

# DISTRITOS DEL SABOR ENOGASTRONÓMICO Y DESARROLLO LOCAL EN EL INTERIOR DE ITALIA

**Nico Bortoletto**

Professor Associado, Università degli Studi di Teramo (I)  
Teramo, Itália  
E-mail: nbortoletto@unite.it  
ORCID: 000-0002-0906-1075

**Greta Spineti**

Doutoranda (PhD candidade), Departamento de Ciências da Comunicação  
Università degli Studi di Teramo (I)  
Teramo, Itália  
E-mail: gspineti@unite.it  
ORCID: 0009-0007-4948-6071

Submetido em: 27/12/2023 Aceito em: 03/04/2024  
DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/guaju.v10i0.93879>



Guaju, Revista Brasileira de Desenvolvimento Territorial Sustentável  
está licenciado com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

## Resumen

El artículo explora la desconexión entre áreas del interior italiano y el turismo masivo, centrándose en el patrimonio cultural, especialmente enogastronómico. Este artículo se basa en un análisis de la bibliografía existente sobre el tema del desarrollo local a través de formas de turismo que valorizan el patrimonio cultural. La metodología adoptada fue principalmente la de la investigación bibliográfica y el análisis crítico de los estudios y fuentes disponibles sobre el tema. En particular, se examinaron artículos académicos, libros e informes institucionales que tratan de las relaciones entre turismo, desarrollo local y patrimonio cultural, con especial atención a las experiencias italianas. Se examina el papel de las cooperativas comunitarias en comunidades locales, que, frente a la globalización, han conservado y promovido tradiciones y valores autóctonos. Estas cooperativas se presentan como instrumentos cruciales para el desarrollo sostenible y la participación democrática en la economía local. Abordando la dualidad entre lo local y lo global, se analiza cómo el patrimonio cultural local puede resistir la homogeneidad global y contribuir al desarrollo, también introduciendo el concepto de distritos del sabor como sistemas locales que promueven y preservan productos alimenticios tradicionales. El artículo sugiere que la combinación de cooperativas comunitarias y distritos del sabor puede ser un poderoso motor de desarrollo turístico sostenible, atrayendo visitantes interesados en la cultura y enogastronomía locales. Se propone una investigación de campo para validar empíricamente estas hipótesis y proporcionar orientación práctica para el desarrollo turístico en estas áreas.

**Palabras clave:** Desarrollo local; Patrimonio cultural; Comunidades locales; Distritos del sabor; Turismo sustentable.

## ***Distritos del Sabor enogastronómico y desarrollo local en el interior de Italia***

## Abstract

The article explores the disconnect between inland areas of Italy and mass tourism, focusing on cultural heritage, especially that connected to food and wine. This article is based on an analysis of the existing literature on the topic of local development through forms of tourism that value cultural heritage. The methodology adopted was mainly bibliographic research and critical analysis of the studies and sources available on the topic. In particular, academic articles, books and institutional reports dealing with the relationships between tourism, local development and cultural heritage were examined, with special attention to Italian experiences. It examines the role of community cooperatives in local communities, which, in the face of globalization, have preserved and promoted local traditions and values. These cooperatives emerge as crucial instruments for sustainable development and democratic participation in the local economy. Addressing the duality between the local and the global, it analyzes how local



cultural heritage can resist global homogeneity and contribute to development, also introducing the concept of "food and wine districts" as local systems that promote and preserve traditional food products. The article suggests that the combination of community cooperatives and flavor districts can be a powerful driver of sustainable tourism development, attracting visitors interested in local culture and wine and gastronomy. Field research is proposed to empirically validate these hypotheses and provide practical guidance for tourism development in these areas.

**Keywords:** Local development; Cultural heritage; Local communities; Food and wine districts; Sustainable tourism.

## ***Distritos do sabor enogastronômico e desenvolvimento local no interior da Itália***

### **Resumo**

O artigo explora a desconexão entre áreas do interior italiano e o turismo em massa, focando no patrimônio cultural, especialmente o Enogastronômico. Este artigo baseia-se na análise da literatura existente sobre o tema do desenvolvimento local através de formas de turismo que valorizam o patrimônio cultural. A metodologia adotada foi principalmente a pesquisa bibliográfica e a análise crítica dos estudos e fontes disponíveis sobre o tema. Em particular, foram examinados artigos acadêmicos, livros e relatórios institucionais que tratam das relações entre turismo, desenvolvimento local e patrimônio cultural, com especial atenção às experiências italianas. Examina-se o papel das cooperativas comunitárias nas comunidades locais, que, diante da globalização, têm preservado e promovido tradições e valores autóctones. Essas cooperativas são apresentadas como instrumentos cruciais para o desenvolvimento sustentável e a participação democrática na economia local. Ao abordar a dualidade entre o local e o global, analisa-se como o patrimônio cultural local pode resistir à homogeneidade global e contribuir para o desenvolvimento, introduzindo também o conceito de distritos do sabor como sistemas locais que promovem e preservam produtos alimentares tradicionais. O artigo sugere que a combinação de cooperativas comunitárias e distritos do sabor pode ser um poderoso impulsionador do desenvolvimento turístico sustentável, atraindo visitantes interessados na cultura e enogastronomia locais. Propõe-se uma pesquisa de campo para validar empiricamente essas hipóteses e fornecer orientação prática para o desenvolvimento turístico nessas áreas.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento local; Patrimônio cultural; Comunidades locais; Distritos do sabor; Turismo sustentável.



