

# COMPONENTES ESPACIALES, CULTURALES Y ECONÓMICOS DE LA RUTA DE DON QUIJOTE EN LA PROVINCIA DE TOLEDO

*José Prada Trigo*

*Universidad de Castilla-La Mancha*

*Instituto de Economía, Geografía y Demografía, CSIC*

## INTRODUCCIÓN

Aunque en la obra cervantina la provincia de Toledo es poco visitada por el ilustre hidalgo en comparación con otras, el reciente proyecto de La Ruta de Don Quijote llevado a cabo por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha ha conllevado la inclusión en ella de una serie de localidades de la parte suroriental de nuestra provincia (la más relacionada a las andanzas de Don Quijote). Aunque la impronta cultural y social dejada por el libro de Miguel de Cervantes es clara en buena parte de la provincia, el despegue de esta Ruta ha venido a relacionar de una forma más geográfica si cabe ambos espacios (el geográfico y el literario).

Aludiendo brevemente a cuestiones relacionadas con la fidelidad de la actual Ruta al itinerario que realizase el personaje cervantino, así como al peso posterior de la novela en la identidad de La Mancha (ya que no es la finalidad de este artículo), el presente trabajo pretende realizar una reflexión desde los postulados de la Geografía Cultural sobre las relaciones entre cultura, territorio e identidad en este espacio. Esta perspectiva resulta especialmente interesante en el sentido en que se ubica en una Comunidad Autónoma de reciente creación como es Castilla-La Mancha (por tanto con una identidad mucho menos formada que otras de autonomías de nuestro país) y también porque supone una oportunidad para el desarrollo económico de los pueblos de La Ruta. Esta última cuestión debemos encuadrarla en el marco del auge del turismo rural en la sociedad postindustrial, con el trasfondo del interés del gobierno regional en este proyecto, que supone un estímulo para desarrollar los territorios más ru-

rales de Castilla-La Mancha. Estas cuestiones son hoy una de las bases de la Política Territorial Europea, que incide en la utilización de los recursos endógenos para el desarrollo de las regiones periféricas, dándole un papel esencial en ello al turismo rural y a su papel dinamizador en estos espacios (Comisión Europea, 1999).

## **1. TERRITORIO, CULTURA E IDENTIDAD EN TORNO A TOLEDO Y CASTILLA-LA MANCHA**

### **1.1. Geografía y patrimonio territorial**

Con el proceso de globalización y la subsiguiente tendencia hacia la uniformización de las pautas culturales, estamos asistiendo a una renovación de la Geografía Cultural que, tras varias décadas de cierta atonía, vuelve a introducir interesantes cuestiones al debate sobre la Cultura del Territorio (Claval, 1999; Luna, 1999). En lo que respecta al patrimonio territorial, y en concreto al caso de nuestra región, 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 o como un mero soporte de personas y actividades económicas 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 y de las relaciones que históricamente con él han tenido sus moradores (Cañizares, 2004: 23; Campesino, 1998).

No obstante, el estar insertos en un espacio cada vez más interconectado obliga a los territorios a una competencia creciente y a tratar de poner en valor todos sus recursos (Vázquez Barquero, 1999; Constenla, 2002: 259) Así, la lógica del mercado trata de hacer a los territorios competitivos en un marco global en el que la industria ha visto decrecer su peso en favor de los servicios. De este modo, el consumo de turismo y de ocio se ha disparado, afirmándose como una fuente de beneficios 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 culturales y patrimoniales. Ejemplo de ello es el caso concreto de la provincia de Toledo, cuya débil industrialización y presión antrópica sobre el territorio ha repercutido en que no existan grandes aglomeraciones urbanas ni vastos espacios en serio proceso de degradación ambiental y, por el contrario, sí un amplio

abanico de ofertas de turismo rural, entre las que recientemente ha aparecido *La Ruta de Don Quijote*. Este proyecto propone a los castellano-manchegos, pero también a una amplia masa de población urbana acercarse a los modos de vida tradicionales y alejarse de su rutina en la ciudad redescubriendo los espacios rurales en un proceso de “agrotropismo” (Callizo, 2002: 35) muy propio de la cultura posmoderna y urbana en que nos encontramos y que demanda aquello que no tiene en su día a día cotidiano: aventura, naturaleza, gastronomía, pueblos con raíces, etc. Valores éstos que se encuentran en muchas localidades de nuestra provincia y que ahora pueden ofrecerse más directamente a través de *La Ruta de Don Quijote*.

