

Currículo Inside-T

Partilha intergeracional de conhecimento para o turismo sustentável em áreas rurais

Erasmus+ 2019-1-PT01-KA202-061451

ACRÓNIMO DO PROJETO	INSIDE-T
DATA DE ENTREGA	25.06.2020
AUTORES	UNIVERSITATEA POLITEHNICA TIMIȘOARA AIDLEARN, CONSULTORIA EM RECURSOS HUMANOS
CONTRIBUTORES	BIOSPHERE PORTUGAL, CONFEDERAÇÃO DO TURISMO DE PORTUGAL, WESTBIC, KARUSKOSE OÜ
PRODUTO INTELECTUAL	O1
DISPONIBILIDADE DO PRODUTO	PÚBLICO



BIOSPHERE
Portugal



**CONFEDERAÇÃO DO
TURISMO DE PORTUGAL**



Projeto financiado com o apoio da Comissão Europeia. A informação contida nesta publicação vincula exclusivamente o autor, não sendo a Comissão responsável pela utilização que dela possa ser feita.



Esta publicação está disponível sob uma Licença Internacional Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 International.

Conteúdos

Figuras & Tabelas.....	3
Sumário	4
1. Introdução	5
1.1 Contexto	5
1.2 Motivação	5
1.3 Metodologia para o desenvolvimento do Currículo	5
2. Revisão de Literatura	7
2.1 Turismo & turismo sustentável.....	7
2.1.1 Turismo.....	7
2.1.2 Turismo sustentável.....	8
2.1.3 O impacto do turismo no desenvolvimento sustentável.....	9
2.1.4 Turismo rural. O papel das áreas rurais no desenvolvimento turístico	11
2.2 Empreendedorismo em áreas rurais.....	14
2.2.1 Empreendedorismo e empreendedorismo rural.....	14
2.2.2 Desafios para empreendedores rurais	17
2.3 Aprendizagem intergeracional e educação em empreendedorismo intergeracional	17
2.4 Conclusões	19
3. Relatório do inquérito	21
4. Objetivos de aprendizagem	23
5. Abordagens metodológicas	24
6. Estrutura do curso	31
7. Atividades de Ensino e aprendizagem	33
8. Transferência de conhecimento	39
Bibliografia.....	40
Anexo 1 – Questionário em Inglês.....	47



Figuras & Tabelas

Figura 1 Consumo de turismo interno em países seleccionados da OCDE (por tipo de turismo e produto) – 2018.....	7
Figura 2 Desenvolvimento cronológico do conceito de turismo sustentável.....	8
Figura 3 Sustentabilidade ambiental para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável na Agenda para 2030.....	10
Figura 4 Modelo de desenvolvimento sustentável de turismo (Fonte: Moseñe, Patiño (2011), Rural tourism: A sustainable alternative)	14
Figura 5 Formato de aprendizagem blended do Inside-T.....	29
Tabela 1 Duração total do Curso Inside-T	29

Sumário

O Currículo Inside-T é um documento metodológico que orienta as atividades do projeto e apoia o desenvolvimento dos seus principais resultados. No contexto da pandemia COVID-19, o currículo torna-se ainda mais relevante e importante para o desenvolvimento do turismo sustentável no meio rural de forma a promover a solidariedade e a partilha de conhecimentos entre gerações. O currículo Inside-T inclui uma introdução que resume as principais ideias do projeto, seguida por uma extensa revisão da literatura sobre turismo e turismo sustentável, empreendedorismo em áreas rurais e aprendizagem intergeracional e educação para o empreendedorismo. A parte metodológica do documento, baseada nos resultados da pesquisa transnacional e orientada pelos objetivos de aprendizagem, inclui uma abordagem curricular inovadora sobre como desenvolver o turismo sustentável em áreas rurais, numa perspetiva de aprendizagem intergeracional. O currículo, desenvolvido de forma a facilitar a utilização criativa e eficiente das novas tecnologias de informação e comunicação, é também verdadeiramente relevante para os jovens desempregados, ajudando-os a criar novos negócios e a adaptar-se às atuais circunstâncias de pandemia. O turismo rural, fortemente atingido pelo bloqueio, colapso econômico e distanciamento social, precisa encontrar novas formas de se reinventar. Nossa esperança é que o Currículo Inside-T ajude nesse processo e ofereça novas soluções e perspetivas.



1. Introdução

O Currículo Inside-T é um documento metodológico que enquadra e orienta o desenvolvimento dos seguintes *outputs* do projeto: Melhores Práticas Multimédia (O2), Curso (O3), E-ferramentas (O4), e atividades da Plataforma (O5) do projeto Inside-T.

O currículo baseia-se em pesquisas transnacionais sobre aprendizagem intergeracional, sustentabilidade do turismo e áreas rurais, e na identificação dos desafios que os jovens desempregados enfrentam ao criarem os seus próprios empregos. Obteve-se uma melhor compreensão dos problemas associados através da revisão de literatura realizada, que também permitiu a identificação e integração de contribuições úteis para um melhor desenvolvimento do projeto.