## Introdução

Con frecuencia resulta difícil comprender, a primera vista, cómo algunas áreas del territorio italiano son prácticamente desconocidas para la gran audiencia turística internacional, así como nacional. Lugares caracterizados por un rico patrimonio cultural casi completamente excluido de las rutas turísticas y de la narrativa más amplia, del relato del país. La industria turística sigue expandiéndose constantemente, estableciéndose como una fuente de ingresos económicos y contribuyendo en gran medida al PIB de muchos países, también presentando una oportunidad significativa para la diversificación económica en diversas regiones (GAMBAROTA; LORDA, 2017). El turismo, un fenómeno relativamente reciente y típico de la era moderna, ha adquirido rápidamente una connotación negativa en la imaginación colectiva, evocando con demasiada frecuencia el turismo masivo, estándar, homogeneizador y causante de posibles molestias para los destinos turísticos. Ya en el siglo XIX, el surgimiento de una clase trabajadora con un creciente poder adquisitivo, que recientemente había ganado el derecho a momentos de descanso respecto al trabajo y que, también gracias a una red ferroviaria más densa, comenzaba a poblar los destinos turísticos de la costa británica, había suscitado la preocupación de la aristocracia local a la que, en un principio, esa costa le pertenecía exclusivamente (URRY, 1992). Así, las realidades locales más internas han percibido la ausencia de turistas en sus áreas como una fortuna, un bien a proteger.

Durante mucho tiempo, y de hecho aún hoy en día, el turismo ha sido sinónimo de aglomeraciones, vandalismo, desorden, caos, más que de crecimiento económico y social. En los últimos años, sin embargo, con la aparición de nuevas tipologías de viajeros orientados hacia una inmersión total en la cultura de los lugares, y que han comenzado a preferir itinerarios de nicho, muchos están reconociendo el valor intrínseco que el turismo cultural y sostenible puede aportar a las pequeñas realidades locales (SALVATORE; CHIODO, 2016; CUCCU; SILVESTRI, 2019). Esta categoría de turistas emprende viajes con el propósito de conocer y sumergirse en la cultura y sociedad que están a punto de visitar, curiosos por conocer su historia, arquitectura e, inevitablemente, cuando se trata de Italia, también su patrimonio enogastronómico, parte integral del patrimonio cultural del país (CLARONI, 2021).

El concepto de turismo sustentable ha ganado relevancia desde la década de 1980, cuando se empezaron a reconocer los impactos negativos del turismo en los destinos. A pesar

de sus beneficios económicos, el crecimiento turístico puede provocar daños ambientales y socioculturales significativos. La falta de crítica en torno a estos problemas, especialmente en los países en desarrollo, llevó a una reflexión sobre la necesidad de un turismo más sostenible en términos ambientales, socioculturales y económicos. El turismo sostenible se propone como un modelo de desarrollo que busca conciliar las necesidades presentes y futuras, sin comprometer los recursos para las generaciones venideras (TARLOMBANI DA SILVEIRA, 2005). Surgido a partir de la década de 1990, este enfoque se basa en los principios del Informe Brundtland de 1987, que define el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer las futuras. Este enfoque implica considerar múltiples dimensiones: ecológica, ambiental, económica, espacial, cultural, político-social e institucional. Para que el turismo sea sostenible, debe respetar la capacidad de carga del medio ambiente, garantizar la equidad social, fomentar la participación local y promover la conservación de la biodiversidad y los recursos culturales.

A pesar de su importancia teórica, la implementación práctica del turismo sostenible enfrenta varios desafíos. Entre ellos, la tendencia a simplificar el concepto y centrarse exclusivamente en aspectos ambientales, descuidando lo social y económico. Además, persisten prácticas turísticas convencionales que priorizan el lucro a corto plazo sobre la sostenibilidad a largo plazo. Para avanzar hacia un turismo más sostenible, se han propuesto diversas acciones, como la evaluación del impacto ambiental, la adopción de indicadores de sostenibilidad y la colaboración entre gobiernos, empresas y comunidades locales. Sin embargo, aún queda trabajo por hacer para superar los obstáculos y lograr una transformación real en la industria turística hacia prácticas más responsables y respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales.

Las comunidades locales, al percibir este cambio de actitud, comienzan a ver al visitante de manera diferente, ahora considerado más como un recurso que como un invasor. En este artículo revisaremos brevemente cómo el patrimonio local puede ser un fuerte impulsor del desarrollo y la innovación en las zonas del interior, con un enfoque particular en el patrimonio enogastronómico, valorizado a través de los distritos del sabor.

## Comunidades globales, comunidades locales: Las Coperativas Comunitarias

La sociedad en que vivimos es sumamente compleja. Las transformaciones en curso avanzan a un ritmo extraordinariamente rápido, poniendo en duda o desarticulando los modelos sociales en que nos reconocíamos. La sociedad global se encuentra en un contexto que nunca se había experimentado: está interconectada, constantemente bombardeada por estímulos, que fluye en la constante del cambio (BAUMAN, 2001) y en permanente reflexión crítica sobre sus propias acciones y las instituciones sociales (GIDDENS, 1999). En primer lugar, Giddens sostiene que la globalización ha generado una mayor interconexión e interdependencia entre las distintas partes del mundo. Esta interconexión ha llevado a una mayor conciencia de las interacciones globales y de las consecuencias de las acciones locales. Como consecuencia, las sociedades contemporáneas se han vuelto más autocríticas en el sentido de que se ven constantemente llamadas a reflexionar sobre las implicaciones de sus acciones a escala global.

En segundo lugar, Giddens señala que la modernidad reflexiva se caracteriza por una mayor conciencia de los riesgos e incertidumbres que acompañan a los procesos de cambio social, político y económico. Las personas son más conscientes de los riesgos potenciales asociados a las decisiones individuales y colectivas, por lo que se les anima a reflexionar críticamente sobre ellas.

Además, la modernidad reflexiva implica un mayor nivel de autonomía y responsabilidad individual a la hora de tomar decisiones sobre el propio futuro. Las personas están llamadas a implicarse más activamente en la configuración de su destino y a participar en los procesos de toma de decisiones que influyen en sus vidas. Por último, Giddens sugiere que la modernidad reflexiva conduce a una creciente pluralización de perspectivas y valores dentro de la sociedad. Las personas están expuestas a una amplia gama de ideas, culturas y puntos de vista a través de los medios de comunicación globales, lo que les lleva a ser más críticos con sus creencias y a estar más abiertos al cambio y la diversidad.

