

SOSTENIBILIDAD COMUNICATIVA, UNA CATEGORÍA FALTANTE

Ana Cristina Montoya*

1. Sostenibilidad, idea unificadora

A partir del momento en el cual ha sido evidente que el consumo descontrolado está poniendo en peligro la sobrevivencia del planeta, que la tierra no puede resistir la presión de una creciente y veloz extracción de recursos, sin tener las condiciones y el tiempo para que éstos se renueven naturalmente, crece -aunque lentamente- la conciencia colectiva de que esta depende de nosotros para la continuación de la propia existencia; paradójicamente, no es tan obvio para todos, que nuestra propia supervivencia está íntimamente ligada al futuro de la tierra, que estamos vinculados a ella con una relación de interdependencia.

Y, sin embargo, como afirman los firmantes del *Manifiesto Convivialista*, nadie puede creer que esta acumulación de fuerza pueda continuar indefinidamente, en una lógica de progreso técnico sin volverse contra sí misma y sin amenazar la supervivencia física y moral de la humanidad.¹ Por tanto, es necesario transformar la relación existente, para hacer surgir una relación de sostenibilidad.

Sostenibilidad es un término abusado -y a menudo mal entendido- que sin embargo resulta hasta ahora el más adecuado para señalar, en forma multidimensional, la calidad de la relación que debería existir entre la humanidad y la tierra, en una perspectiva presente y futura. Se refiere a la capacidad que la humanidad posee para responder a sus actuales necesidades, sin comprometer la posibilidad de las futuras generaciones para responder a las propias necesidades.²

*Doctora en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Salesiana de Roma. Magister en Comunicación de la Universidad Javeriana. Comunicadora social y periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana. Docente del Instituto Universitario Sophia (Italia), cristina.montoya@sophiauniversity.org

¹Alain Caillé, Serge Latouche et al., *Manifiesto convivialista. Dichiarazione d'interdipendenza*, trad. Andrea Zaccardi (Pisa: Edizioni ETS, 2014), 13.

² United Nations, *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development*, Asamblea general de Naciones Unidas 1987. Recuperado de: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (Consultado el 22 de Diciembre de 2019)

No es tarea de este artículo entrar en el debate sobre las múltiples definiciones de sostenibilidad; sobre la posible conciliación entre crecimiento económico y salvaguarda del ambiente, y ni siquiera poner en discusión el hecho que exista o no una ‘obligación’ de pensar en las futuras generaciones; asumimos que la sostenibilidad se presenta como «*the central unifying idea society most needs at this point in human history*»,³ y es claro que su aplicación no puede pasar solo por acuerdos entre Estados, requiere –ante todo- un cambio en los estilos de vida, capaz de conducir a la humanidad a vivir esa relación que con Bergoglio se podría llamar: *Ecología integral*.⁴

Se han dado pasos, multiplicado los estudios en torno al tema, hasta establecer el «paradigma de la sostenibilidad», se ha acordado una agenda universal de desarrollo sostenible, se ha dedicado un decenio a la educación a la sostenibilidad, y no obstante, este permanece a menudo como un discurso teórico, aceptado formalmente mas no asumido totalmente; la degradación ambiental, así como la desigualdad y la pobreza que están interconectadas, prevalecen.

Nuestra hipótesis es que esto se deba fuertemente al hecho que hasta ahora no se ha tomado en consideración la dimensión comunicativa de la sostenibilidad, porque la comunicación ha sido utilizada únicamente con fines instrumentales, y no por lo que es: un elemento constitutivo de toda relación social, incluida la relación de interdependencia que en cuanto humanidad tenemos con la tierra. Se puede afirmar que crear las condiciones para una comunicación de calidad, en grado de regenerar desde adentro la relación social para que llegue a ser de sostenibilidad, es fundamental. Y garantizar que esto sea posible en el tiempo es lo que llamaremos, *sostenibilidad comunicativa*.

³ Rodger Bybee, “Planet earth in crisis: How should science educators respond?”, *The American Biology Teacher* 53, n.º3 (1991), 146.

