

# As redes de cooperação territorial, baseadas em processos de inovação social como novos modelos de hospitalidade: O caso das casas históricas

**Territorial cooperation networks**, based on **social innovation** processes as new **models of hospitality**: The case of the historic houses

DIOGO MOLEIRO \* [diogomoleiro@ua.pt]

**Resumo** | A economia está a basear-se em abordagens sistémicas alicerçadas em processos interativos, relacionados com os territórios. Aqui, as redes de inovação sociais estão a evidenciar-se enquanto processos de cooperação com vista a melhores desempenhos turísticos locais. Este documento, baseado na revisão sistemática da literatura e em estudos de caso, analisa a dinâmica das redes de cooperação turística, enquanto potenciadores da inovação social e regional e, também do desenvolvimento territorial. O caso de estudo incide nos projetos de alojamento de casas históricas, que operem como um sistema em rede, o Albergo Diffuso, em Itália, um exemplo amplamente estudado e as Aldeias do Xisto, em Portugal. Os resultados demonstram que a estrutura social, a par do território, enquanto recurso a ser explorado, e os padrões de cooperação concebem impactes na inovação regional por intermédio das novas relações sociais potenciadas pela inovação social, enquanto modelo de inovação social local. Conclui-se que os destinos turísticos que operam em redes acabam por alcançar um maior desempenho em termos de inovação, de envolvimento das comunidades locais na atividade e de desenvolvimento das economias regionais.

**Palavras-chave** | Inovação social, território, comunidade, redes, relações sociais, casas históricas

**Abstract** | The economy is building on systemic approaches grounded in interactive, territory-related processes. Here, social innovation networks are emerging as cooperative processes for better local tourism performance. This study, based on a systematic literature review and case studies, analyzes the dynamics of tourism cooperation networks as enablers of social and regional innovation, and also of territorial development. The case study focuses on accommodation projects of historical houses, operating as a network system, the Albergo Diffuso in Italy, a widely studied example, and the Aldeias do Xisto in Portugal. The results show that the social structure, along with the territory, as a resource to be exploited, and the patterns of cooperation conceive impacts on regional innovation through the new

\* **PhD student in Tourism** - Aveiro University, Portugal. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8118-2509>

social relationships enhanced by social innovation, as a model of local social innovation. It is concluded that tourism destinations that operate in networks end up achieving a higher performance in terms of innovation, involvement of local communities in the activity and development of regional economies.

**Keywords** | Social innovation, territory, community, networks, social relations, historic houses

## 1. Introdução

As redes de inovação estão presentes em todas as atividades económicas e surgem como importantes mecanismos de crescimento local, assim como para o próprio processo de inovação (Brandão, Costa & Buhalis, 2017). Neste documento a inovação será abordada numa perspetiva social, uma vez que a inovação social é vista como instrumento de modernização das políticas públicas, com uma visão empreendedora sustentada num sistema de inovação territorial inclusivo e participativo (Richez-Battesti, Petrella & Vallade, 2012). Uma vez, que a inovação social visa dar resposta a problemas sociais, através de uma transformação, igualmente social, e ocorre num contexto de governança democrática (Andrew & Klein, 2010).

Ao definirmos inovação social devemos considerar que a sua definição se manifesta muito mais na atribuição de sentido ao social, do que propriamente ao processo de inovação em si (Brandsen, Cattacin, Evers & Zimmer, 2006). Isto porque, a inovação social deve ser vista como um processo societal complexo e não como uma definição que caracterize uma ação ou produto (Brandsen et al., 2006), até porque as inovações sociais são sociais tanto nos seus fins como nos seus princípios (Mulgan, 2010). Manifesta-se, assim, a pertinência da criação de uma colaboração entre a comunidade local, os governos e a atividade turística (Moscardo, 2011), de forma a alcançar-se um consenso sobre o tipo de desenvolvimento sustentável a adotar no destino (Dias, 2003; OMT, 2004), uma vez que o próprio conceito de turismo sustentável pressupõe a existência de uma estreita cooperação

entre os decisores e os residentes das comunidades locais (Shunnaq, Schwab, & Reid, 2008).

Como tal, devem ser definidos planos de desenvolvimento turístico que considerem as questões que se prendem com a comunidade, envolvendo-a no processo para que possa ser esta a determinar as necessidades de desenvolvimento turístico da região e permitindo que esta controle os impactes do turismo que se refletem na sua qualidade de vida (Shunnaq et al., 2008). Isto porque, se por um lado, a inovação social se alicerça na existência de uma relação de cooperação em rede, por outro, é um potenciador do desenvolvimento local, visto que valoriza o território, enquanto construção social resultante das ações e representações dos atores locais (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019).

Como objetivos deste documento, pretendemos: (i) destacar as ligações entre as inovações sociais e as comunidades, (ii) analisar o surgimento de iniciativas que beneficiam das capacidades territoriais e que potenciem o desenvolvimento de redes de inovação sociais, e, por último, (iii) relacionar as inovações sociais aos processos de desenvolvimento regional e local sustentáveis. Os resultados gravitam em torno de cinco ideias fundamentais: (i) os residentes e o desenvolvimento sustentável são vistos como parte integrante do planeamento da atividade (Hall, 2005; Li, Kim & Lee, 2021); (ii) as inovações sociais operam sobre os recursos existentes, anulam as barreiras pré-existentes e dão origem a novas relações sociais (Mulgan, 2007); (iii) a identidade regional e as redes sociais são elementos-chave do desenvolvimento sustentável (Neumeier, 2012; Piñeiro-Natelo & Lois-

González, 2019); (iv) os sistemas regionais de inovação são redes de cooperação (Hjalager, 2012) que ocorrem entre as empresas e as organizações de turismo (Brandão et al., 2017); e (v) que as redes de alojamento das casas históricas, devem ser eticamente aceitáveis (Gössling, Hall, Peeters & Scott, 2010), relevantes para o território e para a comunidade local (Bohdanowicz & Zientara, 2008) e integradas no contexto local (Dall'Ara, 2010).

O documento está organizado da seguinte forma: a secção seguinte centra-se na descrição da metodologia de investigação utilizada. De seguida, apresentamos uma breve análise da importância do planeamento do turismo voltado para a comunidade, posteriormente, a inovação social e as relações sociais no território, assim como o desenvolvimento regional, enquanto potenciadores da sustentabilidade, são temáticas discutidas. De seguida apresentam-se os casos de estudo, o que permite compreender as implicações das redes de inovação no desenvolvimento sustentável das comunidades. E, finalmente, nas conclusões, analisamos os principais contributos teóricos adjacentes às temáticas apresentadas na revisão de literatura, e as implicações práticas que os sistemas regionais de inovação e a própria inovação social, com foco para as redes das casas históricas, têm para o desenvolvimento regional sustentável.