## **1.2. La Ruta de Don Quijote como estímulo de “lo manchego” en Toledo**

A pesar de que la provincia de Toledo presenta una herencia identitaria importante, con un territorio definido a lo largo de la Historia; la situación es muy distinta con el conjunto de la región. Así, la Comunidad de Castilla-La Mancha nace como tal en 1982, siendo una creación “ex-novo” en la que la acción política fue definitiva para constituir la, naciendo del “imaginario” (Picazo, 2000: 17). Debido a estas carencias, el gobierno regional ha fomentado en estos años una serie de “elementos identitarios” en torno a unos valores como son la defensa del agua, la naturaleza, el día de la región, la televisión y la radio regionales, etc. 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 impulsar la identidad regional (Picazo, 2000: 30). Estos últimos son elementos que, como a continuación veremos, aparecen claramente reflejados en la Ruta de Don Quijote y vinculan poderosamente a las localidades toledanas que jalonan este itinerario a los aspectos culturales más puramente manchegos, creándose así un “común” de “lo qui-jotesco” que trasciende las delimitaciones administrativas y se extiende por las provincias de Toledo, Cuenca, Ciudad Real y Albacete.

## **2. LA RUTA DE DON QUIJOTE COMO ESTÍMULO DE UNA IDENTIDAD TERRITORIAL COMÚN**

Aunque inaugurado oficialmente en 2005, coincidiendo con el IV Centenario de la obra de Cervantes, el proyecto de llevar a cabo un trayecto por el interior de Castilla-La Mancha tuvo ya sus precedentes en

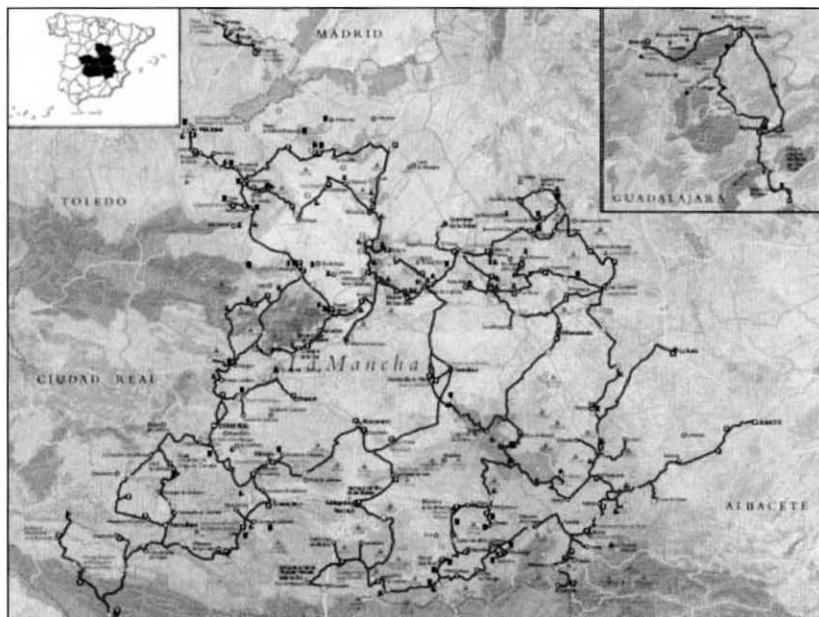
1997 con la *Ruta de el Quijote* y en 2000 con el *Proyecto Rocinante*, por lo que la Ruta actual no es ningún nuevo “descubrimiento” (Campos, 2006: 217) y más bien llevaban gestándose iniciativas de este tipo en torno a la obra del Quijote un tiempo.

El nacimiento de la ruta actual viene precedido de la mayor campaña publicitaria puesta en marcha por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, llegando a cosechar diversos premios que reconocen la calidad de los anuncios

El recorrido completo de La Ruta, 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 Fuencaiente 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.