⁴ “Hoy el análisis de los problemas ambientales es inseparable del análisis de los contextos humanos, familiares, laborales, urbanos, y por las relaciones de cada persona consigo misma, que genera un determinado modo de relacionarse con los otros y con el ambiente” Papa Francisco, *Lettera Enciclica Laudato Si*, (Città del Vaticano: Librería Editrice Vaticana, 2015) n.º 141. Como señala Sergio Rondinara en la Enciclica Laudato Si, Ecología integral, se ha vuelto la palabra clave, que evidencia la existencia de una crisis socio-ambiental compleja, que exige soluciones integradas. Cf. Sergio Rondinara, “Laudato Si. Verso una ecologia integrale”, *Nuova Umanità* XXXVII, núm. 220 (2015): 424.

2. La definición de una categoría

Hasta ahora se han presentado pocos intentos de dar contenido teórico a tal categoría. El más sistemático ha sido recogido en el volumen *Sustainability communication*,⁵ que ofrece un amplio espectro de lecturas a partir del encuentro entre múltiples disciplinas. Godemann y Michelsen, la definen como un modo de relación social y, subrayando las consecuencias de las desigualdades en el mundo, en particular el crecimiento de la brecha digital, afirman como necesario, que los seres humanos asuman su responsabilidad y remodelen las relaciones, entre ellos y el mundo natural, “esto requiere un proceso social de comprensión mutua que trate tanto de las causas de estos desarrollos como de sus posibles soluciones. En otras palabras, un proceso de comunicación y entendimiento mutuo que también se conoce como «sostenibilidad comunicativa».⁶ También, Jens Newing concluye que la sostenibilidad comunicativa se alcanza solo cuando se llega a un proceso de comprensión recíproca,⁷ pero lo vincula estrechamente al cambio climático, afirmando que para que se dé, se requiere sobre todo que se hable acerca de este. Adomßent y Stoltenberg afirman que es propio de la comunicación poner a disposición respuestas a preguntas como “¿Quiénes son los actores principales? ¿Qué oportunidades hay para ellos? ¿Qué tipos de cooperación son posibles en un campo de acción común?”⁸

Se comprende cuanto la comunicación resulte determinante y estratégica en muchos aspectos que se refieren al desarrollo sostenible. No obstante, en la mayor parte de las publicaciones la comunicación sigue siendo entendida en una perspectiva instrumental, tendiente sobre todo a difundir, a mayor escala, la necesidad de asumir un compromiso colectivo para llegar a un desarrollo sostenible; no se posee aun una definición precisa, ni un marco propio de análisis: se necesitan los elementos teóricos y los métodos de aplicación que permitan dar a la comunicación su auténtico rol en el logro de la sostenibilidad.

⁵ Jasmin Godemann y Gerd Michelsen, eds., *Sustainability Communication. Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations* (London: Springer, 2011).

⁶ Godemann y Michelsen, *Sustainability Communication*, 4.

⁷ Jens Newing, "Climate Change as an Element of Sustainability Communication", en *Sustainability Communication. Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations*, editado por J. Godemann y G. Michelsen (London, Springer, 2011), 120.

⁸ M. Adomßent y Ute Stoltenberg, "Biodiversity and Sustainability Communication", en *Sustainability Communication. Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations*, editado por J. Godemann y G. Michelsen (London, Springer, 2011), 136.

Para entender el significado de esta afirmación, serán necesario algunos pasos: subrayar que la emergencia planetaria tiene lugar en un determinado tipo de sociedad; que se fundamenta en una particular comprensión del ser humano y su relación con la naturaleza; y que dicha comprensión requiere una concepción de la comunicación mucho más compleja y rica de la que comúnmente se le atribuye a este término en la actualidad.

3. ¿De qué sociedad hablamos?