## 2. Metodologia

O presente documento, incide na revisão de literatura sobre a inovação social, enquanto conceito base, nesta fase os contributos de Hjalager (2010; 2014) e de Moulaert (2009) serviram de fio condutor na seleção de palavras-chave de pesquisa, e posteriormente, conceitos a serem analisados: inovação social; território; comunidade; redes; relações sociais; casas históricas. A palavra-chave inovação social produziu uma variedade de artigos que discutem outros aspetos intrínsecos à

inovação social. Contudo, o que apresentamos nas secções seguintes, subentende o contexto das redes de casas históricas e os seus impactes no território.

De acordo com o objetivo proposto, e seguindo uma abordagem qualitativa, esta análise, por mais sucinta que seja, representa-se como essencial, na medida em que, na ótica do turismo, a inovação não é restrita a contextos, mas sim a todo o sistema turístico (Hall & Williams, 2008). Para a presente revisão de literatura foram realizadas pesquisas na base de dados SCOPUS. Os artigos foram analisados utilizando critérios diferentes, primeiro por temática, associada à inovação social e/ou às redes regionais de inovação, posteriormente, foram realizadas novas pesquisas com o objetivo de encontrar casos de estudo, associados às temáticas da inovação social e às casas históricas, sendo este o principal critério de exclusão dos artigos alvo de análise, e neste contexto surgiram estudos sobre o Albergos Diffuso. Após a análise deste caso de estudo, achou-se pertinente enquadrar um caso de estudo português, embora não seja amplamente estudado, e como tal não existem estudos na SCOPUS, é abordado o projeto das Aldeias Históricas em Portugal. Esta opção incidiu pelo fato de que, por um lado, este projeto é muito semelhante ao projeto dos Albergos Diffusos. Por outro, este projeto tem apresentado impactes positivos significativos, quer para as comunidades locais, nomeadamente ao nível do desenvolvimento económico, como para o desenvolvimento de sinergias de inovação social para as regiões que operam em rede.

## 3. Enquadramento Teórico

### 3.1. O planeamento do turismo voltado para a comunidade local

Partindo de uma perspetiva onde o turismo é visto como um elemento da cultura humana (Nash & Smith, 1991), que atua no espaço, e sendo este

um espaço simbólico, integrador e variável (Castells, 1999), consequência das relações dinâmicas e práticas sociais entre os turistas e a comunidade local que resultam da atividade turística e que determinam, por um lado, um novo sentido de identidade local (Waldren & Waldren, 1997) e por outro, a necessidade de um adequado planeamento dos destinos turísticos, com vista à coordenação eficiente e à integração das pessoas, recursos, produtos e serviços (Beerli & Martin, 2004; Getz, 1986; Inskip, 1994; Mason, 2003; Ruschmann, 2008). Isto porque, a conjuntura económica e sociocultural (Zhang, Xiong, Lee, Ye & Nunkoo, 2021) potenciam o aumento da competitividade entre os destinos turísticos, e como consequência, ocorre a necessidade de implementar novos modelos de planeamento e gestão (Brandão & Costa, 2008). O turismo deve, então, por um lado corresponder às expectativas dos turistas, por outro, respeitar os direitos e desejos da população local (Moleiro, 2020).

Atualmente, o planeamento do turismo, procura direcionar-se numa ótica, quer comunitária, quer sustentável, na medida em que existe uma necessidade, cada vez mais vincada, da participação da comunidade local no desenvolvimento da atividade (Li et al., 2021; Moleiro, 2020), assim como da integração dos aspetos sociais, económicos e ambientais locais (Hall, 2005). Deste modo, os residentes e o desenvolvimento sustentável passam a ser vistos como parte integrante do planeamento e desenvolvimento da atividade (Hall, 2005). É evidente que o turismo potencia o desenvolvimento das regiões (Spenceley & Meyer, 2012), como tal, o turismo passa a ser visto como um sistema potenciador de processos e interações que para além de compreender as questões económicas, apresenta-se como uma poderosa força social (Spenceley & Meyer, 2012).

Na perspetiva social, é importante salientar a posição da comunidade local enquanto agente ativo da atividade e principal afetada pelos impactos provocados pelo turismo (Moleiro, 2020). Uma

vez que o envolvimento dos residentes na atividade turística surge como um fator chave para a emancipação da comunidade e para o próprio desenvolvimento local (Rodrigues, Liberato & Melo, 2021). Para tal, e para alcançar um envolvimento positivo da comunidade local no desenvolvimento turístico do destino, é necessário delinear estratégias de planeamento prévio, considerando as manifestações culturais tradicionais e patrimoniais locais (Shunnaq et al., 2008), uma vez que a autenticidade da cultura surge como o elemento que atrai o turista contemporâneo (Rodrigues et al., 2021) e que a sua mercantilização predispõe a comunidade face a presença da atividade turística no destino (Moleiro, 2020). Visto que as práticas turísticas, quando sustentáveis, possibilitam o enaltecimento dos atributos únicos do destino e o posicionamento do mesmo, que no caso das redes de cooperação turísticas regionais, complementa a oferta turística, tornando-a integrada e mais competitiva, através das redes de cooperação (Baggio, 2017; Brandão et al., 2017; Shunnaq et al., 2008). Para além das questões do planeamento, torna-se necessário promover programas de ação estratégicos que permitam minimizar os efeitos negativos do contacto entre turistas e residentes, visto que este tipo de interação social vai influenciar o sucesso do desenvolvimento turístico sustentável (Eraqi, 2007; Goeldner, Ritchie, Brent & McIntosh, 2008; Li et al., 2021; Moleiro, 2020; Raymond & Brown, 2007; Zhang et al., 2021).

### **3.2. Inovação social e relações sociais no território**

As inovações sociais são novos processos, produtos e ou modelos que promovem a resolução de necessidades sociais e criam novas relações sociais que são boas para a comunidade e reforçam a capacidade da sociedade para agir (European Commission, 2011). A inovação social não é um elixir, mas se incentivada e valorizada, ela pode apor-

tar soluções imediatas para os problemas sociais (European Commission, 2013). Como tal, a inovação social pode ser vista como um tipo de intervenção social, que potencia o desenvolvimento local e iniciativas associadas à promoção da economia social e solidária (Moulaert, Martinelli, Swynghedow & Gonzales, 2005). Como consequência da sua adaptabilidade, a inovação social gera riqueza, diversidade e acessos que prevalecem como pontos essenciais para o sucesso dos próprios modelos de inovação social (Moulaert et al., 2005). Outro ponto a enfatizar prende-se com o próprio contexto da inovação social, isto é, para além do contexto espacial, existe um contexto social, na medida em que ocorre uma transformação das relações no espaço que potencia de forma clara o desenvolvimento do território e o “empowerment” das comunidades (Moulaert, 2009).

A cultura e a identidade surgem como componentes importantes para a inovação social, visto que são considerados recursos para a inovação. Aqui a inovação social, ocorre através de processos criativos e artísticos que resultam em novos processos de gestão, modos de cooperação e novas práticas sociais (Mumford, 2002). Contudo, para que a inovação ocorra, é necessário que estejam reunidas as condições favoráveis à sua realização, nomeadamente, uma integração adequada entre as ideias criativas e as ações inovadoras, enquanto dimensões base da inovação social, uma alteração nas dinâmicas de governança, um “empowerment” individual ou coletivo da comunidade e mudanças jurídicas que potenciem os processos de inovação e empreendedorismo (Moulaert et al., 2005).