Nuestra provincia alberga tres tramos de esta Ruta. Tenemos, por un lado, el mencionado tramo de La Sagra, que está relacionado con la vida de Cervantes, puesto que vivió un tiempo en Esquivias y allí se casó. El segundo, es el tramo que saliendo de la ciudad de Toledo en dirección sureste, se divide en dos ramales a la altura de Mascaraque: uno hacia el norte vía La Guardia, y otro hacia el sur por Mora y Tembleque, hasta Villacañas, donde vuelven a confluir ambos. Desde aquí el recorrido sigue hacia el este deteniéndose, en Quero, Villafranca de los Caballeros, Quintanar de la Orden, Miguel Esteban y El Toboso (todas ellas localidades muy vinculadas a la obra original) antes de abandonar la provincia de Toledo hacia San Clemente. En los mapas 2 y 3 podemos ver estos dos tramos.

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

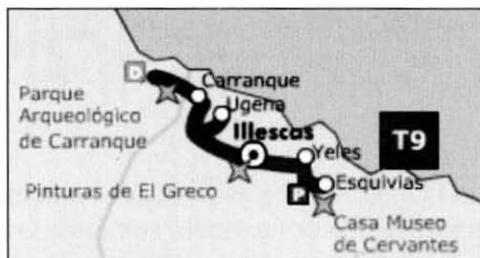


Fuente: [www.donquijotedelamancha2005.es](http://www.donquijotedelamancha2005.es).

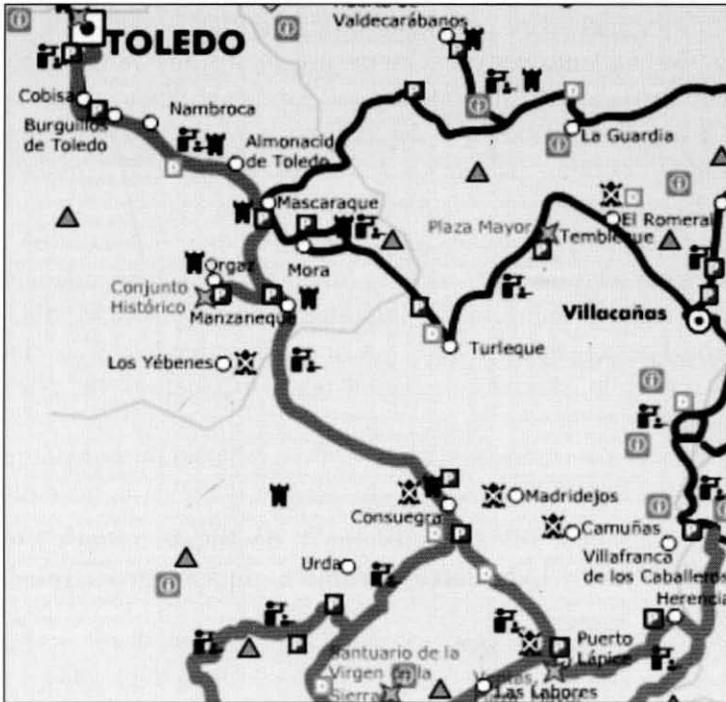
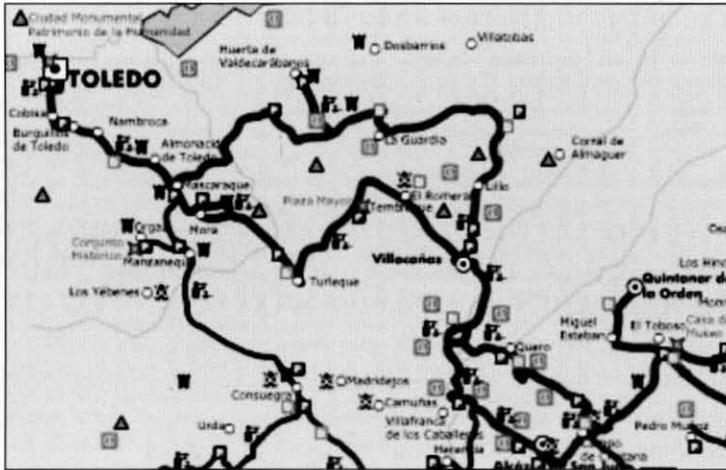
Finalmente, el tramo que conecta Almagro con Toledo, además de ser de singular belleza, conecta las importantes y turísticas localidades de Consuegra, Puerto Lápice, Orgaz y Camuñas, uniéndose a la ciudad de Toledo a través de Mascaraque. En el mapa 4 podemos ver este último tramo toledano.