En resumen, cuando Giddens habla de una sociedad globalizada autocrítica y reflexiva, se refiere a un contexto en el que las personas son más conscientes de las interconexiones globales, más sensibles a los riesgos y las incertidumbres, más autónomas a la hora de tomar decisiones y más abiertas a la diversidad y al cambio. Probablemente, gracias a esta reflexividad, los ciudadanos de esos pequeños centros rurales inevitablemente afectados por la globalización, después de una primera fase de aceptación pasiva del fenómeno, han

comenzado a reflexionar críticamente y a reaccionar. Su condición al margen de la sociedad globalizada les ha permitido ser más espectadores que actores en la búsqueda constante de homogeneización y estandarización, en nombre de la optimización de recursos y resultados, a los cuales solo han rozado: en el ámbito gastronómico, estas comunidades aún se caracterizan por la lentitud, aún se permiten el lujo de priorizar la calidad de los productos gastronómicos, en detrimento de las ganancias temporales, incluso en la vida cotidiana. En el hogar de una familia que reside en un municipio de las montañas del interior italiano, es fácil encontrar en la despensa harina, aceite de oliva (probablemente de producción propia o de familiares y amigos), huevos, cacao en polvo para la preparación de postres. En cambio, podría no ser fácil encontrar estos ingredientes en un apartamento de una de las principales ciudades del país, seguramente reemplazados por repostería industrial. De manera similar, si observamos el ámbito profesional, en la cocina de un restaurante de un pueblo entre las colinas italianas será mucho más probable encontrar productos frescos, de producción propia o local, listos para combinar y crear preparaciones auténticas, con productos de temporada.

También en estas comunidades locales, incluso en los pequeños centros es imposible no percibir la disolución de las organizaciones típicas del siglo pasado (BAUMAN, 2001). Las organizaciones masivas del siglo XX, expresadas a través de formas politizadas como partidos, sindicatos y otras organizaciones afines, han desaparecido, creando así la necesidad de encontrar un nuevo sentido de comunidad, caracterizado esta vez por un enfoque ascendente y apolítico, para no comprometer el logro del objetivo de estar al servicio de la comunidad debido a peligrosas barreras ideológicas y políticas (BIANCHI, 2021).

El papel del pegamento de la sociedad que, hasta el siglo pasado, era propio de las instituciones públicas ha ido disminuyendo hasta casi desaparecer, dejando un vacío social que siente una fuerte necesidad de ser llenado. En algunos casos, esta tarea ha sido asumida por las cooperativas comunitarias. El sentido de comunidad que antes estaba presente en las relaciones de las personas que vivían en estrecho contacto y que no necesitaba ser construido y reforzado a través de acciones u organizaciones específicas, hoy está prácticamente ausente. De ahí la renovada necesidad de recuperar este sentido de pertenencia e identidad, los lazos característicos de las comunidades, esta vez en nombre de objetivos específicos comunes de desarrollo económico y, sobre todo, social.

Las cooperativas comunitarias operan a nivel local y tienen como objetivo principal el bienestar y el desarrollo de la comunidad en que nacen y operan (SOLARINO, 2020). En

Italia, no existe una legislación específica al respecto, por lo que pueden asumir diversas formas y llevar a cabo una amplia gama de actividades, pero siempre orientadas a promover la participación y la innovación de la comunidad.

Entre sus características distintivas, se deben mencionar:"

- Propiedad y gestión local: las cooperativas comunitarias suelen ser de propiedad local y están controladas por los miembros de la propia comunidad. Esto significa que quienes utilizan los servicios o están involucrados en la cooperativa tienen cierto grado de influencia en las decisiones y actividades.
- Objetivos sociales: a diferencia de las empresas con fines de lucro, las cooperativas comunitarias suelen orientarse hacia objetivos sociales y el desarrollo sostenible de la comunidad. Pueden centrarse en servicios como suministros de alimentos, energía renovable, servicios de salud, vivienda, educación, entre otros.
- Participación activa de los miembros: los miembros de la cooperativa comunitaria participan activamente en las decisiones. Por lo general, cada miembro tiene voz en decisiones importantes.
- Inclusividad: mientras que en el pasado las cooperativas se dirigían a grupos específicos dentro de la sociedad, a menudo orientadas por funciones económicas o sociales (trabajadores, consumidores, familias, etc.), las cooperativas comunitarias están al servicio de toda la comunidad (MORI, 2015; KIEFFER, 2018).
- Beneficios para la comunidad: los beneficios financieros de la cooperativa comunitaria suelen reinvertirse en la propia comunidad o se utilizan para mejorar los servicios ofrecidos. Este ciclo de reinversión constituye un círculo virtuoso y contribuye a la mejora continua del bienestar de la comunidad.
- Sostenibilidad y responsabilidad social: con frecuencia adoptan prácticas sostenibles y se comprometen en iniciativas de responsabilidad social. Esto puede incluir la reducción del impacto ambiental, el apoyo al empleo local y la promoción de la justicia social.
- Servicios locales: las cooperativas comunitarias suelen proporcionar servicios que satisfacen las necesidades específicas de la comunidad en que operan. Por ejemplo, pueden ofrecer acceso a bienes y servicios que, en esa área, de otra manera podrían no estar disponibles.

Las cooperativas comunitarias no son más que el resultado de ese localismo teorizado por Saenz (1999) y De Rita y Varaldo (2006), que surge porque hay una realidad (o en este caso, una comunidad) más o menos fuerte que se une a la capacidad espontánea de crecer desde abajo; el localismo no es más que la intersección de muchos otros espontaneísmos (de emprendimiento terciario, de movimientos sociales, de cultura colectiva, de provincialismo, etc.). Las cooperativas comunitarias son una herramienta interesante para promover el desarrollo local sostenible, el empoderamiento de la comunidad y la participación democrática en la economía local. Su estructura fomenta la colaboración y el intercambio de recursos para el bien de la comunidad misma. A diferencia de las asociaciones institucionales del siglo pasado, que ya han desaparecido, los miembros de las cooperativas comunitarias tienen entre ellos una relación más similar a la *Gemeinshaft* 1 de Tönnies (1887), o al menos buscan restablecerla: quienes participan comparten un sentimiento de identidad, pertenencia y comunidad. Comparten valores y tienen tradiciones y raíces comunes: muy a menudo, es la valorización y promoción, en el espacio y en el tiempo, de estos puntos comunes lo que los impulsa a unirse.

