote* aparece también con una clara vocación económica en el sentido de poder responder a la necesidad político-social de diversificar la economía y crear nuevos puestos de empleo en el sector servicios, en este caso, a través del turismo de interior. En este sentido la poderosa campaña publicitaria orquestada por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el énfasis en la promoción y buen desarrollo de la Ruta evidencian estas ideas. La puesta en marcha de un portal en Internet, la edición de una guía de viajes o la fuerte promoción en los medios y en FITUR no son sino reflejo del interés del gobierno regional en promover esta iniciativa, que tan buenos resultados económicos y políticos supone. En concreto, la llegada de turistas ha crecido de manera imparable en algunos municipios asociados a la Ruta, hasta suponer un aumento en 2005 del 400% respecto al año anterior en Villanueva de los Infantes, declarada oficialmente “patria de Don Quijote” (Campos, 2006b).

De esta forma, la Junta de Comunidades oferta a los propios castellano-manchegos y a los potenciales turistas un producto basado en los valores ecológicos, patrimoniales, etnográficos e identitarios. Castilla-La Mancha puede pasar a consagrarse como uno de los grandes destinos turísticos de interior al disponer de una ruta ya calificada como “Itinerario Cultural Europeo”, y que aspira a convertirse en “Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad”.

Sin embargo, también existen otros actores locales que ven serios peligros en el proyecto de *La Ruta de Don Quijote*. En este sentido, puede criticarse su carácter “artificial”, ya que muchos de los pueblos han sido incluidos en base a demandas individuales de los ayuntamientos o a intereses económico-especulativos. Destaca especialmente el interés en desviar *La Ruta de Don Quijote* por *El Reino de Don Quijote*, que no es sino un proyecto urbanístico de lujo que implantará un vasto complejo hotelero junto a un campo de golf, viviendas de gran calidad y un casino a unos kilómetros de Ciudad Real. Esta actuación ha sido ampliamente criticada por su carácter insostenible en cuanto al uso abundante de agua, lo costoso de llevar hasta allí abastecimientos e infraestructuras, así como el carácter especulativo del proyecto (ECOLOGISTAS EN ACCIÓN, 2005). Este colectivo denuncia los fuertes intereses

políticos y económicos que subyacen en este itinerario, así como la escasa conciencia ambiental que realmente ha existido a la hora de poner en práctica el proyecto de La Ruta, exigiendo una reconsideración global del mismo.

Como hemos podido comprobar, la trascendencia cultural, económica, social y territorial de *La Ruta de Don Quijote* es importante, existiendo en torno a ella intereses muy diversos por parte de diferentes agrupaciones y actores de la región. Así, desde la Junta de Comunidades se ha lanzado la imagen de un proyecto colectivo que incide en las cuestiones identitarias, ambientales y de desarrollo endógeno, todas ellas estrechamente vinculadas. Por otra parte, desde los colectivos sociales se han denunciado diversas irregularidades, con especial hincapié en los riesgos que pueden generarse sobre el medio ambiente, precisamente uno de los pilares de *La Ruta* y de la identidad regional. Nos situamos así en una encrucijada de intereses que denota hasta que punto este tipo de proyectos se pueden relacionar con la identidad, el desarrollo económico y los poderes fácticos de un territorio concreto. Hoy la globalización ha llevado a una pujanza creciente entre los lugares por reafirmar su identidad (García Ballesteros, 2000), por revalorizarse y competir a partir de sus ventajas competitivas (Nogué y Rufí, 2001; Méndez, 1997). Sin embargo, en el caso de Castilla-La Mancha, este interés por promocionarse y acoger un gran número de proyectos poco acordes con la identidad regional, e incluso ecológicamente nocivos para ella (campos de golf en una región seca, un aeropuerto privado internacional sobre una ZEPA en las inmediaciones de Ciudad Real, complejos turísticos poco sostenibles, etc.) puede llevar a una mercantilización y homogeneización de la región, perdiendo así sus rentas de monopolio (Harvey, 2007: 417-435). Rentas basadas hoy en su especificidad como lugar y que pasan por su identificación como espacio de aventura, cultura y naturaleza relativamente bien conservada, patrimonio que la región parece dispuesta a explotar económicamente.

Así, Castilla-La Mancha se enfrenta hoy al reto de dirigir ella misma su desarrollo económico, potenciando aquellos aspectos que realmente se corresponden con su identidad. Este es un proceso difícil, que supone una autorreflexión sobre sí misma y sobre las que deben ser las líneas estratégicas en que base este crecimiento, requiriendo también una sociedad civil articulada y dinámica, que pueda sentirse