1.1 Contexto

Grandes partes do território europeu são áreas rurais e cerca de 30% da população do continente vive nestas áreas. As áreas rurais, em particular em locais remotos, ainda enfrentam diversos desafios económicos e demográficos. O envelhecimento da população e a migração são preocupações sérias que levam à deterioração do ambiente operacional da comunidade empresarial. A escassez de mão de obra (quantitativa e qualitativa) pode impedir o investimento. Novos negócios locais, promovidos por jovens adultos desempregados, preferencialmente mulheres, que aproveitam o património de atividades ancestrais e tradicionais, e às quais aplicam inovação mercadológica e novas tecnologias, podem ser potenciais soluções para o problema de falta de oportunidades de emprego local adequadas.

1.2 Motivação

O INSIDE-T propõe-se a promover a aprendizagem intergeracional e o desenvolvimento de competências profissionais de jovens e mulheres desempregadas, de forma a melhorar a sustentabilidade social do turismo em territórios de baixa densidade (áreas rurais). Adicionalmente, o INSIDE-T quer desfazer as crenças negativas, sejam elas sociais ou económicas, sobre o futuro dos territórios de baixa densidade.

1.3 Metodologia para o desenvolvimento do Currículo

A abordagem utilizada no desenvolvimento do currículo baseia-se na teoria de L.D. Fink acerca do desenvolvimento de cursos integrados. O currículo deve ter uma perspetiva tripla, com foco em: objetivos de aprendizagem, atividades de avaliação (com ferramentas apropriadas) e atividades de aprendizagem. Em segundo lugar, o currículo deve integrar esses elementos em dois níveis fundamentais: funcional e cronológico, tendo em consideração os fatores situacionais envolvidos em projetos de empreendedorismo intergeracionais. Finalmente, o desenvolvimento do currículo deve facilitar um processo de aprendizagem ativo, incluindo: obtenção de informação e ideias, diálogo reflexivo e experiência.

Estes diferentes aspetos foram consistentemente incorporados nos formatos de realização da formação, incluindo um formato *blended*, cuja flexibilidade permitirá conseguir um maior número de potenciais aprendentes, tendo em conta as suas necessidades, preferências e motivações.

Também a abordagem da teoria sociocultural de L. Vygotsky nos inspirou a propor uma estrutura curricular que incentiva a aprendizagem social, atividades colaborativas baseadas em projetos, e tutoria e suporte para atividades de aprendizagem tanto *offline* como *online*. O currículo integra de forma criativa os objetivos de aprendizagem, modelos de formação, informações sobre a plataforma de *e-learning*,



atividades de aprendizagem, e estrutura do curso. A estrutura do curso inclui informações adicionais sobre cada um dos seus módulos. O currículo foi elaborado tomando em consideração uma necessidade de flexibilidade, acessibilidade e integração de aprendizagem.

Do ponto de vista metodológico, o currículo apresenta:

- A complexidade da sustentabilidade social nos territórios rurais.
- Os benefícios que podem ser alcançados no meio rural com a implementação de práticas de aprendizagem intergeracional que levem os jovens desempregados a criar negócios que preservem a cultura local, aliando-a à inovação e garantindo assim uma melhor oferta turística.
- Como o curso se adapta às necessidades dos territórios e dos jovens adultos.
- Uma abordagem para oportunidades de *networking* que possam surgir de quaisquer iniciativas de negócios que geradas.



2. Revisão de Literatura

2.1 Turismo & turismo sustentável

2.1.1 Turismo

O turismo é uma atividade social que envolve um indivíduo ou grupo que planeia viajar e permanecer fora de seu ambiente habitual por um período de tempo razoavelmente curto, com o propósito de satisfazer necessidades de lazer, negócios ou outras. O turismo tornou-se uma atividade popular ao nível global. Ele um grande rendimento através da aquisição de bens e serviços e cria oportunidades de emprego nas indústrias de serviços associadas ao turismo (Nações Unidas - Organização Mundial do Turismo - OMT, 2010).

A indústria do turismo expandiu-se significativamente desde a Segunda Guerra Mundial, e as abordagens da indústria do turismo e do turismo sustentável diferiram ao longo da história.

Embora o crescimento da indústria do turismo tenha acelerado a partir de 1980, os documentos que definem o desenvolvimento sustentável não relacionavam o desenvolvimento do turismo com o desenvolvimento sustentável. Assim, "o Relatório Brundtland" não menciona o turismo de forma alguma, enquanto a "Agenda 21" fez algumas referências à indústria do turismo. O termo 'turismo sustentável' surgiu no início dos anos 1990, promovido por académicos, especialistas, e organizações da indústria do turismo, que estavam cientes dos impactos da indústria do turismo no meio ambiente, crescimento económico e desenvolvimento social (Weaver, 2006).

