

CAPÍTULO 28

TURISMO RESPONSABLE ENTRE LA INNOVACIÓN SOCIAL Y LA ECONOMÍA CIVIL: EL PAPEL DE LOS ASPECTOS SIMBÓLICOS COMPARTIDOS

Stefano Spillare

Universidad de Bolonia (Italia)

Resumen

Este artículo pretende explorar el papel de los aspectos simbólicos compartidos en la promoción de la Innovación Social (IS) y la Economía Civil (EC) en el sector turístico. Este último entendido fundamentalmente como modelos de desarrollo responsable del territorio local.

A través del análisis de dos estudios de caso relacionados con la IS y la EC en contextos urbanos (en el primer caso) y rurales (en el segundo caso), se resaltarán como aspectos simbólicos como la identidad local compartida o la comunalidad de valores y/o visiones del mundo, pueden constituir, al mismo tiempo, un elemento de atractivo turístico y un motor de uso responsable de los lugares. En este sentido, la oportunidad turística puede verse como una especie de "factor habilitador" para la co-construcción responsable del desarrollo local.

Palabras Clave: turismo responsable, desarrollo local, recursos simbólicos, Economía Civil, Innovación Social

1. Introducción

El presente ensayo tiene como objetivo investigar procesos innovadores y colaborativos de turistización responsable, en los cuales los sujetos involucrados consideran la zona local principalmente como un bien común y, por ello, la actividad turística está destinada a satisfacer necesidades tangibles e intangibles de bienestar y pertenencia. En este sentido, estas iniciativas pueden ser relacionadas con los conceptos de Innovación Social (IS) y Economía Civil (EC), dos perspectivas diferentes pero parcialmente convergentes, unidas, en nuestra opinión, por el mismo objetivo: recomponer la brecha entre la economía y la sociedad, creada tras la "gran transformación" de la modernidad (Polanyi 1994) y la prevalencia de la forma de mercado, con el riesgo de una perenne concurrencia de la reificación de las relaciones (turísticas y otras).

En esta dirección, la identidad local y los recursos, sobre todo simbólicos, presentes en el territorio representan al mismo tiempo aspectos del desarrollo turístico y variables decisivas para la activación del capital social y humano, es decir recursos para el desarrollo de la IS y de la EC en el ámbito turístico.

De hecho, en un paradigma de movilidad creciente (Sheller, Urry 2006), los flujos turísticos parecen caracterizarse por una dinámica que es en cierta forma "paradójica": a un proceso indiferenciado de "racionalización homogeneizadora" (Ritzer 1992) de las estructuras y de las conexiones físicas necesarias para la movilidad turística, se asocia un proceso, opuesto y complementario al mismo tiempo, de proporcional diferenciación funcional de las atracciones turísticas, es decir, de los lugares y de sus particularidades.

En esta extraña dinámica, lo que también se ha definido como la "Era del turismo" (D'Eramo, 2017) ofrece la posibilidad de que cada territorio fomente procesos de "localización" - entendidos como procesos sociales para la definición de los lugares de acuerdo con sus características (Savelli 2008) – con la intención de aprovecharlas como potencial turístico y como estímulo para el desarrollo local (Rabbiosi, 2018).

Sin embargo, este proceso de desarrollo turístico ("turistización") puede tomar diferentes trayectorias, según siga dinámicas "exógenas" y superpuestas, o sea capaz de dar vida a modelos más "endógenos" y, al menos en gran medida, autorregulados, con una unión progresiva de la turistización y del desarrollo local *tout-court*. Si en el primer caso el proceso de turistización corre el riesgo de seguir direcciones definidas principalmente por la infraestructura turística, en el segundo caso se trata de seguir trayectorias innovadoras y más responsables, que a menudo hacen referencia a una gestión por múltiples partes interesadas (*a multistakeholder governance*).