Las cooperativas comunitarias no se limitan a ser solo un instrumento representativo para dar voz a los ciudadanos, sino que se convierten en un medio de acción directa de los individuos miembros de la comunidad que deciden regenerar e innovar su territorio (Bianchi, 2021), contribuyendo a su desarrollo y, por ende, al de la comunidad. La unión entre las cooperativas comunitarias y el instrumento de los distritos del sabor podría configurar un nuevo binomio operativo poderoso para el empoderamiento y la valorización de los lugares desde una perspectiva turística, fomentando así el desarrollo de un turismo de nicho y sostenible capaz de contribuir al crecimiento económico y social.

### **Patrimonio local: Una voz para contar el territorio y destacar el contexto global**

El dualismo entre lo local y lo global es muy frecuente en la sociología contemporánea. Con el avance de la globalización, la discusión en torno al patrimonio se vuelve cada vez más crucial en el diálogo entre lo local y lo global. La aparente contradicción entre la preservación de las raíces culturales y el encuentro y aceptación de influencias globales nos impulsa a explorar cómo el patrimonio se entrelaza con la dinámica interacción entre lo local y lo global.

Los procesos de globalización, después de una primera fase de fuerte homogeneización y estandarización de procesos y productos, se han topado con la complejidad de las realidades

locales, generando dinámicas de oposición y sentando las bases para el resurgimiento de los territorios. Al impactar de manera inédita en las economías locales, han iniciado nuevos procesos de innovación y desarrollo local en ámbitos económicos, sociales y culturales, a menudo caracterizados por una carrera hacia la recuperación de tradiciones que puedan hacer inmune a ese territorio de la indiferenciación típica de lo global (LOPES et al., 2021). El patrimonio alimentario y vinícola se refiere a la riqueza cultural y las tradiciones asociadas a la producción, preparación y consumo de alimentos y bebidas en una región o comunidad determinada. Incluye no sólo los platos locales y las especialidades culinarias, sino también las técnicas de cultivo, procesamiento y conservación de alimentos, así como las prácticas sociales y rituales asociadas a la comida y el vino (UNESCO, 2003). Los “productos locales”, arraigados profundamente en las tradiciones de los lugares donde nacen y se desarrollan, sirven como medio de resistencia contra la homogeneidad de la modernidad y, gracias a ello, han ganado su espacio en el patrimonio cultural (tangible, pero más a menudo intangible), como objetos impregnados de fuerte simbolismo. Compuesto por elementos distintivos de la localidad y al mismo tiempo expresión de la identidad y la tradición, este patrimonio tiene la capacidad de contar la historia del territorio, su cultura, y cómo estas han logrado arraigarse, persistir e innovarse a lo largo del tiempo (BORTOLETTO, 2007). La relación entre el patrimonio cultural y su comunidad es, por lo tanto, dual y dialógica: por un lado, desempeña un papel fundamental en la formación de la identidad de una comunidad y sus miembros, por otro lado, se presenta como un instrumento para la promoción y valorización de esta cultura en una perspectiva global, para destacar de una modernidad demasiado homogénea y uniforme. Una especie de redención, si se quiere, frente a la estandarización inherente a la globalización, a menudo caracterizada por la cultura de masas. El significado simbólico asociado a estos productos los convierte en poderosas herramientas para distinguir a las comunidades locales y sus productos y servicios del paisaje globalizado.

Pero el desarrollo y la innovación son acciones multidisciplinarias. Para citar a Bortoletto y Salvatore (2013, p. 245):

En una economía basada en el conocimiento y la alta intensidad de capital social, el desarrollo es ciertamente el resultado de políticas económicas, en el sentido de medidas e incentivos para empresas y producción; pero también depende de la investigación que genera innovación, del sistema de habilidades, de la transferencia de tecnologías y conocimientos, de la calidad y cantidad de bienes y servicios públicos, del patrimonio de bienes culturales, de las políticas de género, de los servicios y políticas sociales, de la calidad y capacidad de producción y distribución del conocimiento, ante todo. El desarrollo es, por lo tanto, un elemento multidimensional que involucra las muchas líneas de cambio posibles en una sociedad dada.

Por lo tanto, surgen dinámicas de reconsideración de lo local tanto en términos de desarrollo, como mencionamos anteriormente, como en términos identitarios. Las cooperativas comunitarias, de las cuales hemos hablado, son un ejemplo de un enfoque de abajo hacia arriba, “partiendo desde el territorio”, considerado la clave para buscar la integración y recomposición de políticas, responsabilidades y acciones. De aquí surge la reflexión sobre el concepto de “distrito”, asociado a la localidad, pero también al gusto. En este sentido, el término “distrito” retoma la acepción comunitaria del término, para atribuir al desarrollo una dimensión colectiva y de participación, lo que De Rita y Varaldo (2006) identifican como localismo. El distrito del sabor es en realidad una expresión paradójica porque se refiere a una dimensión local, pero sin límites, potencialmente en constante cambio, al igual que son ilimitadas las posibles interacciones e interconexiones que lo caracterizan: es el uso de la inteligencia artificial en la viticultura, es la venta en línea de miel producida por el pequeño apicultor. Valorizar y comunicar productos locales hoy, en el contexto del mercado global de productos y servicios, es aproximarse a un complejo procedimiento que involucra a la comunidad en múltiples aspectos, que requieren habilidades técnicas, pero también habilidades creativas. Sin duda, los productores mismos están involucrados en primer lugar, a los que se suman figuras locales como el experto en comunicación y marketing, el informático, el diseñador. Esta participación hace que el producto típico pueda ser un verdadero “bien público” al que diferentes partes de la comunidad están llamadas a participar. A diferencia del distrito industrial, orientado únicamente a la producción de productos aprovechando los recursos locales, circunscritos a una determinada área geográfica, el distrito del sabor se distingue más que todo gracias a una compartición de intenciones. Otro elemento que lo asemeja a las cooperativas comunitarias.