O território surge também como um importante elemento para a inovação, visto que este pode ser visto como um incentivo ou uma barreira à inovação social, uma vez que é nos territórios que se articulam diferentes agentes com distintas relações de poder, recursos e dinâmicas (Moulaert et al., 2005) e as especificidades territoriais podem produzir distintas dinâmicas tecnológicas e organizacionais (Lambert & Rezsóhazy, 2004).

Uma forma de contornar esta situação, seria, por exemplo, a definição de políticas, mecanismos e processos específicos adequados à inovação, baseados na especificidade local (Storper, 1995). O território precisa de ser suficientemente flexível e organizado para que possa suportar as transformações sem perder a identidade, onde a tolerância, que permita o risco de inovar, e a democraticidade, que permita a participação ativa dos cidadãos na possibilidade e capacidade de decisão, sejam uma realidade (Lambert & Rezsóhazy, 2004).

A inovação social pode ocorrer em dois níveis, que embora distintos, são simbióticos, o primeiro diz respeito ao nível institucional, onde as dinâmicas de inovação no contexto da comunidade, devem reger-se de acordo com as normas para a inovação estabelecidas. O segundo diz respeito ao nível territorial, onde a inovação deve ocorrer em articulação com os diversos níveis espaciais, com vista a favorecer o progresso social, através do desenvolvimento de redes (Moulaert et al., 2005) com diversos agentes, escalas espaciais e configurações institucionais, que potenciem um impacto positivo na qualidade de vida da comunidade local (Moulaert, 2009). Em ambos os níveis a inovação social ocorre obedecendo a uma estrutura temporal que incluiu a incubação, geração, formatação, estabilização e ajustamento (Christmann, Ibert, Jessen & Walther, 2020). Contudo, a existência deste tipo de redes de cooperação, está fortemente dependente da multiplicidade de interesses políticos, económicos e sociais (Christmann et al., 2020). Assim como da capacidade de definir e articular identidades e interesses em estratégias específicas homogéneas (Moulaert, 2009). Aqui, o papel da governança surge como potenciador do desenvolvimento de relações em rede, para além das regras formais e da divisão de competências coletivas definidas pelo governo (Moulaert et al., 2005).

Em suma, o valor da inovação social está na sua finalidade social, que se traduz em atividades e serviços inovadores, baseados em necessidades sociais e que são desenvolvidas por organizações cu-

jos desígnios primordiais são, igualmente, sociais (Mendoza-Moheno, Cruz-Coria & González-Cruz, 2021). O sucesso das inovações sociais, resultam de novas combinações dos elementos existentes, da anulação de barreiras organizacionais, setoriais ou disciplinares e da origem de novas relações sociais entre os stakeholders (Mulgan, 2007), através de um modelo de inovação social local (Mendoza-Moheno et al., 2021). Este modelo articula a liderança política, a capacidade organizacional e o valor resultante da inovação, enquanto fatores que influenciam a dinâmica da inovação (Bacon, Faizullah, Mulgan & Woodcraft, 2008). Neste contexto, a capacidade do empreendedor social é muitas vezes vista como uma destruição criativa (Schumpeter, 1934) que conduz à mudança, através de conceitos, produtos e ideias que estabelecem novos padrões e que alteram as preferências dos clientes (Bacon et al., 2008; Christmann et al., 2020). O empreendedorismo, nesta perspectiva, é um fator crucial para a reorientação evolutiva dos produtos turísticos, para o aumento da competitividade (Hjalager, 1994; 2010) e é visto como o motor da inovação no turismo (Hjalager, 2002; Sundbo, Orfila-Sintes & Sorensen, 2007).

### **3.3. A inovação social e o desenvolvimento regional como potenciadores da sustentabilidade**

Visto que a inovação social se refere aos mecanismos, objetivos sociais e ao alcance social da inovação (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019), é possível aferir que a inovação social caracteriza o próprio desenvolvimento social da comunidade. Contudo, nem todas as inovações sociais são desejáveis (Pol & Ville, 2009), uma vez que parecem beneficiar alguns grupos sociais, em prejuízo de outros, assim como alguns grupos parecem experienciar mais que os outros, os impactos negativos destas inovações (Gillwald, 2000, Neumeier, 2012; Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019). Nesta

perspetiva, é fundamental que sejam criadas condições favoráveis ao desenvolvimento de mecanismos de inovação social, nomeadamente ao nível de políticas sectoriais e de inovação existentes (Bock, 2012).

Dada a importância que a inovação social tem para o contexto local, a mesma foi incorporada no Regulamento dos Fundos Estruturais através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e do Fundo Social Europeu (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019), de modo a potenciar os investimentos dos Estados-Membros (European Commission, 2013; Floud, Fuchs, Ceulemans, & Hynes, 2013). Neste contexto, destaca-se o Programa LEADER, enquanto iniciativa de desenvolvimento regional que potencia a inovação social, através de processos de desenvolvimento rural sustentáveis (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019). A relação entre a inovação social e o desenvolvimento rural estabelece-se através de estratégias baseadas no local numa estreita relação com o território (Dax & Oedl-Wieser, 2016). Como tal, a participação comunitária, o conhecimento local, a identidade regional e as redes sociais são elementos-chave do desenvolvimento sustentável (Li et al., 2021; Neumeier, 2012; Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019).

Nesta perspectiva, a inovação social é considerada uma ferramenta para a integração e interação, com vista à resolução e gestão de problemas e necessidades sociais locais (European Commission, 2013), associando assim a inovação social à sustentabilidade (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019) através da incorporação de novos agentes sociais, promovendo ações várias, com vista às necessidades dos atores públicos e privados (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019). Estes novos sistemas em rede, provocam mudanças significativas na governação e na sustentabilidade local, como consequência da existência de financiamento de práticas de investigação e sustentabilidade responsáveis (Stilgoe, Owen & Macnaghten, 2013), através da mobilização de capital so-

cial para o desenvolvimento, quer regional, como local, e da cooperação dos atores locais na identificação das dinâmicas e problemas que afetam as áreas e na sua intervenção ativa em processos eficazes de desenvolvimento local (Budzich-Tabor, 2014; Linke & Bruckmeier, 2015; Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019).

#### 4. Sistemas regionais de inovação

A aplicação da teoria das redes e a análise de redes sociais no contexto do turismo, apresentam-se como temáticas recentes (Brandão et al., 2017). A existência de redes de inovação é de extrema pertinência, quer para o sucesso e competitividade do destino (Moulaert et al., 2005; Moulaert, 2009; Richez-Battesti, Petrella & Vallade, 2012), como pelo fato de que a existência de relações entre empresas e organizações potenciam o desenvolvimento da inovação (Brandão et al., 2017), logo é crucial perceber o tipo de relações instituídas, de modo a compreender de forma clara as dinâmicas dos sistemas de inovação existentes (Archibugi, Howells, & Michie, 1999). Estas relações surgem através da existência de redes de cooperação (Hjalager, 2012), que ocorrem entre as empresas e as organizações de turismo, as primeiras introduzem as inovações no mercado, enquanto as segundas facilitam as condições necessárias ao desenvolvimento dessas inovações (Brandão et al., 2017).