El ensayo está claramente dedicado a este segundo modelo, que surge no solo como una oportunidad económica, sino también, e inevitablemente, como una forma de "resistencia" (o incluso "autodefensa") de los contextos locales. En otras palabras, a las fuerzas impersonales que hoy marcan el punto de inflexión hacia la movilidad global y que son capaces de valorizar incluso los aspectos más intangibles, redificando la identidad y la cultura local en direcciones abiertamente comerciales y básicamente no auténticas, se contraponen las fuerzas humanas del "sentido" y de la "cultura". Estos últimos entendidas generalmente, y respectivamente, como motivo para la acción y como construcción social del "sentido" mismo.

En primer lugar, por lo tanto, en el siguiente párrafo se presentarán brevemente los dos conceptos mencionados anteriormente de IS y EC, tratando de mostrar, inevitablemente a grandes rasgos, los puntos de convergencia, incluida, sobre todo, la importancia de los aspectos culturales y simbólicos.

Posteriormente, una vez que se hayan expuesto los principales aspectos metodológicos, se ilustrarán los casos prácticos analizados, que pretenden demostrar cómo estos aspectos culturales y simbólicos compartidos pueden contribuir a la creación y organización de modelos turísticos innovadores y *sui generis*, y como estos pueden representar una oportunidad de desarrollo alternativo en contextos locales.

2. Innovación social y Economía civil: aspectos convergentes e importancia de la dimensión cultural y simbólica compartida

A raíz de la creciente debilidad del Estado-nación frente a los procesos económicos y subpolíticos mundiales y a la simultánea crisis de los sistemas de bienestar, se otorga una importancia cada vez mayor a la capacidad de los actores sociales de responder de manera autónoma e innovadora a las necesidades y al bienestar de las comunidades locales. En este sentido, conceptos como IS y EC están adquiriendo, también en Italia, una mayor relevancia.

Las raíces del concepto de IS se encuentran en las teorías sobre la "destrucción creativa" promovida por el emprendedor dentro de los procesos de desarrollo económico y social (Schumpeter 1935), expandiéndose posteriormente a las relaciones entre los diferentes actores que participan en los fenómenos de transformación social y sobre cómo pueden satisfacer las necesidades sociales emergentes (Moralli 2019). Por otro lado, el concepto de EC tendría su origen en el modelo económico-social del Renacimiento italiano, durante el cual las dos esferas, la económica y la social, todavía no estaban trágicamente separadas; por el contrario, tendían a moverse juntas para lograr el objetivo de la *Felicitas Publica* (D'Onofrio 2015).

Ambos casos, tanto el enfoque relacionado con la IS como el alternativo de la EC, destacan especialmente como paradigmas para hacer frente al debilitamiento de los modelos tradicionales del estado de bienestar y el consecuente aumento de las tensiones sociales, las cuales están continuamente presentes en el ámbito global y local, en la movilidad y en la inmovilidad (Bauman 1996; Sheller, Urry 2006).

En cuanto a la IS, Murray et al. (2010) sostienen que debe entenderse como "social en los medios y en los fines" y, en concreto, debe: 1) aspirar a la satisfacción de una necesidad no satisfecha (o solo parcialmente satisfecha) por el Estado y/o el mercado (el fin social); 2) a través de la reconfiguración de las relaciones sociales y las formas de gestión (los medios que también definen la dimensión innovadora); 3) realizar, al mismo tiempo, procesos de empoderamiento (*empowerment*) individual y colectivo (necesarios para una perspectiva de institucionalización de prácticas innovadoras que caractericen la IS como producto) (Moulaert et al. 2013).

De la misma manera que en el contexto de la IS, el enfoque que se refiere a la CE también enfatiza la respuesta a las necesidades sociales de manera que pueda entenderse como una alternativa a la que tradicionalmente ofrece el Estado o el mercado (Donati 1986; Zamagni 2008). En particular, esta perspectiva se basa en dos elementos fundamentales: 1) el bien común (por lo tanto, no inmediatamente el beneficio individual) como objetivo general; 2) la atención a los llamados *bienes relacionales*, entendidos no como (o no solo) *intangibles* (capaces de afectar los costes de transacción), sino como una cualidad intrínseca en la "realidad de la relación" (Donati 1986; Bruni 2011) y en las relaciones de reciprocidad subyacente. Para apoyar esto último, por lo tanto, hay aspectos culturales y simbólicos involucrados en la relación, tales como visiones comunes del mundo o valores comunes.