Gracias a este cambio de actitud por parte del visitante, cada vez más atraído por experiencias características, capaces de sumergirlo y hacerlo sentir parte de los lugares y comunidades que visita, los actores locales han demostrado la capacidad de activar el patrimonio cultural local para dar a conocer y promover los territorios, valorándolo y al mismo tiempo generando valor económico y social para la comunidad. Además, los productos locales de calidad han demostrado ser capaces de contrarrestar la McDonaldización<sup>2</sup> (Ritzer, 1996) de los sabores y las producciones, así como de encontrar su propio espacio en el nuevo mercado global en nombre de la singularidad y especificidad, también gracias a una renovada demanda turística de gusto (BORTOLETTO; SALVATORE, 2013). El producto resultante, en la visión que le atribuimos, adquiere así un valor agregado que se atribuye

no solo a los aspectos más directamente materiales, sino sobre todo a los inmateriales y simbólicos; lleva consigo el conjunto de conocimientos locales, tradiciones, la historia de toda una comunidad que se reconoce en él, favoreciendo así la consolidación del sentido de pertenencia e identidad.

### **Distritos del Sabor: Sistemas locales para el desarrollo del territorio**

El término distrito del sabor se refiere a una zona geográfica específica en que se concentran productores, agricultores y operadores en la industria alimentaria que trabajan juntos para promover y preservar productos alimentarios tradicionales y de calidad. Estos distritos buscan valorizar el patrimonio enogastronómico local, entendido como patrimonio cultural, promover la sostenibilidad y ofrecer experiencias auténticas a los visitantes que desean conocer, a través del simbolismo propio de los productos de la comunidad local, la historia y la cultura de esos lugares.

Al hablar de distritos del sabor, inevitablemente nos referimos a sistemas. Sistemas locales como lugares de conexión entre el lugar y la sociedad a través de un proceso de conocimiento territorial que se realiza en la sociedad y se sedimenta en el lugar, dando una forma específica a la división del trabajo local (RULLANI, 2009). Es precisamente su especificidad dada por el arraigo en el territorio lo que permite al lugar mantener, y a veces aumentar, una identidad distintiva, ya sea a través de dinámicas inclusivas de tipo relacional o a través de dinámicas excluyentes de tipo productivo (BORTOLETTO, 2007).

En la visión de Luhmann (2002), que aquí se adopta, los sistemas sociales modernos se caracterizan por una creciente complejidad, inevitable e intrínseca, dada su propensión a la evolución continua. Las sociedades modernas crecen en complejidad en el intento de gestionar y responder a un número cada vez mayor de estímulos provenientes del entorno. En este escenario, el territorio se presenta como una variable interviniente en que encontramos la capacidad de fusión específica de economía, sociedad e instituciones y (quizás) capaz de contrarrestar y reducir la complejidad en la vida de las personas.

La superación de la organización fordista del territorio, yendo más allá de la tradicional separación entre economía y sociedad, fue la clave para la aparición del modelo de desarrollo local. Este modelo también surgió gracias a la saturación de los mercados globales, lo que resultó en una gran flexibilidad tanto en la actividad creativa como en la actividad de producción. La naturaleza local de un producto o proceso es permitida por algún tipo de

aprendizaje evolutivo, a menudo llevado a cabo por ensayo y error, donde la adquisición de conocimientos se realiza a través de la interacción social dentro de la comunidad, entre individuos (y profesionales de diversas índoles) que la componen. El aprendizaje evolutivo explora la complejidad y la reduce precisamente a través de la interacción social. El conocimiento resultante se arraiga, por lo tanto, en la memoria y en la cotidianidad, a diferentes niveles de formalización (BORTOLETTO, 2007), así como en los propios lugares. El territorio se convierte en una síntesis de lugar y desarrollo: se convierte en un escenario para el intercambio de conocimientos, saber hacer, facilitando el aprendizaje gracias al contexto de confianza y familiaridad (también) en el lenguaje que todos los miembros de la comunidad comparten; otro resultado es una reducción de los costes de transición en comparación con el aprendizaje de entornos ajenos. Así surgen, a partir de una comprensión más profunda del territorio y la recuperación de conocimientos tradicionales, iniciativas innovadoras que valorizan y difunden la identidad cultural. Precisamente, los distritos del sabor que evolucionan hacia animados centros de intercambio cultural, convirtiéndose en catalizadores de innovación local.

Lo que resulta de esto es el fruto de un proceso de generación espontánea, algo que no se puede copiar ni exportar, porque es el resultado de conocimientos contextualizados. Capaz de no perder vitalidad económica y social al producto individual ni al lugar mismo, así como de garantizar, por un lado, la especialización de los mecanismos de (re)producción social, y, por otro lado, la satisfacción de las necesidades económicas relacionadas con la creciente competitividad del mercado. La ventaja competitiva de estos productos radica en la estrecha relación con la comunidad local que los produce, el capital social, cultural e identitario con el que están embebidos y del cual son portavoces.

Esto no significa que sean sistemas cerrados: el desarrollo local se da precisamente por la capacidad de utilizar los recursos externos para valorizar los internos. No solo es un crecimiento de la producción, sino una atracción de recursos, inversiones y conocimientos destinados a aumentar y mejorar la producción local (TRIGILIA, 2001).

Un sistema local, además, produce símbolos, cultura y valores que se integran en estructuras de gobernanza propias, a través de un proceso de institucionalización. Y son precisamente las cooperativas comunitarias un ejemplo tangible de recuperación y absorción de este proceso, que con sus actividades perpetúan un círculo virtuoso de desarrollo e innovación en los contextos locales.