A rede, é portanto, uma complexidade de relações sociais, que ocorrem numa área geográfica limitada, com imagem externa e representação interna específicas e que através de processos de conhecimento coletivos e sinérgicos aumentam a sua capacidade de inovação (Asheim & Isaksen, 1997), o que caracteriza uma nova configuração social das sociedades, que se evidencia através de uma nova estrutura de funções e processos dominantes (Castells, 2010), onde um determinado grupo de atores relacionam-se e estão ligados por

um conjunto de vínculos comuns (Borgatti & Foster, 2003). Ou seja, as redes resultam da relação de cooperação que determina que os êxitos das organizações envolvidas estejam dependentes umas das outras (Costa, 1996). Isto porque, as organizações em rede, não atuam solitariamente e como tal, o tipo de relações desenvolvidas com outros atores, é influenciado pelo seu comportamento relacional (Considine, Lewis, & Alexander, 2009; Baggio, 2017), logo, o tipo de relação estabelecido influencia o desempenho inovador (Hjalager, 2014).

A colaboração, no contexto das redes, é reconhecida como essencial para alcançar o desenvolvimento sustentável (Li et al., 2021). Uma vez que as redes, potenciam um ambiente de partilha e colaboração entre os intervenientes (Powell & Grodal, 2006), através da troca e difusão de ideias e mobilização de recursos (Saxena & Ilbery, 2008). Porém, devemos considerar que a natureza e extensão da colaboração é influenciada por questões ambientais e económicas (Aas, Ladkin & Fletcher, 2005). As redes permitem também que a incerteza das relações de mercado seja reduzida, flexibiliza a produção, melhora e expande as capacidades das empresas, proporciona o acesso a recursos, competências exógenas, informação e conhecimento (Child, Faulkner & Tallman, 2005).

Um aspeto a considerar, prende-se com o capital social das regiões, uma vez que, a prosperidade das regiões está mais dependente do capital social, do que do capital económico ou humano (Putman, 2000). Isto porque, o capital social está associado ao capital relacional (Callon, 1994), visto que o capital relacional ocorre como consequência da proximidade geográfica e se baseia em laços de confiança e de cooperação interpessoais e que se configura em redes de cooperação com objetivos comuns entre si (Callon, 1994). Aqui, surgem os sistemas regionais de inovação, enquanto ambientes territoriais críticos para a ocorrência e divulgação das inovações, na medida em que as redes sociais e a proximidade geográfica potenciam

a divulgação e implementação das inovações (Hjalager, 2010). No contexto das redes, as ideias adquirem subsistência, em resultado das ligações de cooperação estabelecidas (Considine, Lewis & Alexander, 2009), que potenciam uma colaboração aberta, atraente e transetorial, o que caracteriza o destino enquanto cluster de inovação (Hjalager, 2010).

## 5. Redes de inovação territorial: As casas históricas

As redes de alojamento, no contexto das casas históricas, baseiam-se em modelos de negócio (Fabris, 2003; Floysand & Jakobsen, 2010), que sejam eticamente aceitáveis (Gössling, Hall, Peeters & Scott, 2010), relevantes para o território e comunidade local (Bohdanowicz & Zientara, 2008) e que se integrem de forma adequada no contexto local (Dall'Ara, 2010). Atualmente é possível observar que a evolução da atividade turística reflete de forma direta as mudanças do sistema social, com destaque para a promoção do património (Bourdeau, Gravari-Barbas, & Robinson, 2013) e para as novas formas de uso do património cultural e histórico (Paniccia & Leoni, 2017; Romão, Guerreiro, & Rodrigues, 2013), como consequência da crescente importância que a identidade local e a sua relação com a sustentabilidade e os processos de inovação têm para o desenvolvimento e a competitividade dos destinos (Brouder & Ioannides, 2014; Buckley, 2012; Romão et al., 2013; Vuin, Carson, Carson & Garrett, 2016).

O património evidencia-se enquanto fonte de relações e interdependências espaciais capaz de fomentar inovações norteadas para a sustentabilidade (Paniccia & Leoni, 2017) e enquanto van-

tagem competitiva capaz de atribuir valor para o território e as empresas (Florida, 2002; Romão et al., 2013), através de processos de inovação dentro e entre destinos (Porter, 1998). Com destaque para o papel das pequenas e médias empresas turísticas enquanto potenciadores de redes de cooperação com vista ao desenvolvimento e competitividade do destino (Hall & Williams, 2008; Hjalager, 2010; Ritchie & Crouch, 2003; Weidenfeld, Williams, & Butler, 2010) e que pode ocorrer através da co-evolução, por intermédio de sinergias entre regiões e territórios heterogêneos, capazes de se estimularem entre si, numa perspetiva evolucionista (Burgelman, 2003), com vista a inovações orientadas para a sustentabilidade (Brouder & Eriksson, 2013).

As casas históricas podem ser consideradas um produto turístico que tende a enquadrar-se no turismo cultural e que se relaciona com o património histórico e arquitetónico do destino (McKercher, 2016). No contexto europeu, é cada vez mais evidente, as potencialidades do sistema de residências históricas ao nível do território (Meneghello & Mingotto, 2017). Este tipo de residências desempenham um papel importante no desenvolvimento dos territórios rurais, como consequência do seu reconhecimento, enquanto formas de alojamento mais coerentes com o contexto local e como tal, potenciam uma experiência mais autêntica, que outras formas de alojamento (Callan & Hoyes, 2000; Morrison, Moscardo, Nadkarni & Pearce, 1996). Embora, seja possível reconhecer que o produto turístico das residências históricas esteja relacionado com o seu valor arquitetónico, o mesmo está, de igual modo, relacionado com o contexto cultural mais amplo, que incluem outras componentes do território, o que associa as residências históricas ao nível do turismo paisagístico cultural (Furlan & Meneghello, 2007; Montaguti & Meneghello, 2018).



## 5.1. Casos de estudo

### Albergo Diffuso

Embora o fenómeno seja relativamente novo, a ideia que deu origem aos Albergo Diffuso não é assim tão recente, na verdade já foi implementado noutros locais, como é o caso dos Paradores Nacionales de turismo, em Espanha, surgido em 1928 e que atualmente conta com cerca de 90 edifícios históricos, com capacidade de acolher 4 milhões de pessoas e empregando cerca de 3000 pessoas (Paniccia & Leoni, 2019). Os Albergo Diffuso surgiram no final dos anos 70, com vista á revitalização e desenvolvimento dos centros históricos das cidades e aldeias, como consequência de um terramoto em Friuli, que reorganizou e converteu as casas e aldeias desabitadas de Carnia em alojamentos turísticos (Paniccia & Leoni, 2019; Pietrogrande & Vaccher, 2016). O seu crescimento foi lento ao longo dos anos 80, só nos anos 90, mais concretamente em 1998, é que foi regulamentado pela primeira vez, enquanto novo modelo de hospitalidade (Paniccia & Leoni, 2019), por uma Lei aprovada pela Região Autónoma da Sardenha - Lei Regional n.º 27/1998 - (Pietrogrande & Vaccher, 2016). Posteriormente, em 1999, foi iniciado um novo Albergo Diffuso na vila medieval de Santo Stefano di Sessanio em Abruzzi, com base na Lei Regional n.º 22/2013, sendo este o Albergo Diffuso mais conhecido e estudado a nível mundial (Paniccia & Leoni, 2019). Atualmente, existem cerca de 40 Albergo Diffuso, sediados em 13 regiões italianas<sup>1</sup>.