Aspectos, estos últimos, también determinantes en el contexto de la IS - en particular en términos de "*path-dependence*" y "*path-building*" - y, por lo tanto, considerados el "combustible" de la IS (Moralli 2019).

Incluso Seyfang y Smith (2007), por ejemplo, sostienen que los elementos principales que fomentan la innovación de base son principalmente las necesidades y las ideologías. Estas últimas juegan un papel decisivo, ya que «pueden surgir nichos en oposición explícita a los regímenes tradicionales» al desarrollar nuevas prácticas «basadas en la reordenación de prioridades y valores alternativos» (p. 592).

La convergencia entre los conceptos (y/o paradigmas) de la IS y la CE nos lleva a argumentar que son dos áreas estrechamente relacionadas o al menos superpuestas: 1) son dos modelos "económicos" (latu sensu) que intentan satisfacer necesidades sociales más allá del Estado y/o mercado; 2) remitiéndose, por lo tanto, a la necesidad de reformular los lazos sociales con los términos fundamentales de reciprocidad (Polanyi 1944) y emancipación (*empowerment* y desarrollo humano); 3) los aspectos culturales y simbólicos son fundamentales para la (re)organización de tales formaciones sociales (más o menos innovadoras).

Por esta razón, nos inclinamos a considerar aquí la IS como la dimensión innovadora de las formas emergentes de la CE (ya sea explícita o implícita).

En este sentido, IS y EC pueden reunirse dentro de un continuo desarrollo e institucionalización progresiva de nichos estratégicos innovadores, sin que estos pierdan necesariamente su carácter distintivo.

Los casos prácticos analizados aquí son ejemplos particularmente innovadores, por lo que pueden considerarse como ejemplos de la IS y de la EC.

3. Notas metodológicas

La metodología de investigación elegida es el análisis de casos prácticos, utilizados para explorar los fenómenos en las circunstancias en que se generan y reproducen (Yin, 2003) y, en este sentido, son particularmente útiles para la identificación y el estudio de formaciones sociales innovadoras y/o alternativas, allí donde están surgiendo y se están realizando.

En este artículo, hemos elegido ilustrar dos casos prácticos bastante diferentes: el primero relacionado con una "cooperativa comunitaria" llamada "I Briganti di Cerreto" (Los bandidos de Cerreto - IBdiC), caracterizada por una forma de turismo naturalista y paisajístico en un contexto rural y de montaña; mientras que el segundo se refiere a un proyecto llamado "*Bologna is fair*" (BOisF) relacionado, en cambio, con el desarrollo del turismo en las zonas

urbanas. La elección de estos casos obviamente no fue aleatoria. Ambas, aunque muy diferentes entre sí, son, en algunos aspectos, similares, especialmente por la innovación con la que abordan el tema del desarrollo turístico, orientado al bien común (con particular referencia a formas de economía social/civil, solidaria y sostenible) y directamente vinculado a la solución de problemas sociales específicos, al menos potencialmente tratados a través del gobierno del desarrollo turístico. Nos referimos a la despoblación y a la degradación económico-social de las zonas del interior de los Apeninos en el caso de IBdiC; y a la caracterización sostenible y solidaria del turismo en el área urbana en el caso de BOisF.

El aspecto adicional estudiado fue la intervención, explícita o implícita, de factores culturales y simbólicos en la creación de la oferta turística y, sobre todo, en la gestión compartida de la misma (*multistakeholder approach*).

Por lo tanto, prestamos especial atención a la variable del capital social, diferenciado, por ejemplo, según Jones (2005) en términos estructurales (c.s.s.) y cognitivos (c.s.c.); es decir, en términos de dinámicas de relación estructuradas (*what people 'do'*) y participación personal (*what people 'feel'*). Si el primero (c.s.s.) puede ser entendido como una dimensión estructuralmente definida por las relaciones de colaboración en el territorio (el resultado, aún parcial y cambiante, de un proceso social), el segundo (c.s.c.) se correlaciona sobre todo con aspectos culturales y simbólicos compartidos como, por ejemplo, un sentido de pertenencia y valores/visiones compartidas del mundo.

$$H1: \text{atractividad} \equiv (\text{c.s.s.} = f(\text{c.s.c.})) \rightarrow \text{IS/EC}$$

Por lo tanto, la hipótesis de este trabajo (H1) es que el c.s.c. así entendido puede contribuir sustancialmente a construir la atractividad de los lugares de acuerdo con la dinámica turística colaborativa y responsable (en términos precisamente de IS y EC).