identificada con su territorio y que defienda por ella misma sus valores y símbolos. En este sentido, *La Ruta de Don Quijote* es un reflejo de estas contradicciones, pudiendo convertirse tanto en un claro exponente de la identidad regional como del marasmo especulativo que viene desarrollándose en los últimos años en Castilla-La Mancha. En su corta andadura la Ruta carga ya con algunas controversias, como hemos tratado de poner de relieve en este artículo, aunque también con importantes potencialidades de cara al desarrollo cultural y económico de esta Comunidad. Esperemos que en los próximos años se vean cumplidas las esperanzas puestas desde esta comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- ARROYO, F. (2006) “La Mancha: La tierra y los hombres en los tiempos del *Quijote*” en PILLET, F. y PLAZA, J. (coords.) *El espacio geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha*. Colección estudios n. 104. Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Pp.63-106.
- AZORÍN (1988) *La ruta de don Quijote*. Madrid, Cátedra.
- CALLIZO SONEIRO, J. (2002) “La atracción del interior: los nuevos espacios turísticos”, en GARCÍA MARCHANTE, J. S. (coord.) *La función social del Patrimonio Histórico: El turismo cultural*. Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha.
- CAMPESINO FERNÁNDEZ, A. J. (1998) “Territorio y patrimonio cultural. El paisaje de frontera” en *Encuentro Transfronterizo sobre Patrimonio en la Raya*, Coria. ADESVAL y Ayuntamiento de Coria (inédito).
- CAMPOS, M. L. (2006) “La explotación de la figura literaria del *Quijote* como recurso turístico: *La Ruta de Don Quijote*” en PILLET, F. y PLAZA, J. (coords.) *El espacio geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha*. Colección estudios n. 104. Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Pp. 211-236.
- CAMPOS, M. L. (2006b) “Ruta de Don Quijote. Un personaje literario...un producto turístico” en PHGO. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*. Año XIV, nº 60. pp. 12-15.

- CAÑIZARES, M. C. (2004) *Territorio y patrimonio minero-industrial en Castilla-La Mancha*. Colección Almud n. 3. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- CLAVAL, P. (1999) “Los fundamentos actuales de la Geografía Cultural” en *Documents d'Anàlisi Geogràfica* n. 34 pp. 25-40 Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Geografia.
- CONSTENLA VEGA, X. (2002) “Geografía Cultural y Geografía de la industria cultural en la postmodernidad flexible” en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* n. 34, (monográfico Geografía Cultural), Madrid, pp. 257-267.
- ECOLOGISTAS EN ACCIÓN (2005) Informe *La Ruta de Don Quijote. Una gran oportunidad lamentablemente desaprovechada*. www.ecologistasenaccion.org
- ELCHE, M^a. D. et al. (2002) “El sector turístico en Castilla-La Mancha: el turismo rural, un sector emergente”, en GARCÍA MARCHANTE, J. S. (coord.) *La función social del Patrimonio Histórico: El turismo cultural*. Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha.
- GARCÍA BALLESTEROS, A. (2000) “La recuperación del lugar en la era de la globalización” en VV.AA. *Lecturas Geográficas: Homenaje al profesor José Estébanez Álvarez* Volumen II. Madrid, Universidad Complutense.
- GARCÍA BRESÓ, J. (2000) *Cultura y Pertenencia en Castilla la Mancha*. Madrid, Celeste ediciones.
- GARCÍA MARCHANTE, J. S. y FERNÁNDEZ, M. C. (2000) *El espacio del Quijote: El paisaje de la Mancha*. Cuenca. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- HARVEY, D. (2007) *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Akal cuestiones de antagonismo nº 44. Madrid.
- LUNA, A. (1999) “¿Qué hay de nuevo en la Geografía Cultural?” en *Documents d'Anàlisi Geogràfica* n. 34 pp. 69-80 Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Geografia.
- MÉNDEZ, R. (1997) *Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global*. Madrid, Ariel.

- NOGUÉ, J. y RUFÍ, J. V. (2001) *Geopolítica, identidad y globalización*. Barcelona, Ariel.
- PANADERO, M. Y SANCHO, J (coords.) *Atlas del turismo rural de Castilla-La Mancha*. Madrid, Centro Nacional de Información Geográfica. 2004
- PARRA, F. (2006) “Sobre el *Lugar de la Mancha* en el Quijote: Una hipótesis científica” en PILLET, F. y PLAZA, J. (coords.) *El espacio geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha*. Colección estudios n. 104. Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Pp. 141-186
- PICAZO, L. (2000) “Procesos de identidad en Castilla-La Mancha” en GARCÍA BRESÓ, J. (coord.) *Cultura y Pertenencia en Castilla la Mancha*. Madrid, Celeste ediciones.
- PILLET, F. (2001) *La Mancha: Transformaciones de un espacio rural*. Madrid. Celeste Ediciones.
- PILLET, F. (2002) “De la Ficción a la percepción. Del Quijote a la Mancha literaria”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. nº 34, pp. 147-157.
- PILLET, F. (2006) “La imagen literaria de La Mancha desde la publicación del Quijote” en PILLET, F. y PLAZA, J. (coords.) *El espacio geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha*. Colección estudios n. 104. Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Pp.35-60.
- PILLET, F. y PLAZA, J. (coords.) *El espacio geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha*. Colección Estudios n. 104. Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. 2006.
- STEINITZ, C. y WERTHMANN, C. (2007) *Un futuro alternativo para el paisaje de Castilla-La Mancha*. Toledo, Foro Civitas Nova.
- VALENZUELA RUBIO, M. (2001) “Los Nuevos Yacimientos de Empleo en el medio rural” en PILLET, F. y PLAZA, J. (coords.) *Lecciones de Desarrollo Rural. Una aproximación formativa desde y para Castilla-La Mancha*. Ciudad Real, Universidad de Castilla-La Mancha y CEDERCAM.