O Albergo Diffuso configura-se sobre uma estrutura horizontal, ao contrário das unidades hoteleiras habituais, que se articulam sob uma estrutura vertical, isto é, é constituído por unidades habitacionais individuais pré-existentes no território (Briatore, 2011; Montella, 2009; Pietrogrande & Vaccher, 2016). Dada esta flexibilidade, é possível que mais unidades habitacionais, reconhecidas

pela sua identidade histórica, cultural e arquitetónica, sejam envolvidas, porém, com o mínimo de intervenção possível (Droli & Dall'Ara, 2012). Uma característica comum em todos os Albergo Diffuso é que os quartos e serviços relacionados estão localizados dentro das unidades habitacionais pré-existentes e não a mais de 200/300 metros do edifício que contém as áreas comuns e as atividades de serviço (Confalonieri, 2011), esta característica está devidamente regulamentada e obriga a que as novas unidades estejam compatíveis com o contexto e com as características tipológicas dos edifícios já existentes (Pietrogrande & Vaccher, 2016).

Considerados como um modelo de hospitalidade sustentável que, através de sinergias com o território, afeta positivamente a competitividade dos destinos onde se localizam, os Albergo Diffuso suscitam cada vez mais o interesse de empresários que os observam como oportunidades de negócio e prevê-se o crescimento exponencial deste tipo de alojamento em rede (Paniccia & Leoni, 2019). Dado o fenómeno que representa e sendo, um caso de sucesso, existem associações específicas que regulamentam todos os alojamentos fazem parte desta rede, entre elas: a Associazione Borghi Autentici d'Italia (2002), a Associazione Nazionale Alberghi Diffusi (2006) e a I Borghi più Belli d'Italia (2001), que para além de realizarem atividades promocionais, facultam ligações com os decisores políticos, instituições financeiras e fornecedores (Paniccia & Leoni, 2019).

### Aldeias do Xisto

No contexto nacional, a ação pública, em matéria de política e promoção do desenvolvimento, baseia-se na valorização dos contextos territoriais e dos recursos endógenos, no planeamento e intervenção, e na construção de redes territoriais. Nesta perspetiva, a intervenção territorial, com destaque para os espaços rurais, baseia-se no 3º

<sup>1</sup>Fonte: Associazione Nazionale Alberghi Diffusi (2020), obtido de [www.alberghidiffusi.it](http://www.alberghidiffusi.it)

Quadro Comunitário de Apoio (2000-2006), através do Programa Operacional Regional do Centro, no âmbito da Ação Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior. Destacam-se exemplos em diversas regiões, como as Aldeias Vinhateiras do Douro, as Aldeias Históricas de Portugal, as Aldeias do Xisto, as Aldeias de Água, as Aldeias com Castelo e Património, as Aldeias de Mina, as Aldeias do Algarve, entre outras. Embora distintas, é possível observar duas particularidades comuns em todos estes projetos, a sua inclusão em ações integradas de base territorial e o propósito de transformar programas de requalificação e desenvolvimento em redes territoriais.

A Rede das Aldeias do Xisto<sup>2</sup> é constituída por 27 aldeias distribuídas pelo interior da Região Centro de Portugal (12 na Serra da Lousã; 5 na Serra de Açor; 6 em Zêzere e 4 em Tejo-Ocreza). Estes núcleos agregam o potencial turístico regional através da valorização da história e património, natureza e ambiente, cultura, tradição e gastronomia, enquanto elementos culturais distintivos e reestruturados sob a forma de produtos e serviços turísticos únicos. A Rede das Aldeias do Xisto é um projeto de desenvolvimento sustentável, conduzido pela Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto (ADXTUR), em parceria com 21 Municípios da Região Centro e com mais de 100 operadores privados que atuam no território.

A Rede das Aldeias do Xisto, surgiram como forma de resposta á desertificação e abandono, em meados do Séc. XX, das aldeias, como consequência da procura de melhores oportunidades por parte dos seus habitantes. O objetivo das Aldeias do Xisto, passa pela valorização do território e da sua identidade, através da preservação e a promoção da paisagem cultural do território, a valorização do património arquitetónico construído, a dinamização socioeconómica do território e a revalorização das artes e ofícios. O programa foi planeado com

vista á criação de uma marca territorial única, baseada na identidade local e regional, e potenciando processos de colaboração inovadores nos métodos e na forma de requalificar o território. Como consequência, ocorreu uma adesão de proprietários e habitantes, o que aumentou a escala da rede, sem nunca descuidar as premissas comuns e comunicação a serem adotadas, este aspeto é igualmente, comum aos Albergo Diffuso.

A marca Aldeias do Xisto pretende efetivar uma rede público-privada entre as aldeias, que potencie uma identidade de base regional, que destaque as potencialidades e as características exclusivas da região. A estratégia de rede, permite que haja um envolvimento de todos os atores do território, com especial atenção para a população residente. O principal objetivo desta rede é a promoção e comunicação global dos valores endógenos do território, onde o seu potencial, em termos de património cultural, histórico e social, se assumem como marca exclusiva da região, através de um processo de inovação que visa o reaproveitamento dos recursos para fins turísticos.

## 6. Considerações Finais

Aparentemente, o conceito de inovação social pode parecer uma temática recente, porém, as sociedades têm alcançado mudanças sociais disruptivas e duráveis desde sempre (Mulgan, 2010; McGowan & Westley, 2015), o que coloca em causa o sentido de novidade da inovação social. Não sendo, portanto, um conceito recente, o reconhecimento de uma teoria e conceito específico que a caracterize é, por outro lado, recente, como consequência da multiplicidade de análises sobre a sua origem, evolução e contextos de uso (Bignetti, 2011; Bouchard, 2006; Dandurand, 2005; Lévesque & Lajeunesse-Crevier, 2005; Mulgan, Rushanara, Sanders & Tucker, 2007; Mulgan, 2010;

<sup>2</sup>Fonte: Informação retirada de Aldeias do Xisto (2020), obtido de aldeiasdoxisto.pt

Rousselle, 2013). Ao conceito de inovação social é associado uma variedade de significados (Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019), sendo considerado imaturo (Floysand & Jakobsen, 2017), com uma multiplicidade de definições e perspectivas (Van der Have & Rubalcaba, 2016), e, é visto como um processo onde os atores operam, num determinado contexto espaciotemporal, influenciados pela conjuntura sociocultural e que ocorre através de redes de relações sociais (Floysand & Jakobsen, 2010). As inovações sociais podem ser vistas como mudanças na atitude, comportamento ou até na percepção de um determinado grupo de indivíduos, que operam em rede, com interesses comuns e que desenvolvem novas e mais adequadas formas de ação colaborativa (Neumeier, 2012).