Hablar de sociedad exige hoy salir del viejo debate sujeto-estructuras, para poner el acento en la relación que existe entre ellos. Estructuralismo, funcionalismo o individualismo metodológico, e incluso el concepto de sistema (que priva lo humano de su potencialidad de agente), resultan insuficientes para describir la sociedad hodierna. Para definirla es necesario hablar de relaciones, conexiones, y lazos.

Autores como Manuel Castells evidencian como el encuentro entre la reestructuración capitalista y la revolución de las tecnologías de la información hayan dado origen a una sociedad caracterizada por la globalización de las actividades económicas estratégicas, organización en red, flexibilidad, precariedad e individualización del trabajo, por una cultura de la virtualidad real, un sistema de medios dominante, interconectado y diversificado, y por la transformación de los fundamentos materiales de la vida, del espacio y del tiempo;⁹ una sociedad llamada de la comunicación o la información.

Para Margaret Archer, vivimos en una sociedad *morfo genética*,¹⁰ caracterizada por la fluidez organizacional y por el cambio constante. Pierpaolo Donati, para quien la sociedad no es más que una red de relaciones, considera que para entenderla, es necesaria una perspectiva *relacional*, capaz de identificar y evidenciar las relaciones de las que está hecha. Elabora una teoría que entiende la sociedad como un todo compuesto por sujetos, naturaleza y estructuras, en correspondencia entre ellos. *Relación social* constituye la palabra clave; no como mera interacción o nexo, sino como la realidad que emerge de las interacciones que se establecen entre los sujetos, las estructuras sociales y la naturaleza. No hace referencia entonces a los “vínculos sociales”, sino a la realidad a la que tales vínculos dan vida. Donati la ve como una entidad en sí - *un tercero* – que se sitúa entre los agentes que interactúan;

⁹ Manuel Castells, *Il potere della identità* (Bologna: Università Bocconi, 2014), 98.

¹⁰ Margaret Archer, *Realist social theory: the morphogenetic approach* (Cambridge: Cambridge University Press, 2003), 15.

como una realidad generada y generadora que llega a definir, precisamente, “emergente”,¹¹ que es fruto de las interacciones, pero las excede. Y es aquí que la comunicación es llamada en causa, puesto que en esta perspectiva de análisis la comunicación es considerada un elemento constitutivo de toda *relación social*, por lo que, si se quiere realizar un cambio en las relaciones, hace falta cambiar la comunicación dentro de ellas.

4. La comunicación, elemento constitutivo de la relación social

En los últimos decenios una veloz evolución semántica e interpretativa ha subrayado a tal punto el aspecto performativo de la comunicación, que ha llegado a oscurecer el significado original del término, con el cual, se indicaba el ‘hacer parte’, y ‘entrar en comunión’.¹² La dimensión de circularidad del sufijo *munus* ha casi desaparecido de los diccionarios y de la comprensión misma, siendo confinada a la intimidad de las relaciones intersubjetivas y lo que se denomina comunicación ha sido puesta al servicio de las lógicas de consumo.

La perspectiva relacional, en cambio, supone un modo preciso de entender la comunicación, que podríamos decir *complejo* que va desde la conversación interior de los sujetos hasta la *Sociedad Red*.

Para entenderla es particularmente útil pensarla -siguiendo a Donati- como una «*relación comunicativa*»¹³ «*compleja*»¹⁴ que es mucho más que un flujo de información o un proceso de intercambio de mensajes; se trata de una acción recíproca con una intencionalidad explícita o implícita que se desarrolla en un espacio y tiempo definidos y con determinadas normas y valores; mediada o no. Denota un actuar recíproco que, aun teniendo en cuenta lo que ocurre en los individuos, adquiere una dimensión social, porque la «*intencionalidad de la comunicación inter-humana existe y actúa también en las redes y en los sistemas comunicativos más complejos y anónimos*».¹⁵

¹¹ Cf. Pierpaolo Donati, *Sociologia della relazione* (Bologna: Il Mulino, 2013), 19.

¹² P. Coda, Spunti per una lettura teologico-trinitaria dell’evento comunicativo, presentato all’ Istituto Universitario Sophia, 2015, 1.