## Algunas reflexiones sobre una posible economía social del gusto

La centralidad del territorio, en nuestro modelo, es evidente. Pero no es suficiente. Además de intervenir directamente en el territorio con acciones de promoción, es necesario actuar a través de actores colectivos locales en términos de sensibilización y movilización de recursos tácitos. Así pues, el desarrollo local debe combinar la acción colectiva autónoma, los recursos locales inmóviles y las interacciones translocales y supralocales, con el fin de producir un valor territorial añadido de desarrollo/capital territorial. ¿Cómo definir el concepto de capital territorial (CT)? Por CT podemos entender: Condiciones y recursos del medio natural (renovables y no renovables) propios de un lugar; Patrimonio "histórico" material e inmaterial (no reproducible como tal, pero incrementable con el tiempo); Capital fijo acumulado en infraestructuras e instalaciones (incrementable, adaptables, pero en su conjunto no producibles a corto o medio plazo); Activos relacionales parcialmente integrados en el capital humano local: capital cognitivo local, capital social, heterogeneidad cultural, capacidad institucional (recursos renovables e incrementables, pero sólo producibles a medio y largo plazo) (RAMIREZ; BENITO, 2000).

El turismo enogastronómico se está consolidando en todo el mundo occidental y en los países BRICS como una motivación de viaje cada vez más importante y un recurso único capaz de posicionar los destinos turísticos en el mundo del turismo en un mercado cada vez más competitivo.

Las razones detrás de este fenómeno son varias, la primera es que existe una demanda creciente de esta forma de turismo, el turismo enogastronómico incluye en sí mismo todos aquellos aspectos que caracterizan la actual demanda turística actual: el interés por la cultura, las tradiciones, la autenticidad y la sostenibilidad, es capaz de crear un desarrollo local sostenible a través de su transversalidad capaz de implicar a diferentes sectores económicos, desde el sector primario, la agricultura, la artesanía y los servicios, pero también de favorecer la conservación de las tradiciones locales y la protección de la biodiversidad (PEREZ, 2006).

El recorrido hasta ahora considerado ha puesto en evidencia la existencia de redes simbólicas y, al mismo tiempo, materiales que actúan como determinantes en la existencia o no de la entidad distrital aquí considerada. Lo que en parte se ha identificado es precisamente una serie de datos que indican la existencia de redes entre diferentes productores de gusto. La existencia de estas redes, cruzada con la producción resultante, lleva, en nuestro esquema teórico, a la identificación de "distritos del gusto" (BORTOLETTO, 2007).

Estos distritos tienen la particularidad de constituir verdaderos centros para el (re) impulso de un sistema de producción recalibrado en lo inmaterial, más que en la producción de bienes tangibles. En estos centros parece concentrarse el lugar y, en él, la comunidad local (las personas que perciben el lugar como un elemento generador de confianza); esto constituye, en nuestra opinión, algo fundamental para la “renovación” de un sistema de producción diferente (y no solo eso).

Ciertamente se puede afirmar que la acción pública en términos de competitividad y desarrollo local sigue siendo fundamental. Esta acción es esencial porque las políticas públicas influyen en gran medida en los “pilares”, los “nodos” de la red inteligente que conecta investigación, innovación, capital social, bienes públicos, producción, marketing, competitividad, ingresos (cfr. MENDOZA, 2007).

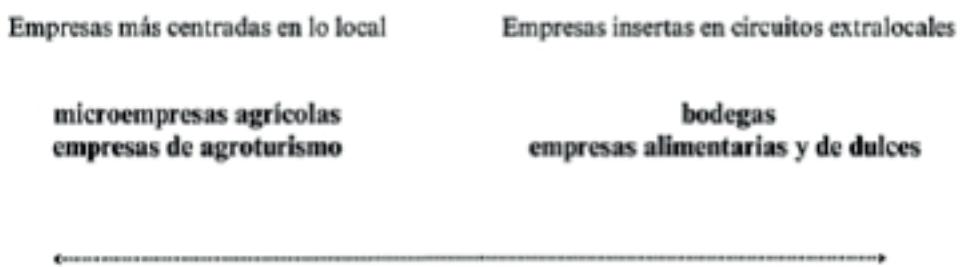
La eficacia de estas redes locales y globales influye en economías externas, en la competitividad del sistema y del territorio. También dependen de ellas la formación, el crecimiento y la cultura de mujeres y hombres que son productores y difusores del conocimiento y medios de su transferencia. La valorización (en términos de conocimientos tácitos, valores y procedimientos) de los distritos del territorio podría ser, por lo tanto, una de las soluciones de gobernanza local viables. En la realidad de los distritos del gusto se identifica un sistema de relaciones construido en el territorio que sitúa su alcance dentro de los límites de la comunidad local, a la que se suman, constitutivamente, las extensas redes de globalización (TRIGILIA, 2001).

Lo que nos interesa resaltar es, en resumen, la densidad y el carácter de las relaciones internas al territorio local (las que pueden constituir un caldo de cultivo para “hacer distrito”) y el grado de apertura de estas realidades productivas hacia el exterior o, como hemos dicho, su capacidad de conectarse con los importantes sistemas de conexión económica extra-local.

En la tipología que consideramos aquí (MINARDI; BORTOLETTO, 2007), encontramos dos tipos principales de empresas, representadas esquemáticamente como casos límite de un continuo, en el que se pasa de una empresa principalmente local (que tiene relaciones, se mueve o parece caracterizarse por esferas de actividad muy vinculadas a esta dimensión) a otra que está insertada (o trabaja para insertarse) en una red de acción más amplia, que ve al territorio como punto de partida de sus relaciones socioeconómicas (FIGURA 1).

En el primer tipo incluimos microempresas familiares que operan en el sector agrícola y/o agroturístico, y en el segundo las bodegas, en particular aquellas en que sucedió un cambio de gestión (a menudo interno a la familia) y que hoy están dirigidas por jóvenes empresarios, y las empresas medianas y grandes que operan en el sector alimentario y vitivinícola:

Figura 1: Un continuo entre dos tipos ideales de empresas



Fuente: Extraído y adaptado de Bortoletto y Minardi (2007).

Obtenemos una expansión a lo largo de las amplias redes de la "globalización" de algunos elementos que típicamente han caracterizado la expansión del tejido socioeconómico de la llamada Tercera Italia (cf. BURRONI, 2018). La familia juega un papel muy importante, de apoyo en la fase de inicio y de organización y gestión en la fase de desarrollo de las actividades económicas (por lo tanto, surge una correlación positiva con el caso más general de los distritos industriales italianos, donde la continuidad económica con actividades tradicionales de la familia y la función de proxy 3 ejercida territorialmente por esta última representan elementos decisivos, en la base del funcionamiento y éxito del modelo en cuestión).