4. Presentación de los estudios de caso

4.1 El caso de I Briganti di Cerreto (IBdiC)

La cooperativa comunitaria IBdiC representa una de las primeras experiencias de turismo comunitario en Italia. Fue fundada en 2003 en Cerreto Alpi, un pequeño pueblo en la provincia de Reggio Emilia. Un pueblo semi abandonado de pequeño tamaño, entre los más antiguos de todo el territorio del Parque Nacional de los Apeninos Toscano-Emilianos. La población residente, de hecho, no supera las 70-80 personas y el pueblo está constantemente en equilibrio entre el declive socioeconómico y la despoblación completa. Aquí, a partir de la vocación naturalista del lugar, nace un proyecto de turismo comunitario con la participación de la Asociación Italiana de Turismo Responsable (AITR), el órgano de gobierno del Parque, el Municipio y el movimiento cooperativo. Este último, en concreto, decide apostar por el modelo comunitario como una forma específica de CE que puede adaptarse a contextos de pequeña (y muy pequeña) escala, como, por ejemplo, los pequeños pueblos de montaña o los barrios más periféricos de las ciudades (...).

De hecho, la cooperativa Ibdic fue creada por un pequeño grupo de personas que querían aprovechar al máximo los lugares donde vivían para no verse obligados, especialmente los más jóvenes, a abandonarlos:

«El proyecto comenzó con la reanudación de la cosecha de castañas como patrimonio cultural y material del lugar, para lo cual se limpiaron los castaños, comenzó la cosecha y se recuperaron los “*metati*” para el secado de castañas. En 2015 también se recuperaron un antiguo establo y un antiguo “*metato*”, dos lugares simbólicamente importantes para la tradición de Cerreto, obteniendo ocho alojamientos más para el turismo» (miembro de la cooperativa IBdiC).

Crear oportunidades de trabajo para los jóvenes de Cerreto era el primer objetivo y para lograrlo era necesario ampliar los servicios de forestación y mantenimiento de las áreas verdes, que ya estaban activos en otras áreas económicas potenciales. Por lo tanto, en línea con las experiencias de turismo responsable hechas en otros pueblos en desarrollo y con el mismo enfoque de cooperación comunitaria, la oferta turística comunitaria de Cerreto Alpi tuvo inmediatamente el objetivo de ser una forma de *soft-tourism* (Corvo 2009). Esto significa que la actividad turística se unió a las otras actividades económicas ya presentes en la zona (multifuncionalidad), integrándose con ellas sin reemplazarlas (hoy representa no más del 10% de la facturación) e involucrando a los otros actores económicos locales dentro de una especie de "acuerdo de consorcio".

A través de este pacto, se desarrolla el modelo de un "pueblo cooperativo" (como se les llama a menudo), un proyecto que, por su naturaleza, se presta a ser exportado en otras áreas cercanas, de acuerdo con un modelo que tiende a ser de hospitalidad generalizada (aunque en realidad hay centros de atracción y organización logística), con la prevalencia de la recuperación de lo existente y la baja agresividad ambiental:

«Uno de los grandes logros fue poder colaborar con todas las realidades del territorio y organizar eventos importantes como la "fiesta de regreso" (vinculada a la tradición de la trashumancia), el campeonato mundial de hongos (con más de 500 miembros) y la "noche oscura", una fiesta nocturna que recorre todo el pueblo con todas las luces eléctricas apagadas, volviendo a la atmósfera del pasado, lejos del consumismo y de la vida frenética de nuestros días» (miembro cooperativo del IBdiC).