¹³ Guido Gili, "La comunicazione nella prospettiva della sociologia relazionale", en *Percorsi di sociologia relazionale*, ed. Paolo Terenzi (Milano: Franco Angeli, 2012), 82.

¹⁴ Cf P. Donati, "Comunicazione", en *Sociologia della cultura*, editado por Sergio Belardinelli y Leonardo Allodi (Milano, Franco Angeli, 2006), 60.

¹⁵ G. Gili, "Comunicazione", en *Lessico della sociologia relazionale*, editado por Paolo Terenzi, Lucia Boccacin y Ricardo Prandini (Bologna, Il Mulino, 2016), 42.

5. El rol de los sujetos

En tal sentido resulta fundamental retomar y subrayar el rol del sujeto en toda relación comunicativa. Para que pueda conducir a una relación sostenible, es necesario que la comunicación se apoye en un proceso de reflexividad; pero es necesario aclarar inmediatamente que esta última es diversa de la reflexión, en cuanto que la reflexividad es entendida como la acción mental de un individuo que vuelve sobre sí mismo «en relación a ‘Otro’ (externo, en un contexto social), y por tanto es una acción relacional (implica una relación social)»¹⁶. Para Margaret Archer, significa realizar una acción de discernimiento, es decir, preguntarse por los propios fines, proyectarse a través de un proceso de deliberación,¹⁷ y dar origen a prácticas de amor y cuidado. Esta reflexividad, permite a la sociedad en cuanto tal «reorientar, proyectar y gestionar la relación y sus riesgos, convirtiéndose en una capacidad operativa de autogobernarse (*self-steering*), no obstante las adversidades».¹⁸

En cuanto relación, la comunicación puede ser leída en tres claves semánticas diversas: como *refero*, expresándose como indicación, referencia, anuncio, semántica propia de la dimensión informativa o expresiva; como *religo*, y hace referencia a la comunicación que instauro procesos y establece vínculos, que implica conexiones bidireccionales, redes, circularidad; finalmente como *generativa*, considerada como una comunicación de calidad, por cuanto sus efectos no se miden en términos de impacto o incidencia, sino por su capacidad causal de dar vida a bienes relacionales.

6. Comunicación y bienes relacionales

Los bienes relacionales son «bienes inmateriales, pero reales, como la amistad, el reconocimiento, la solidaridad, y así sucesivamente, correspondientes a la gran parte de las necesidades humanas»¹⁹, que nacen de la relación de quienes las comparten. La amistad, por ejemplo, es un bien relacional para los amigos, así como una iniciativa de solidaridad es un bien para quien actúa fraternamente en frente a otros y para quien, a su vez, encuentra en esta acción una respuesta concreta a una necesidad.

¹⁶ Pierpaolo Donati, “Quale ‘modernizzazione riflessiva’? Il ruolo della riflessività nel cambiamento sociale”, *Sociologia e politiche sociali*, n.º 1 (2010), 12.

¹⁷ Cf. Margaret Archer, *La conversazione interiore. Come nasce l’agire sociale* (Trento: Erickson, 2006), 106.

¹⁸ Donati, *Quale “modernizzazione riflessiva”? Il ruolo della riflessività nel cambiamento sociale*, 15.

¹⁹ Pierpaolo Donati, *L’enigma della relazione* (Milano: Mimesis, 2015), 40.

Se está en presencia de un bien relacional «cuando los mismos individuos participantes lo producen y lo disfrutan juntos»²⁰, y no pueden ser adquiridos, intercambiados o sustituidos por nadie más²¹. Son ante todo vínculos que constituyen un valor agregado para las partes que intervienen, pero su valor se extiende también a la realidad que circunda a quienes los generan.

Es necesario precisar que no todas *las relaciones*, comprendidas las comunicativas, producen bienes relacionales: algunas, de hecho, pueden también producir males relacionales.