No obstante, hay situaciones que demuestran cómo las diferencias en los esquemas culturales de referencia entre padres e hijos y, más generalmente, entre diferentes generaciones, y el carácter cerrado de algunas estructuras familiares rurales, pueden representar un obstáculo para la innovación de los procesos productivos locales.

La apuesta no se juega solo a nivel de la empresa familiar. Otros actores sociales, organizativos e institucionales están plenamente involucrados en la dinámica de los distritos del gusto.

Las instituciones locales, activas en la promoción del territorio, aún no logran producir plataformas compartidas de acción y políticas de desarrollo participativas, en las que los actores económicos puedan converger, enfrentarse y cooperar de manera estable y continua; el tercer sector, además, muestra aún poca capacidad para crear bienes de interés colectivo y penetrar y fortalecer el tejido social y económico; en resumen, es difícil implementar estrategias de reciprocidad y estimular en la comunidad local trayectorias y relaciones no utilitaristas.

Ampliando la perspectiva, al final podemos afirmar que los operadores y empresarios locales del gusto: Por un lado, con el recurso al capital social de solidaridad (de tipo exclusivo), tienden a reaccionar a los problemas y dificultades en la gestión de las actividades económicas consolidando y/o fortaleciendo los vínculos con la familia, los parientes, los amigos y los conocidos. Por otro lado, intentan, a veces laboriosamente, crear con los proveedores, las empresas clientes, las empresas asociadas y los actores socio-institucionales, vínculos de naturaleza débil, es decir, vínculos basados en una relación diádica de apoyo mutuo (comenzando así a producir capital social de reciprocidad, que tiene un carácter inclusivo).

La comunidad local se caracteriza en consecuencia como una comunidad de intenciones que se construye sobre un proyecto común de promoción y recuperación de sus peculiaridades, de su patrimonio antropológico-cultural, y que, al hacer esto, vehicula formas de cultura tanto material como simbólica. De hecho, tanto la cultura alimentaria como las iniciativas folklóricas que propone el territorio interpretan la necesidad de una recuperación del “pasado”, y esta fuerza evocadora remite a dimensiones socio-relacionales y materiales deseables y consideradas perdidas.

En otros términos, en los procesos de desarrollo local es necesario que las ventajas competitivas estén interrelacionadas con la capacidad, a su vez variable, de construcción social de la innovación; esta necesariamente parte del capital social y cultural del cual el territorio y la comunidad disponen; revisitar la tradición, por un lado, significa redescubrirla, por otro, construirla sobre la base de valores y costumbres que se refieren a representaciones colectivas vinculadas a dimensiones ideológicas, valorativas, así como al imaginario social. Sobre la base de todo esto, también se podría afirmar que el distrito del gusto se convierte en un modelo de “representación social (que se entiende) no solo como un concepto, sino como un fenómeno” (MOSCOVICI, 2001).

La producción de un imaginario colectivo comienza precisamente en la acción de revitalizar la imagen del país. Y el imaginario social se ve enormemente favorecido por la existencia de vínculos de confianza tanto del tipo bonding, como del tipo bridging.

El tema de la confianza adquiere aún más importancia en una economía de tipo soft como la que concierne al ámbito del gusto, donde los contenidos inmateriales o en términos simbólicos de los intercambios tienen una importancia que puede competir perfectamente con el valor de los objetos materiales de las transacciones. Si el valor de un intercambio no se puede medir estrictamente en términos cuantitativos, su asignación se realizará a través

de un proceso de negociación de significado que involucra oferta y demanda. En particular, habrá al menos dos factores a tener en cuenta:

- El acceso a la información que concierne al valor de un bien con altos contenidos simbólicos;
- La confianza o la inversión emocional en el hecho de que el bien que se está intercambiando contiene exactamente el valor en cuestión.

En general, una de las dimensiones esenciales de la confianza se refiere a la conciencia que los actores tienen sobre la posibilidad de ver satisfechas sus expectativas. Por lo tanto, se vuelve importante preguntarse cómo se perciben estas expectativas o, en otras palabras, cuál es la imagen que cada actor tiene de los demás. Desde una perspectiva relacional en el territorio, es necesario tener en cuenta, además del papel de los actores institucionales y privados, también el entorno externo a él y las relaciones que mantiene con él.

## Conclusión

En conclusión, el patrimonio cultural, encarnado en el producto enogastronómico local que lleva consigo un fuerte simbolismo, así como la cultura y la identidad de las comunidades que lo producen, se erige como un poderoso impulsor para el desarrollo local a través del turismo (OLIVEIRA, 2011). Resistiendo a la homogeneización de la globalización, estos productos se convierten en depositarios de identidad, historia y cultura. La sinergia entre el patrimonio enogastronómico local, los distritos del sabor y las cooperativas comunitarias no solo preserva la autenticidad de una comunidad, sino que también estimula la innovación y el crecimiento socioeconómico. Mientras las comunidades navegan en el delicado equilibrio entre tradición y progreso, la promoción del patrimonio enogastronómico local en clave turística emerge como un camino sostenible hacia un futuro resiliente (MELARA, 2009). Las cooperativas comunitarias, cuyos miembros pertenecen a una misma comunidad y participan activamente en el bienestar y desarrollo local, parecen configurarse como una nueva y concreta posibilidad de innovación territorial, en particular donde la intervención de las instituciones es escasa o tarda en llegar. La teoría aquí planteada sugiere que el encuentro entre las cooperativas comunitarias, como actores, y los distritos del sabor, como herramienta, puede configurar una nueva frontera para el desarrollo turístico, apuntando a la atracción de visitantes interesados en profundizar en el conocimiento de la cultura y la enogastronomía, a través de una propuesta de turismo lento y fuera de temporada,

llevando así a un crecimiento económico y social sostenible a largo plazo. El próximo paso en el ámbito científico seguramente será la recopilación de datos a través de la investigación de campo para obtener una validación empírica de lo propuesto como hipótesis, analizando casos de estudio reales para esbozar una línea de acción plausible y empíricamente válida.