Ao considerarmos os sistemas de redes, é possível concluir que as redes de alojamento funcionam como um modelo empresarial baseado numa ideia central de criação de valor, que ocorre através de processos complexos e integrados no território, com vista ao desenvolvimento local (Floysand & Jakobsen, 2010). Como consequência das tendências atuais, em matéria de oferta e procura turística que demonstram a relevância dos novos produtos e que configuram novas escolhas geográficas, por intermédio da alteração do comportamento dos turistas, em matéria de interesses de consumo (Jurovsky & Olsen, 1995; Milman & Pizam, 1988, 1995; Richards, 2001; Stevens, 2000). Ou seja, os turistas tendem a procurar produtos inovadores (Stevens, 2000), como resultado de alterações no seu comportamento de lazer (Leask, 2003), querendo consumir o maior número de experiências no menor tempo possível (Page, Brunt, Busby & Connell, 2001), preferindo experiências interativas (Milman & Pizam, 1995; Richards, 2001) e satisfatórias, na qual ocupam o lugar de cocriadores (Mossberg, 2007; Kastenholz, Carneiro, Marques, & Lima, 2012) e coprodutores (Ek, Larsen, Hornskov, & Mansfeldt, 2008).

Ao analisarmos as redes de alojamentos de casas históricas é possível observar que estas se en-

quadram no contexto do turismo paisagístico cultural (Furlan & Meneghello, 2007; Montaguti & Meneghello, 2018), é também possível concluir os seguintes aspetos: (i) o desenvolvimento turístico territorial está dependente quer dos turistas, como dos residentes, na medida em que estes são protagonistas do processo de co-criação (Ek et al., 2008) e potenciadores da relação entre a procura, a inovação e a experiência turística (Paniccia & Leoni, 2019); (ii) a organização e gestão das relações entre os atores envolvidos, incluindo turistas, é um pré-requisito essencial para a implementação de estratégias comuns, com vista a mudanças evolutivas favoráveis (Paniccia & Leoni, 2019); (iii) deve existir uma consciência dos valores territoriais existentes, baseados na coesão social e no desenvolvimento sustentável (Li et al., 2021; Paniccia & Leoni, 2019). Estes aspetos são possíveis de atingir, ao nível das redes de alojamento das casas históricas, uma vez que, estas são vistas como recursos capazes de potenciarem uma experiência autêntica dentro do ambiente cultural, sem desconfigurar os locais, mas sim regenerando-os (Paniccia & Leoni, 2019; Zhang et al., 2021).

Logo, existe uma clara necessidade de encorajar o desenvolvimento deste tipo de redes, enquanto sistemas de inovação, através de ações sinérgicas que potenciem o desenvolvimento de relações de cooperação (Budzich-Tabor, 2014; Brandão et al., 2017; Hjalager, 2012; Linke & Bruckmeier, 2015; Moularet, 2009; Paniccia & Leoni, 2019; Piñeiro-Natelo & Lois-González, 2019) baseadas no território, enquanto elemento-chave para relacionar as empresas ao destino e ao sistema económico-social, estas interdependências positivas potenciam uma oferta turística capaz de responder às alterações da procura (Paniccia & Leoni, 2019). Contudo, estas relações só podem ocorrer caso sejam divulgadas inovações baseadas na evolução dos contextos locais e fundeadas na partilha (Pietrogrande & Vaccher, 2016) e não na simples transferência de conhecimento, até porque, a partilha implica processos lentos e graduais de adap-

tação mútua (Paniccia & Leoni, 2019).

Assim, as redes podem desempenhar um papel importante na difusão de uma nova cultura de cooperação para as pequenas e médias empresas (Hjalager, 2010; Weidenfeld, Williams, & Butler, 2010), no desenvolvimento sustentável do território, até porque, a cooperação é mais suscetível de beneficiar as comunidades e empresas locais do que os turistas, visto que, por um lado, sendo o território um recurso importante para as comunidades locais, é natural que estas queiram desenvolver o potencial turístico local (Pietrogrande & Vaccher, 2016) e visto que este é um tipo de turismo responsável, que valoriza o território e a sua singularidade, desde o ambiente aos produtos tradicionais (Meneghello & Mingotto, 2018; Paniccia & Leoni, 2019; Pietrogrande & Vaccher, 2016).

Em suma, é clara a contribuição do Albergue Diffuso e das Aldeias do Xisto enquanto sistemas regionais de inovação e redes de cooperação, para o território, ao nível da promoção dos produtos locais; animação turística; e a qualificação dos habitantes e agentes económicos. Em ambos os casos, a comunidade local é vista como ponto fulcral de todas as intervenções, onde existe uma estratégia de desenvolvimento que, embora esteja fundamentada no aproveitamento turístico do território, tem como missão a melhoria das condições de vida das populações residentes, alicerçada no surgimento de uma nova base económica fundamentada no património, enquanto potencial turístico, numa estreita relação com as comunidades, as suas vivências e identidades (Paniccia & Leoni, 2019; Pietrogrande & Vaccher, 2016). Como principal limitação, este documento carece de uma componente empírica. Futuramente esta temática poderia ser abordada através de um estudo de campo, com a recolha de dados primários e uma análise quantitativa.