Para producir bienes, una relación debe responder a ciertos fines, normas y valores; para tratar de explicarlo mejor, tomamos un ejemplo del contexto actual: la creciente movilidad humana, debida sobre todo a las guerras y a los cambios climáticos, genera sociedades cada vez más multiculturales, en las que, un horizonte de sentido compartido resulta difícil de alcanzar. De hecho, a menudo, en la sociedad actual las identidades se vuelven bastiones para defender antes que realidades para compartir.²² Es ya una conciencia adquirida por la humanidad, el hecho que compartir la cotidianidad en un territorio no represente de por sí una experiencia de interculturalidad, porque entre culturas diversas que se encuentran se pueden establecer muchos tipos de relaciones, que van desde la opresión, a la aprobación, hasta la posible integración.²³ La interculturalidad, sería entonces un bien relacional.

Asumiendo el principio de que la comunicación ocurre entre las conciencias, es decir entre sujetos con intencionalidad y fines situacionales claros, ¿Qué tipo de comunicación podría contribuir a establecer una relación de encuentro entre culturas? ¿Tal vez quiere decir cuidar el lenguaje para evitar simplificaciones estereotipadas que buscan encerrar la riqueza de un pueblo en un adjetivo, a menudo negativo, que se vuelve viral? ¿O tal vez generar escenarios y prácticas que favorezcan el reconocimiento recíproco, dando vida a narrativas no polarizantes?

²⁰ Pierpaolo Donati, *Sociologia relazionale. Come cambia la società* (Brescia: La Scuola, 2013), 156.

²¹ R. Prandini, "Bene relazionale", en *Lessico della sociologia relazionale*, editado por Paolo Terenzi, Lucia Boccacin y Ricardo Prandini (Bologna, Il Mulino, 2016) 26.

²² M. Castells, *Il potere delle identità*, tr. it. di Gianni Pannofino (Milano, Università Bocconi Editore - EGEA, 2014), 29.

²³ J. Estermann, "Colonialidad, descolonización e interculturalidad. Apuntes desde la Filosofía Intercultural", en *Interculturalidad crítica y descolonización. Fundamentos para el debate*, editado por D. Mora (La Paz, III-CAB, 2009), 60.

En tal perspectiva la comunicación puede ser un instrumento de cambio social, producir una verdadera morfogénesis de los tejidos sociales y *generar* un positivo y significativo encuentro entre culturas, superando la función difusionista de la comunicación que a menudo «amenaza» la integración social.²⁴

Para tal fin se propone como punto de partida, asumir una comprensión compleja del concepto de comunicación; la evidencia del rol de los sujetos, el diseño de escenarios, prácticas y narrativas de comunicación que pongan en el centro de sus intereses la generación de bienes relacionales, y finalmente la elaboración de matrices e instrumentos que permitan evaluar estos efectos.

Señalando otro ejemplo, se podría hablar de la participación política de los ciudadanos: alcanzar resultados significativos y mensurables implica una comunicación que involucra, que toma dentro, que hace ser parte.²⁵

También la sostenibilidad es un bien relacional, que es expresión de la reciprocidad del hombre tanto en relación con la naturaleza (que es toda don), como con los demás hombres, comprendidas las futuras generaciones. Puede ser definida como el fruto que emerge de una relación sana, visionaria, equilibrada del hombre con el resto de la naturaleza, que lo lleva a tener hacia ella, hacia los demás hombres y hacia los frutos de su interacción (entendiendo con esto la cultura, las acciones, la técnica y las instituciones) una actitud de gratitud responsable de estima y cuidado. Pero para hacer esto es necesario que se pueda mirar la realidad social en perspectiva relacional y subrayar que con el termino sostenibilidad, no se indican sólo recursos, sino un bien relacional que puede o no emerger de la interacción entre la humanidad y la Tierra.

²⁴ Cf. A. Honneth, *La sociedad del desprecio* (Madrid, Trotta, 2011), 65.