## Referências

- ALLEBRANDT, S. L. Estado, Administração pública e Gestão Social. In: SIEDENBERG, D. R. (Org.). Desenvolvimento sob Múltiplos Olhares. Ijuí: Ed. Unijuí, 2012.
- ALVES, J. M. A assistência estudantil no âmbito da política de Ensino Superior Pública. *Serviço Social em Revista*. v. 5, n. 1. jul./dez. 2002. Londrina-PR: UEL, 2002.
- ARAÚJO, L. Viagem nossa de cada dia: o direito à educação superior e os desafios de permanência. *Interfaces da Educação*. Paranaíba, v. 10, n. 28, p. 189-213, 2019. BAUMAN, Z. *Community. Seeking Safety in an Insecure World*. Blackwell Pub., Malden MA, 2001.
- BIANCHI, M. Le cooperative di comunità come nuovi agenti di aggregazione sociale e sviluppo locale. *Impresa Sociale*, v. 2, pp.71-83, 2021.
- BORTOLETTO, N., SALVATORE, R. Il Distretto del Gusto tra Tradizione e “Località”. In BORTOLETTO, N., MINARDI, E., (Org.). *Tempo libero, loisir e sport*
- Alcuni elementi per una contestualizzazione sociologica. Aracne, Roma, 2013.
- BORTOLETTO, N. I distretti del gusto: una realtà reticolare. In: MINARDI, E.; BORTOLETTO, N. (Org.). *I distretti del gusto: nuove risorse per lo sviluppo locale*. Il Piccolo libro ed.: Teramo, 2007.
- BURRONI, L. The emerging of different patterns of local development in the third Italy. In *The Institutions of Local Development*. Routledge, 2018. p. 187-202.
- CLARONI A. Il turismo del vino quale turismo culturale ed esperienziale e strumento di promozione e valorizzazione territoriale. *Rivista Italiana di Diritto del Turismo*, Franco Angeli, 2021.
- CUCCU, O., & SILVESTRI, F. La Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) e la valorizzazione del patrimonio turistico per lo sviluppo locale. *Annali del turismo*, 8(1), 175-180, 2019.
- DE RITA, G., VARALDO, R. Distretti e servizi: una nuova via per lo sviluppo, *Economia dei Servizi, Mercati, Istituzioni, Management* 1/2006, pp. 31-40, 2006.
- GAMBAROTA, D. M., LORDA, M. A. El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista geográfica venezolana*, v. 58, n. 2, p. 346-359, 2017.
- GIDDENS, A. *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial, 1999.
- LOPES, E. R.; SIMÕES, J. T.; REGO, C.; MATEUS, L. Tourism and gastronomic heritage: a case study. *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol.4, nº 3, pp. 159-168, 2021.
- LUHMANN, N. *Risk: A Sociological Theory* (1st ed.). Routledge, 2002.
- KIEFFER, M. *Turismo Rural Comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México*. PASOS.

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v. 16, n. 2, p. 429-441, 2018.

Martikke, S. Social capital: an overview. Manchester: Greater Manchester Centre for Voluntary Organisation, 2017

MELARA, G. J. El turismo en la lógica de la sostenibilidad y el desarrollo local. Reflexiones sobre tres estudios de caso de Costa Rica, Bolivia y El Salvador. DELOS: Desarrollo Local Sostenible, v. 2, n. 5, 2009.

MENDOZA, E. C. Acción pública y desarrollo local. FCE: Fondo de Cultura Económica, 2007.

MINARDI, E.; BORTOLETTO, N. (Org.). I distretti del gusto: nuove risorse per lo sviluppo locale. Il Piccolo libro ed.: Teramo, 2007.

MORI, P. A. Le cooperative di comunità. In: EURICSE. Economia Cooperativa. Rilevanza, evoluzione e nuove frontiere della cooperazione italiana. Terzo Rapporto Euricse, 2015.

MOSCOVICI, S. Social representations: Essays in social psychology. Nyu Press, 2001.

OLIVEIRA, S. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. Estudios y perspectivas en turismo, 20(3), 738-752, 2011.

Pérez, M. M. El desarrollo local sostenible. Economía y desarrollo, v. 140, n. 2, 2006.

Ramírez, B. P., & Benito, E. C. Desarrollo local: manual de uso. ESIC Editorial, 2000.

RITZER, G. The McDonaldization thesis: Is expansion inevitable? International sociology, v. 11, n. 3, pp.291-308, 1996.

RULLANI, E. Knowledge economy and local development: the evolution of industrial districts and the new role of "urban networks". Review of Economic Conditions in Italy, v. 2, n. 237, 2009.

SAENZ, A. Contribuciones al desarrollo endógeno: participación comunitaria, poder local, ONGs. Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, v. 45, 1999.

SALVATORE R., CHIODO E., Aree interne e tourism transition: nuove pratiche

turistiche e riorganizzazione dell'offerta in funzione della rivitalizzazione,

Agriregionideuropa, año 12, n. 45, 2016.

SOLARINO, S. Las cooperativas comunitarias en Italia y su contribución al desarrollo rural. Despoblamiento y Desarrollo Rural, 109, 2020.

TARLOMBANI DA SILVEIRA, M. A. Turismo y sustentabilidad: Entre el discurso y la acción. Estudios y perspectivas en turismo, v.14, n. 3, p. 222-238, 2005.

TÖNNIES F. Community and society. Cambridge University Press, Cambridge, 1887

TRIGILIA, C. Social capital and local development. European journal of social theory, v. 4, n. 4, p. 427-442, 2001.

UNESCO, (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Disponible en: <https://ich.unesco.org/en/convention>

URRY, J. The tourist gaze and the Environment. Theory, Culture & Society, v. 9, n. 3, p. 1-26, 1992.

## **Contribuições no artigo**

Nico Bortoletto declarou ter participado da concepção do manuscrito, escrita do manuscrito e discussão dos resultados. Greta Spineti declarou ter participado das revisões do manuscrito, metodologia, curadoria dos dados e análise dos dados.

## **Financiamento da pesquisa**

Os autores declaram que não houve financiamento.