## Referências

- Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder Collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.
- Andrew, C., & Klein, J. (2010). *Social innovation: what is it and why is it important to understand it better*. Québec: CRISES.
- Archibugi, D., Howells, J., & Michie, J. (1999). Innovation Systems and Policy in a Global Economy. In D. Archibugi, J. Howells, & J. Michie (Eds.), *Innovation Policy in a Global Economy*. Cambridge Cambridge University Press.
- Asheim, B., & Isaksen, A. (1997). Location, Agglomeration and Innovation: Towards Regional Innovation Systems in Norway. *European Planning Studies*, 5(3), 299-330.
- Bacon, N., Faizullah, N., Mulgan, G., & Woodcraft, S. (2008). *Transformers - How local areas innovate to address changing social needs*. London, NESTA.
- Baggio, R. (2017). Network science and tourism - the state of the art. *Tourism Review*, 72(1), 120-131.
- Berli, A., & Martin, J. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Bignetti, L. (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1), 3-14.
- Bock, B. (2012). Social innovation and sustainability; how to disentangle the buzzword and its application in the field of agriculture and rural development. *Studies in Agricultural Economics*, 114, 57-63.
- Borgatti, S., & Foster, P. (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of Management*, 29(6), 991-1013.
- Bouchard, M. (2006). L'innovation sociale en économie sociale. *Chaire de recherche du Canada en économie sociale*. Québec: Université de Montréal.
- Bourdeau, L., Gravari-Barbas, M., & Robinson, M. (Eds.). (2013). *World heritage sites and tourism: Managing the local for the global*. Farnham: Ashgate.
- Bohdanowicz, P., & Zientara, P. (2008). Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 147-158.
- Budzich-Tabor, U. (2014). Area-based local development - a new opportunity for European fisheries areas. In J. Urquhart, T. Acott, D. Symes & M. Zhao (Eds.). *Social issues in sustainable fisheries management* (183-197). MARE Publication Series 9. Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
- Burgelman, R. (2003). Strategy making and evolutionary organization theory: insights from longitudinal process research. *Research Paper Series*, Stanford, n. 1844, 1-51.
- Brandão, F., & Costa, C. (2008). Novas dinâmicas e novas formas de gestão para o sector do turismo ao nível local: o caso da criação de observatórios regionais de turismo. *I Seminário Turismo e Planeamento do Território*. Lisboa: At Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Brandão, F., Costa, C., & Buhalis, D. (2017). Tourism innovation networks: a regional approach. *European Journal of Tourism Research*, 18, 33-56.
- Brandsen, T., Cattacin, S., Evers, A., & Zimmer, A. (2016). Social innovation: a sympathetic and critical interpretation. In T. Brandsen, S. Cattacin, A. Evers & A. Zimmer (Eds.), *Social innovations in the urban context*. Cham: Springer International Publishing, pp. 3-18.
- Briatore, S. (2011). *Valorizzazione dei centri storici minori - Strategie di intervento*. Italy: Edizioni Diabasis.
- Brouder, P., & Eriksson, R. (2013). Tourism evolution: On the synergies of tourism studies and evolutionary economic geography. *Annals of Tourism Research*, 43, 370-389.
- Brouder, P., & Ioannides, D. (2014). Urban tourism and evolutionary economic geography: Complexity and co-evolution in contested spaces. *Urban Forum*, 25(4), 419-430.
- Callan, R., & Hoyes, M. (2000). A preliminary assessment of the function and conference service product at a UK stately home. *Tourism Management*, 21, 571-581.
- Callon, M. (1999). Actor-network theory - the market test. *The Sociological Review*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (1999). *O Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Chichester, West Sussex; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Considine, M., Lewis, J., & Alexander, D. (2009). *Networks, Innovation and Public Policy. Politicians, Bureaucrats and the Pathways to Change inside Government*. London: Palgrave Macmillan.
- Confalonieri, M. (200). A typical Italian phenomenon: The "albergo diffuso". *Tourism Management*, 32, 685-687.
- Costa, C. (1996). *Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organisations and Networks. The Case of Portugal*. (Ph.D. Thesis), University of Surrey, England.
- Child, J., Faulkner, D., & Tallman, S. B. (2005). *Cooperative Strategy: Managing Alliances, Networks and Joint Ventures*. Oxford: Oxford University Press.
- Christmann, G., Ibert, O., Jessen, J., & Walther, U. (2020). Innovations in spatial planning as a social process - phases, actors, conflicts. *European Planning Studies*, 28(3), 496-520.
- Dax, T., & Oedl-Wieser, T. (2016). Rural innovation activities as a means for changing development perspectives – an assessment of more than two decades of promoting LEADER initiatives across the European Union. *Studies in Agricultural Economics*, 118, 30-37.
- Dall'Ara, G. (2010). *Manuale dell'Albergo Diffuso, l'idea, la gestione, il marketing dell'ospitalità diffusa*. Milano: Franco Angeli.
- Dandurand, L. (2005). Réflexion autour du concept d'innovation sociale, approche historique et comparative. *Revue Française d'Administration Publique*, 115, 377-382.
- Dias, R. (2003). *Sociologia do turismo*. São Paulo: Atlas.
- Droli, M., & Dall'Ara, G. (2012). *Ripartire dalla bellezza*. Italy: Cleup.
- European Commission. (2013). *Guide to social innovation*. Brussels: DG Regional and Urban Policy, European Commission.
- European Commission. (2011). Empowering people, driving change, social innovation in the European Union. *Bureau of European Policy Advisers (BEPA)*. Luxembourg: EUR-OP.
- Eraqi, M. (2007). Communities attitudes towards impacts of tourism development in Egypt. *Tourism Analysis*, 12(3), 191-200.
- Fabris, G. (2003). *Il nuovo consumatore: verso il post-moderno*. Milano: Franco Angeli.
- Floud, U., Fuchs, M., Ceulemans, R., & Hynes, M. (2013). *Science in society: Caring for our futures in turbulent times*. European Science Foundation: Science Policy Briefing.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community & everyday life*. New York: Basic Books.

- Floysand, A., & Jakobsen, S. (2017). *Expanding and broadening the scope of innovation research: Implications and challenges*. 7th Nordic Geographers (June 18-21, 2017), Meeting: Geographies of inequalities, Stockholm.
- Floysand, A., & Jakobsen, S. (2010). The complexity of innovation: A relational turn. *Progress in Human Geography*, 35(3), 328-344.
- Furlan, M., & Meneghello, S. (2007). Il turismo culturale dalle città d'arte al territorio: nuovi fattori di attrattiva e forme di fruizione. In R. Grossi (Eds). A cura di la cultura per um nuovo modelo di sviluppo. *IV Rapporto Annuale Federculture 2007*. Torino: Allemandi, 305-334.
- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. *Tourism management*, 7(1), 21-32.
- Gillwald, K. (2000). Konzepte sozialer Innovation (WZB Discussion Paper P 00-519).
- Goeldner, C., & Ritchie, J. (2008). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (11 ed.). Eleventh Edition.
- Gössling S., Hall M., Peeters P., & Scott, D. (2010). The future of tourism: can tourism growth and climate policy be reconciled? A mitigation perspective. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 119-130.
- Hall, C., & Williams, A. (2008). *Tourism and innovation*. London: Routledge.
- Hall, C. (2005). *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Harlow: Prentice Hall.
- Hjalager, A. M. (2014). Disruptive and sustaining innovation: the case of rural tourism. In G. Alsos, D. Eide & E. Madsen, (Eds.), *Handbook of Research on Innovation in Tourism Industries*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hjalager, A. M. (2012). Innovation policies for tourism. *International Journal Tourism Policy*, 4(4), 336-355.
- Hjalager, A. M. (2010). Progress in Tourism Management: A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31, 1-12.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23(5), 465- 474.
- Hjalager, A. M. (1994). Dynamic innovation in the tourism industry. *Progress In Tourism And Hospitality Management*, 6, 197-224.
- Inskeep, E. (1994). *National and regional tourism planning: methodologies and case studies*. London: Routledge.
- Jurowski, A., & Olsen, M. (1995). Scanning the environment of tourism attractions: A content analysis approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(1), 71-96.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience - The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214.
- Lambert, D., & Rezsóhazy, R. (2004). *Comment les pattes viennent au serpent – Essai sur l'étonnante plasticité du vivant*. France: Flammarion.
- Leask, A. (2003). The nature and purpose of visitor attractions. Em A. Fyall, B. Garrod, & A. Leask (Edits.), *Managing visitor attractions: new directions* (pp. 5-35). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lévesque, B., & Lajeunesse-Crevier, F. (2005). Innovations et transformations sociales dans le développement économique et le développement social: approches théoriques et politiques publiques. *Cahiers du CRISES.: Collection Études théoriques*. Québec: CRISES.
- Li, X., Kim, J. & Lee, T. (2021). Collaboration for Community-Based Cultural Sustainability in Island Tourism Development: A Case in Korea. *Sustainability*, 13, 7306.
- Linke, S., & Bruckmeier, K. (2015). Co-management in fisheries. Experiences and changing approaches in Europe. *Ocean & Coastal Management*, 104, 170-181.
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Oxford: Elsevier.
- Mendoza-Moheno, J., Cruz-Coria, E., & González-Cruz, T. (2021). Socio-technical innovation in community-based tourism organizations: A proposal for local development. *Technological Forecasting & Social Change*, 171, 120949.
- Meneghello, S., & Mingotto, E. (2018). NetWorks of historic houses as a strategic option for sustainable tourism development: The Venetian villas case. In S. Syngellakis, U. Probstl-Haider, & F. Pineda (Eds). *WIT transactions on ecology and the environment*, 227, 197-208. Southampton: WIT Press.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.