Mapas 2, 3 y 4:

**Tramo 9, La Sagra Toledana; Tramo 1, de Toledo a San Clemente por El Toboso y Belmonte, y Tramo 8, de Almagro a Toledo**<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Mapas 3 y 4, sólo el tramo de la provincia de Toledo.



Fuente: [www.donquijotedelamancha2005.es](http://www.donquijotedelamancha2005.es).

La Ruta de Don Quijote supone así la conexión de la ciudad de Toledo y de la parte manchega de la provincia con el resto de La Mancha y del recorrido. Aunque es seguro que Don Quijote no pasó por muchas de las localidades aquí incluidas, sí que todas ellas comparten un acervo cul-

tural en torno a unos elementos patrimoniales, identitarios y etnográficos que en el siguiente apartado trataremos de definir y que están muy relacionados con la obra de Cervantes y la cultura material e inmaterial manchega.

### **3. IDENTIDAD, VALORES CULTURALES Y DESARROLLO ECONÓMICO EN TORNO A LA RUTA DE DON QUIJOTE, OPORTUNIDADES PARA LA PROVINCIA DE TOLEDO**

Como hemos visto hasta ahora, existen importantes rasgos culturales y sociales contenidos en La Ruta de Don Quijote que hoy se constituyen como recursos territoriales fundamentales a la hora de fomentar el desarrollo de las localidades por las que discurre, incluidas por supuesto las de nuestra provincia. Este apartado lo dividiremos en dos puntos: el primero referido a identificar estos elementos de los que venimos hablando en el transcurso del artículo y de los que subrayaremos los más significativos. Por otra parte, el segundo apartado estará dirigido a las cuestiones económicas y sociales, así como a las oportunidades que para el desarrollo del territorio abre esta iniciativa, aunque también nos acercaremos a los riesgos que en algunos aspectos puede suponer una falta de control sobre este proyecto.

#### **3.1. Las cuestiones identitarias**

De cara a este tipo de elementos, el proyecto de La Ruta ha supuesto teóricamente una revalorización del territorio, habiéndose incidido desde el gobierno regional sobre su carácter de corredor verde no motorizado con unos 2.500 kilómetros de extensión y un marcado valor ecológico. Esta imagen no es baladí, ya que desde sus inicios esta región ha hecho de la defensa de la naturaleza 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, especialmente en las áreas cercanas a la metrópoli madrileña. Por ello, este estudio precisamente recogía los resultados de un trabajo de campo desarrollado en localidades como Mora, Consuegra o Madridejos, además de en la propia Toledo, concluyendo que entre otras, existían razones relacionadas con el sentimiento de pertenencia y de orgullo hacia nuestro paisaje para proce-

der de manera eficaz a su protección (Steinitz y Werthmann, 2007). Estos nuevos enfoques superan las concepciones tradicionales del territorio como simple escenario para pasar a valorarlo desde una nueva cultura territorial a la que hacíamos referencia al principio de esta comunicación y que cuenta cada vez con más estudios e iniciativas (Tarroja y Camagni, 2006; Romero y Farinós, 2006).

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), todos ellos bien representados en localidades como Consuegra, Camuñas o Villacañas. 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, vinos, etc.) que adornan muchos pueblos manchegos de manera original o son recordados a través de estatuas de labradores. Otras veces se han reconvertido pasando a formar parte de nuevos museos, especialmente a partir del “boom” del turismo de interior y de la propia Ruta, reflejando así 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, con especial trascendencia en localidades como Villafranca de los Caballeros y Villacañas.

Finalmente, existen otros aspectos identitarios como son la gastronomía: migas, pisto, queso, vino, aceite y azafrán como productos más destacados; las fiestas y tradiciones populares: peleles, mayos, Corpus, romerías, 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 parte de la provincia de Toledo y que son extrapolables a gran parte de La Mancha, componiéndose así el acervo común que presenta este espacio. Elementos tangibles y no tangibles, históricos y económicos, personales y colectivos, religiosos y profanos, todos ellos son explícitamente publicitados en *La Ruta de Don Quijote*, suponiendo tanto aspectos característicos de nuestra identidad 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* puede convertirse, a través de la explotación de estos recursos en un importante destino turístico de interior y en una gran oportunidad para el desarrollo de estas localidades a través de la protección y puesta en valor de sus rasgos culturales.