²⁵ “Podemos decir que la sociedad es ante todo un proceso participativo: de bienes, de roles, de estatutos, de ventajas y desventajas, de beneficios y cargas, de obligaciones y deberes. Las personas son “partners”, es decir, “toman parte” en la medida en que la sociedad distribuye esas partes”. La Santa Sede, “Mensaje del santo padre francisco a la profesora Margaret Archer, presidenta de la academia pontificia de ciencias sociales con motivo de la sesión plenaria”, Papa Francisco, http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/pont-messages/2017/documents/papa-francesco_20170424_messaggio-accademia-scienzesociali.html (Consultado 24 de Enero de 2020)

7. Conclusión

Alcanzar la sostenibilidad implica un cambio en las costumbres, los modos de vida, los consumos, que cuestiona a personas e instituciones a nivel global. Tratándose de una relación social, esta tiene un componente comunicativo que le es constitutivo y la hace posible; que debe ser custodiado, tomado en consideración, y fortalecido.

Hasta ahora, este componente comunicativo ha sido comprendido sobre todo de manera funcional, al servicio de la difusión de información o de la divulgación de iniciativas, mostrándola como algo instrumental a la relación y no constitutivo como en cambio es.

Por tanto, es necesario estudiarla en esta nueva dimensión, considerándola a partir de tres niveles. El primero se refiere a su dimensión de *referencialidad*, ya que hace posible la difusión de las ideas, del conocimiento que permite dar a la naturaleza, a los recursos, y a las culturas su justo valor. Aquí se entiende, concretamente, la difusión de los mensajes que permiten la participación a gran escala de grupos o poblaciones en una relación de consumo responsable o de protección de la naturaleza.

Un segundo nivel alude a la comunicación como «*vínculo*», ya que facilita la participación y el nacimiento de redes, y esta acepción se entiende también como una conexión ontológica, ya que se reconoce y transmite a las siguientes generaciones la pertenencia común al ambiente natural y por tanto la doble valencia de la conservación del ambiente en cuanto hábitat mismo del hombre, refiriéndose también a los vínculos que unen a los hombres entre sí, y permiten por ejemplo el respeto de la biodiversidad cultural y por tanto la reducción de los casos de opresión, etc.

Un tercer nivel, de la comunicación sostenible es garantizar que sea entendida como comunión, comunidad, término de cuya raíz proviene y que expresa mucho más que exclusivamente una de sus prerrogativas.

El ser humano continúa siendo la palabra clave para la interpretación y la comprensión de la sostenibilidad. No se puede hablar de sostenibilidad del planeta sin hacer mención del ser humano. Si por una parte es necesario garantizar la biodiversidad, la supervivencia de la especie, la flora, la fauna, del agua y del universo entero, esto no es posible si, simultáneamente, no se garantiza al ser humano un ambiente favorable para su crecimiento multidimensional.

Además, se debe subrayar que la recuperación de la dimensión humana en la sociedad implica también la recuperación de la naturaleza como experiencia vital de los sujetos-personas, como dimensión pre social, como lugar y contexto de toda formación social y práctica cultural.²⁶

Las principales teorías de la comunicación han subrayado la importancia y la influencia de la relación social en el proceso de la comunicación²⁷; pero hacer ver que la comunicación es un elemento constitutivo de la relación social, de la misma manera que lo son las estructuras sociales y la naturaleza²⁸, y mostrar que entre estos elementos hay un vínculo de interdependencia, restituye a la comunicación su verdadera dimensión y al mismo tiempo su responsabilidad frente al presente y el futuro de la sociedad.

Identificar cuáles puedan ser las características, los valores de base, las prácticas, narrativas, escenarios y los medios de comunicación que conducen hacia la construcción de vínculos, nexos y relaciones sociales sanas y armoniosas, que hacen la vida humana y la del planeta sostenible, constituye, también para los estudios en ciencias de la comunicación social, una de las más grandes preguntas de nuestro tiempo.

Bibliografía

Adomßent, Maik, y Ute Stoltenberg. "Biodiversity and Sustainability Communication". En *Sustainability Communication*, editado por Jasmin Godemann y Gerd Michelsen, 129–39. London: Springer, 2011.