A pesar de la pluralidad de actores involucrados, IBdiC representa el primer y principal *change agent* local; de hecho, son capaces de activar los recursos sociales del territorio usando la identidad común que, incluso en el nombre de la cooperativa, recuerda la historia del lugar. Por ejemplo, el uso de la palabra "bandidos" hace referencia a la antigua tradición del bandolerismo de ese puerto de montaña, anteriormente utilizado para pasar mercancías de una costa a otra de la península: «a menudo eran bandidos peligrosos, pero de alguna manera eran obligados a dedicarse a esta actividad para hacer frente a las difíciles condiciones de esas zonas y alimentar a sus familias, especialmente durante el invierno» (miembro de la cooperativa IBdiC).

Es sobre todo esta idea, estrechamente relacionada con las personas que están dispuestas a hacer todo lo posible para garantizar que sus familias tengan un mínimo bienestar que les permita vivir en el lugar donde nacieron y crecieron, la que hizo mella en el corazón y en el alma del grupo de jóvenes (y menos jóvenes) que dieron vida a la cooperativa comunitaria llamada los bandidos de Cerreto.

Actualmente unos diez jóvenes están trabajando en la cooperativa (casi el 13% de la población residente) y su aportación es decisiva para la revitalización de la economía local y la vida social de la comunidad, proporcionando contemporáneamente servicios de utilidad social (como, por ejemplo, entrega a domicilio de medicamentos).

4.2 El caso Bologna is Fair (BOisF)

BOisF es un proyecto creado en el 2018 por las organizaciones de comercio justo y solidario de Bolonia "*C'é un mondo*" y "*exAequo*". Se trata de un mapa de la economía sostenible de Bolonia que incluye unas ochenta organizaciones de todo el municipio, divididas en 11 categorías y 8 itinerarios diferentes diseñados expresamente para ofrecer a los turistas «oportunidades para la cultura y el consumo inteligente» (*bolognaisfair.it*).

El proyecto fue diseñado sobre las bases de un concurso público del municipio de Bolonia (llamado "*Bologna made*") pensado principalmente para impulsar la creación y cualificación de negocios innovadores en cuanto a «nuevos servicios y productos para ciudadanos, turistas y *city users*», como en la mejora de espacios públicos e iniciativas

culturales, accesibles y sostenibles «diseñadas especialmente para el objetivo turístico» (*bolognamade.it*).

El mapa se puede encontrar tanto on-line (www.bolognaisfair.it) como en papel en los mostradores del centro de promoción turística de la ciudad, ofreciendo así la oportunidad «a todos los *city users* de utilizar las tiendas y los servicios que consideran la responsabilidad, la equidad y la sostenibilidad (en un sentido amplio) su razón de ser» (*bolognaisfair.it*).

Por ello, la función explícita del mapa es «conectar organizaciones, empresas y artesanos interesados en la economía sostenible y en la calidad de vida [...] con ciudadanos-consumidores preocupados por los efectos de sus decisiones, conscientes de que todos los días «votan con sus carteras» [...], [y] que es posible evitar la sensación de "inutilidad" que uno siente ante grandes problemas globales incluso cuando compra» (*bolognaisfair.it*).

Por lo tanto, los principales usuarios son, ante todo, *city users* que se interesan por la sostenibilidad, a quienes la plataforma ofrece la oportunidad de satisfacer una "necesidad" de sostenibilidad, creando un vínculo de solidaridad con todas las pequeñas realidades sociales, solidarias y sostenibles del territorio urbano. La ciudad se puede beneficiar de este apoyo ofrecido por los ciudadanos-consumidores (-turistas), en un modelo clásico de co-producción dirigido, en primer lugar, al fortalecimiento económico de los pequeños comerciantes sostenibles. Como uno de los promotores del proyecto ha confirmado: «a menudo las diferentes organizaciones de la red se convierten en referentes entre sí, ya sea como clientes o como proveedores: nosotros mismos hemos recurrido cada vez más a ellos desde que realizamos el mapa. [...] el objetivo es crear relaciones, especialmente con las organizaciones pequeñas, aquellas que no tienen grandes recursos [...] preservando así el centro histórico de las grandes marcas comerciales» (responsable de "C'è un mondo").