### 3.2. Desarrollo económico en torno a La Ruta de Don Quijote

*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. 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, 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 de 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 desarrollar 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 como Consuegra, que en 2005 incrementó su turismo en un 70% en relación a 2004 (Campos, 2006b). De esta manera 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”.

dad”, por lo que podrían esperarse en principio buenos augurios para las localidades de nuestra provincia.

Aunque en nuestra provincia La Ruta ha sido acogida con entusiasmo, ya que ha supuesto una buena oportunidad para potenciar la capacidad turística de los municipios por los que se desarrolla, aprovechándose su puesta en marcha también para llevar a cabo labores de remodelación y limpieza de caminos o de acondicionamiento de éstos (arbolado, papele- ras, fuentes...), no en toda la región los resultados han sido tan excelentes.

Así, en diversas localidades han aparecido casos de “utilización” de la figura de Don Quijote para actuaciones tan poco sostenibles como urbanizaciones de adosados o campos de golf, siendo quizás el caso más flagrante, el desvío de la Ruta a la altura de Ciudad Real hacia el *Reino de Don Quijote*, que ha sido denunciado por algunos grupos ecologistas (Ecologistas en Acción, 2005).

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 y que pueden ser aprovechadas desde los municipios para diversificar su economía e incluso consolidarse como destino turístico de interior. Por otra parte, desde los colectivos sociales se han denunciado ciertas irregularidades, con especial hincapié en los riesgos que pueden generarse sobre el medio ambiente, precisamente uno de los pilares de *La Ruta*. Todos ellos, municipios y colectividades podrían, además, crear sinergias en el territorio a partir de redes de actores que trabajen y cooperen en aras de objetivos de desarrollo en común que redunden en mayores oportunidades de explotación del potencial de La Ruta así como en una protección y gestión más eficaz de la misma.

Hoy la globalización ha llevado a una pujanza creciente entre los lugares por reafirmar su identidad (García Ballesteros, 2000), por revalorizarse y desarrollarse a partir de sus factores territoriales (Nogué y Rufí, 2001; Méndez, 1997). En este sentido, La Ruta de Don Quijote supone la oportunidad para muchas localidades de la provincia de Toledo de aprovechar los elementos de su identidad más relacionados con la obra cervantina y ofrecerlos como un “producto único y de gran valor”. Este tipo de iniciativas están más desarrolladas en localidades como Consuegra, que ha sabido unir tradición y turismo en la fiesta de la monda del azafrán o en torno a las celebraciones que rememoran la batalla de Consue-

gra. De esta manera, las localidades de la provincia se enfrentan hoy al reto de aprovechar esta ocasión y dirigir ellas mismas su desarrollo económico, potenciando aquellos aspectos que realmente se corresponden con su identidad. Este es un proceso difícil, que supone una reflexión sobre las que han de ser las líneas estratégicas en que se base el desarrollo, requiriendo también una sociedad civil articulada, participativa y dinámica, que pueda sentirse identificada con su territorio y que defienda por ella misma sus valores y símbolos, cimentando así de manera sólida su futuro.

## BIBLIOGRAFÍA

- 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.
- Comisión Europea (1999): *Estrategia Territorial Europea*. Luxemburgo. Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas.
- 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](http://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.
- 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.
- 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., 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.
- PRADA, J. (2007): “La formación de la identidad castellano-manchega y la Ruta de Don Quijote: componentes espaciales, culturales y económicos”, en *XXX Encuentro de Jóvenes Geógrafos*. Valladolid, AGEVAL y Universidad de Valladolid (inédito).
- ROMERO, J., y FARINÓS, J. (coords.): *Gobernanza territorial en España*. Valencia, Publicacions de la Universitat de València, 2006.
- STEINITZ, C., y WERTHMANN, C. (2007): *Un futuro alternativo para el paisaje de Castilla-La Mancha*. Toledo, Foro Civitas Nova.
- TARROJA, A., y CAMAGNI, R. (coords.): *Una nueva cultura del territorio*. Barcelona, Publicaciones de la Diputación, 2006.
- 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.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo rural*. Madrid, Ediciones Pirámide.