Archer, Margaret. *La conversazione interiore. Come nasce l'agire sociale*. Trento: Erickson, 2006.

———. *Realist social theory: the morphogenetic approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

Bybee, Rodger. "Planet earth in crisis: How should science educators respond?" *The American Biology Teacher* 53, núm. 3 (1991): 146–53.

Castells, Manuel. *Il potere della identità*. Bologna: Università Bocconi, 2014.

———. *Il potere delle identità*. Traducido por Gianni Pannofino. Milano: Università Bocconi Editore - EGEA, 2014.

Coda, Piero. "Spunti per una lettura teológico-trinitaria dell'evento comunicativo". Istituto Universitario Sophia, 2015.

Donati, Pierpaolo. "Comunicazione". En *Sociologia della cultura*, editado por Sergio Belardinelli y Leonardo Allodi, 53–64. Milano: FrancoAngeli, 2006.

²⁶ Ana Cristina Montoya, *Comunicazione ed enigma della relazione* (Milano: FrancoAngeli, 2019), 33.

²⁷ Montoya, 161.

²⁸ Pierpaolo Donati, "Cultura e comunicazione: un approccio relazionale", *Lo Spettacolo*, 1994, 64.

- . “Cultura e comunicazione: un approccio relazionale”. *Lo Spettacolo*, 1994.
- . *L'enigma della relazione*. Milano: Mimesis, 2015.
- . “Quale ‘modernizzazione riflessiva’? Il ruolo della riflessività nel cambiamento sociale”. *Sociologia e politiche sociali*, 2010.
- . *Sociologia della relazione*. Bologna: Il Mulino, 2013.
- . *Sociologia relazionale. Come cambia la società*. Brescia: La Scuola, 2013.
- Estermann, Josef. “colonialidad, descolonización e interculturalidad. Apuntes desde la Filosofía Intercultural”. En *Interculturalidad crítica y descolonización. Fundamentos para el debat*, editado por David Mora. La Paz: III-CAB, 2009.
- Gili, Guido. “Comunicazione”. En *Lessico della sociologia relazionale*, editado por Paolo Terenzi, Lucia Boccacin, y Riccardo Prandini, 41–46. Bologna: Il Mulino, 2016.
- . “La comunicazione nella prospettiva della sociologia relazionale”. En *Percorsi di sociologia relazionale*, editado por Paolo Terenzi, 62–87. Milano: FrancoAngeli, 2012.
- Godemann, Jasmin, y Gerd Michelsen. “Sustainability Communication - An Introduction”. En *Sustainability Communication*, editado por Jasmin Godemann y Gerd Michelsen, 3–11. London: Springer, 2011.
- , eds. *Sustainability Communication. Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations*. London: Springer, 2011.
- Honneth, Axel. *La sociedad del desprecio*. Madrid: Trotta, 2011.
- Lingua, Graziano, y Alberto Pirni, eds. *Manifesto convivialista. Dichiarazione d'interdipendenza*. Traducido por Andrea Zaccardi. Pisa: Edizioni ETS, 2014.
- Montoya, Ana Cristina. *Comunicazione ed enigma della relazione*. Milano: FrancoAngeli, 2019.
- Newig, Jens. “Climate Change as an Element of Sustainability Communication”. En *Sustainability Communication*, editado por Jasmin Godemann y Gerd Michelsen, 119–28. London: Springer, 2011.
- Papa Francesco. *Lettera Enciclica Laudato Si*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2015.
- Prandini, Riccardo. “Bene relazionale”. En *Lessico della sociologia relazionale*, editado por Paolo Terenzi, Lucia Boccacin, y Riccardo Prandini, 25–29. Bologna: Il Mulino, 2016.
- Rondinara, Sergio. “Laudato Si. Verso una ecologia integrale”. *Nuova Umanità XXXVII*, núm. 220 (2015): 423–34.
- United Nations. “Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development”, 1987.