5. Análisis y discusión de los casos prácticos.

Como bien ilustra el caso de IBdiC, la tradición, la cultura y la historia del lugar – en una palabra la *identidad local*, definida rápidamente como la percepción y representación de uno mismo por parte de las características locales (Picchierri 1995) – son un elemento crucial de la oferta turística en sí (junto con el paisaje) y, sobre todo, un *recurso simbólico* (c.s.c.) para la construcción de una respuesta colaborativa al *status quo*.

La recuperación de una identidad algo "mítica" (o mitificada) y, sobre todo, la contra-narrativa asociada a ella, se convierten, sobre todo, en recursos contra ese tipo de "violencia simbólica" (Bourdieu 1993) implícita en la meta-narrativa modernista de la ciudad y la industria que jugó un papel decisivo en el desmembramiento del tejido social local.

Gracias a estos recursos, el territorio no es solo un conjunto de bienes físicos para los residentes, sino que se convierte en un "catalizador" de recursos simbólicos (identidades), destinado a fortalecer la confianza en la posibilidad de la recíproca colaboración.

Es principalmente esta dimensión la que permite la activación y canalización de esa efervescencia colectiva funcional en un impulso práctico e innovador hacia nuevos horizontes de desarrollo. Un proceso que, por lo tanto, favorece la "resiliencia" del territorio, es decir un desarrollo responsable sin traumas o "rupturas", en continuidad (no en oposición) a las propias raíces y que, a su vez, son el medio necesario para que el modelo pueda ser aplicado.

La "sostenibilidad simbólica" podría definirse quizás de una manera algo hiperbólica: como el mantenimiento y la persistencia de esos elementos simbólicos capaces de unir el pasado de un lugar con el presente, para proyectarlo hacia el futuro. De hecho, en este caso, la recuperación de elementos identitarios no representa una mera construcción para apoyar una invención con fines turístico-comerciales, sino que se refiere, más profundamente, a la reconstrucción simbólica de la identidad local. Esta última es un elemento necesario para fortalecer las relaciones sociales y reactivar la actividad económica de la comunidad misma, replanteada como una IS "territorial" (Moulaert *et al.* 2013) y EC.

A diferencia del caso de IBdiC, BoisF es un caso innovador por el intento explícito de estimular el compromiso del ciudadano, ya sea residente o "ciudadano ocasional", ampliando,

incluso, el concepto mismo de ciudadanía al horizonte cosmopolita del “turista-ciudadano”, considerado, en este caso, (co)agente de cambio.

Al hacer más visibles las realidades locales de la economía social/solidaria, el proyecto favoreció el compromiso de los turistas más responsables, pero también la formación de un capital social de relaciones (o estructural) entre los miembros de la propia CE; esto, a su vez, favoreció la colaboración y el fortalecimiento de los mismos que, si bien se comprometieron a promover la sostenibilidad, se arriesgaron a ser marginados dentro del proceso de turistización de la ciudad.

En este sentido, el resultado del proyecto parece desencadenar un proceso destinado a crear, en primer lugar, un contexto social que sea favorable para la IS. Esto demuestra cómo, incluso en un área urbana (casi por definición “individualizada”), las referencias culturales y de valores compartidos (tanto de sujetos locales como de algunos objetivos turísticos) pueden representar un horizonte simbólico que, aunque descontextualizado, retroactúa con el área local tan pronto como esta se organiza adecuadamente en una función “habilitante”.

Aquí, de hecho, es el desarrollo del turismo impulsado por el Ente local que hace posible el desarrollo de la CE. Sin embargo, esto es posible solo sobre la base de ciertos aspectos simbólicos compartidos.

6. Conclusiones

Los ejemplos que hemos estudiado muestran como los aspectos simbólicos compartidos, tanto como resultado de un “sentido de pertenencia” recuperado que se hunde en la historia y en las tradiciones de las zonas rurales, como en formas responsables de consumo compartido transversalmente por diferentes *citizen-users* (ciudadanos y turistas) de una manera, relativamente, independiente del contexto histórico y cultural, pueden llegar a representar, además de un elemento de interés, también, y sobre todo, el motivo para reforzar las relaciones sociales residuales presentes en el territorio (c.s.s.). Estas últimas, movilizadas en torno a la oportunidad turística, pueden contribuir a la construcción del poder de atracción del lugar en términos innovadores y responsables, orientado al bien común y capaz de responder a las necesidades sociales generalizadas.