- Moleiro, D. (2020). Urban tourism planning for sustainability - A literature review. *Research, Society and Development*, 9(8), p. e338985561, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i8.5561.
- Montaguti, F., & Meneghello, S. (2018). L'ascesa del turismo del paesaggio culturale. *XX Edizione Rapporto sul Turismo Italiano*. Rome: Consiglio Nazionale delle Ricerche.
- Morrison, A., Moscardo, G., Nadkarni, N., & Pearce, P. (1996). Specialist accommodation: definition, markets served, and roles in tourism development. *Journal of Travel Research*, 35(1), 18-26.
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.
- Moscardo, G. (2011). Exploring social representations of tourism planning: issues for governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 423-436.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedow, E., & Gonzales, S. (2005). Towards alternative model(s) of local innovation. *Urban Studies*, 42(11), 1969-1990.
- Moulaert, F. (2009). Social Innovation: Institutionally Embedded, Territorially (Re)Produced. In: D. MacCallum, F. Moulert, J. Hillier, & S. Haddock (Eds.) *Social Innovation and Territorial Development*. Farnham: Ashgate, 11-24.
- Montella, M. (2009). *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*. Italy: Mondadori Electa.
- Mulgan, G., Rushanara, A., Sanders, B., & Tucker, S. (2007). *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. London: Young Foundation.
- Mulgan, G. (2010). Inovação Social. in: C. Azevedo, R. Franco & J. Menezes (coords.), *Gestão de organizações sem fins lucrativos: o desafio da inovação social*. Porto: Edições Vida Económica, 51-74.
- Mumford, M. (2002). Social innovation: ten cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14(2), 253-266.
- Mcgowan, K., & Westley, F. (2015). At the Root of Change: The History of Social Innovation", in A. Nicholls, J. Simon & M. Gabriel (Eds.), *New frontiers in social innovation research*. London: Palgrave, 52-68.
- McKercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208.
- Nash, D., & Smith, V. (1991). Anthropology and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 12-25.
- Neumeier, S. (2012). Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? – Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociologia Ruralis*, 52(1), 48-69.
- OMT. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations – Guidebook*. Madrid: OMT.
- Page, S., Brunt, P., Busby, G., & Connell, J. (2001). *Tourism: A modern synthesis*. London: Thomson.
- Paniccia, P., & Leoni, L. (2017). Co-evolution in tourism: the case of Albergo Diffuso. *Current Issues in Tourism*, 22(10), 1216-1243.
- Pietrogrande, E., & Vaccher, F. (2016). The Albergo Diffuso: an innovative model for tourism development and territorial enhancement. *The 3<sup>rd</sup> International Conference S.ARCH 2016, Next Architecture*, 25-26 May, Budva, Montenegro.
- Piñeiro-Natelo, M., & Lois-González, R. (2019). The role of European fisheries funds for innovation and regional development in Galicia (Spain). *European Planning Studies*, 27(12), 2394-2410.
- Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *The Journal of Socio-Economics*, 38, 878-885.
- Porter, M. (1998). *Competing across locations: Enhancing competitive advantage through a global strategy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Powell, W. W., & Grodal, S. (2006). Networks of Innovators. In J. Fagerberg, D. C. Mowery, & R. Nelson (Eds.), *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone. The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Raymond, C., & Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of Sustainable*, 15(5), 520-540.
- Richez-Battesti, N., Petrella, F., & Vallade, D. (2012). L'innovation sociale, une notion aux usages pluriels: Quels enjeux et défis pour l'analyse? *Innovations*, 38, 15-36.
- Richards, G. (2001). The experience industry and the creation of attractions. Em G. Richards (Ed.), *Cultural Attractions and European tourism* (pp. 55-69). Wallingford: CABI Publishing.

- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). The competitive destination: A sustainable perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7.
- Rodrigues, C., Liberato, D., & Melo, C. (2021). Tourism Sustainable Practices in Rural Territories: The case of Caretos de Podence. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 205-220. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.23736>
- Romão, J., Guerreiro, J., & Rodrigues, P. (2013). Regional tourism development: Culture, nature, life cycle and attractiveness. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 517-534.
- Rousselle, M. (2013). L'innovation sociale, une solution durable aux défis sociaux. *Informations Sociales*, 180, 140-148.
- Ruschmann, D. (2008). *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. São Paulo: Papirus.
- Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms - comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36, 88-106.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shunnaq, M., Schwab, W., & Reid, M. (2008). Community development using a sustainable tourism strategy: A case study of the Jordan river valley touristway. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 1-14.
- Spenceley, A., & Meyer, D. (2012). Tourism and poverty reduction: Theory and practice in less economically developed countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 297-317.
- Stevens, T. (2000). The Future of Visitor Attractions. *Travel & Tourism Analyst*, 1, 61-85.
- Stilgoe, J., Owen, R., & Macnaghten, P. (2013). Developing a framework for responsible innovation. *Research Policy*, 42, 1568-1580.
- Storper, M. (1995). The Resurgence of Regional Economics, Ten Years Later: The Region as a Nexus of Untraded Interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, 2(3), 191-221.
- Van der Have, R., & Rubalcaba, L. (2016). Social innovation research: An emerging area of innovation studies? *Research Policy*, 45(9), 1923-1935.
- Vuin, A., Carson, D., Carson, D., & Garrett, J. (2016). The role of heritage tourism in attracting 'active' in-migrants to 'low amenity' rural areas. *Rural Society*, 25(2), 134-153.
- Waldren, J., & Waldren, J. D. (1997). *Tourists and tourism: Identifying with people and places*. Oxford: Berg Publishers.
- Weidenfeld, A., Williams, A., & Butler, R. (2010). Knowledge transfer and innovation among attractions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 604-626.
- Zhang, Y., Xiong, Y., Lee, T., Ye, M., & Nunkoo, R. (2021). Socio-cultural sustainability and the formation of social capital from community-based Tourism. *Journal of Travel Research*, 60, 656-669.