En este sentido, el turismo, precisamente por la paradoja según la cual una creciente homologación de estructuras debe corresponder a una diferenciación creciente de niveles simbólicos, puede representar un “*enabling factor*” capaz de movilizar los ideales simbólicos compartidas en torno a una idea común de desarrollo comunitario local.

Bibliografía

- BAUMAN, Z. (1996). “Modernidad y ambivalencia” en GIDDENS A., BAUMAN Z., LUHMANN N., BECK U. Las consecuencias perversas de la modernidad, Barcelona, Anthropos: 73-119.
- BODINI R., BORZAGA C., MORI P., SALVATORI G., SFORZI J., ZANDONAI F. (2016). La cooperazione di comunità. Libro bianco, Trento, Euricse.
- BOURDIEU P. (1993). “La violencia simbólica. Entrevistas”. Enciclopedia Multimediale delle Scienze Sociali. En la Red: <https://web.archive.org/web/20080513043250/http://www.emsf.rai.it/interviste/interviste.asp?d=388> (datos obtenidos, 26/11/2019).
- BRUNI L. (2011). “Felicità e beni relazionali”, en Journal du Mauss. En la Red: http://journaldumauss.net/IMG/pdf/FELICITA-beni_rel.Pdf (datos obtenidos, 26/11/2019)
- CORVO P. (2009). “Reinvenzione del cibo e sviluppo del territorio: il turismo enogastronomico”, en Culture della sostenibilità, 3(6): 90-101.
- D'ERAMO M. (2017). Il selfie del mondo, Feltrinelli, Milano.

- DONATI P. (1986). *Introduzione alla sociologia relazionale*. Franco Angeli, Milano.
- D'ONOFRIO, F. (2015). "On the Concept of 'Felicitas Publica' in Eighteenth-Century Political Economy", en *Journal of the History of Economic Thought*, 37(3): 449-471.
- SAVELLI A. (2008). "Alla ricerca di nuovi spazi per il turismo", en SAVELLI A. (Ed.). *Spazio turistico e società globale*, Franco Angeli, Milano: 211-232.
- SCHUMPETER J. (1911-1935). *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*. Paris: Dalloz.
- SEYFANG G., SMITH A. (2007). "Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda", en *Environmental Politics*, 16(4): 584-603, DOI: 10.1080/09644010701419121.
- SHELLER M. AND URRY J. (2006). "The new mobilities paradigm", en *Environment and planning A*, 38(2): 207-226.
- MOULAERT F., MACCALLUM D., MEHMOOD A. AND HAMDOUCH, A. (Ed.) (2013). *The International Handbook on Social Innovation*, Cheltenham, Edward Elgar.
- MORALLI M. (2019). *Social Innovation: pratiche e processi per ripensare le comunità*, Milano, Franco Angeli.
- MURRAY R., CAULIER-GRICE J., MULGAN G. (2010). *The open book of social innovation*, London, The Young Foundation ed.
- PICCHIERI A. (1995). "Stato e identità economiche regionali", en *Stato e mercato*, 44: 213-229.
- POLANYI, K., MACIVER, R. M. (1944). *The great transformation*, Boston, Beacon press.
- RABBIOSI C. (2018). *Il territorio messo in scena*, Milano-Udine, Mimesis.
- RITZER G. (1992). *The McDonaldization of society*, Thousand Oaks (US), Sage.
- JONES S. (2005). "Community-based ecotourism. The significance of social capital", en *Annals of Tourism Research*, 32(2): 303-324. DOI: 10.1016/j.annals.200406.007
- YIN R.K. (2003). *Case Study Research*, Thousand Oaks, Sage.
- ZAMAGNI S. (2008). "Reciprocity, civil economy, common good", en *Pursuing the common good: How solidarity and subsidiarity can work together*, Vatican City, Acta 14: 467-502.