O antecessor do 'turismo sustentável' foi o conceito de 'turismo verde', que se concentrava mais nas questões ambientais, mas não incluía componentes sociais e económicas. Desde o início da década de 1990 que o termo 'turismo sustentável' começou a ser usado com mais frequência, o que "reconhece a importância da comunidade anfitriã, a forma como os funcionários são tratados, e o desejo de maximizar os benefícios económicos do turismo para a comunidade anfitriã" (Swarbrooke, 1999).

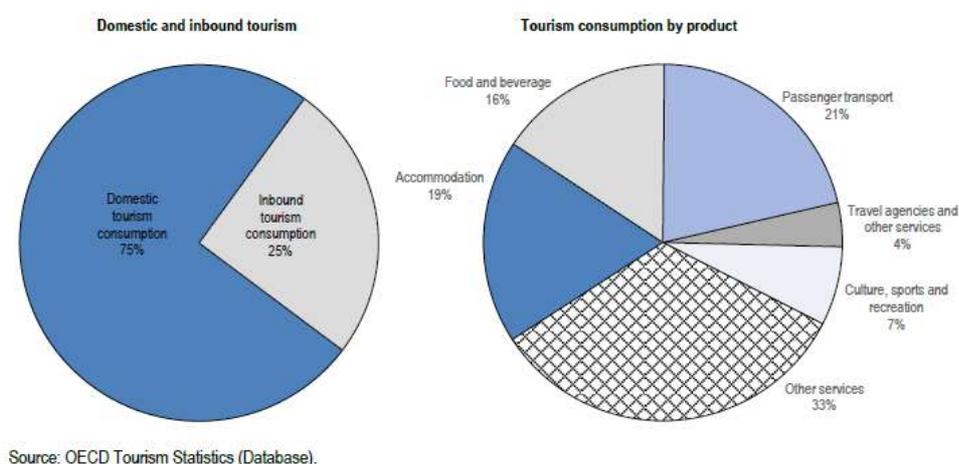


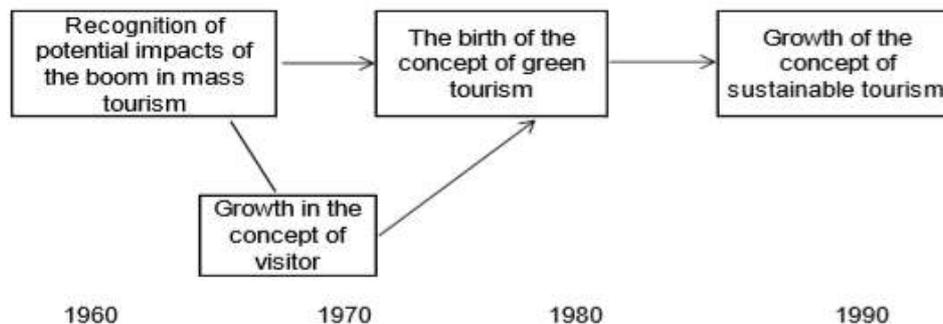
Figura 1 Consumo de turismo interno em países selecionados da OCDE (por tipo de turismo e produto) – 2018

2.1.2 Turismo sustentável

“Turismo sustentável é o turismo que tem em consideração os seus impactos económicos, sociais e ambientais tanto atuais como futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs” (OMT, 2005).

- Otimiza o uso dos recursos ambientais, mantendo processos ecológicos essenciais e ajudando a conservar os recursos naturais e a biodiversidade.
- Respeita a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs, preserva o patrimônio cultural e os valores tradicionais e contribui para a compreensão e tolerância intercultural.
- Assegura operações económicas viáveis a longo prazo, proporciona benefícios socioeconómicos a todas as partes interessadas e distribuídos de forma justa, garante empregos estáveis, oportunidades de auferir rendimentos e serviços sociais para as comunidades anfitriãs e redução da pobreza” (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) & OMT, 2005).

O turismo sustentável é turismo economicamente viável, mas que não destrói recursos dos quais o futuro do turismo dependerá, nomeadamente o ambiente físico e o tecido social da economia anfitriã (Swarbrooke, 1999).



Source: Swarbrooke, 1999, p. 8

Figura 2 Desenvolvimento cronológico do conceito de turismo sustentável

2017 foi declarado o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento tendo como objetivo o consciencializar todas as partes interessadas (incluindo turistas) acerca dos impactos positivos do desenvolvimento do turismo sustentável, bem como sua contribuição para a 'Agenda 2030' e 'Objetivos de Desenvolvimento Sustentável' (OMT, 2016).

Assim, a UNWTO (2016) desenvolveu um plano de ação: um conjunto de atividades que promovem o desenvolvimento do turismo sustentável, uma seleção de *stakeholders* que as irão conduzir; e ainda forneceu uma descrição dos relatórios nos quais as atividades serão apresentadas. As atividades foram divididas em quatro grupos:

- 1) 'Advocacia e sensibilização' com o objetivo de aumentar a consciência entre as partes interessadas e os turistas sobre os impactos positivos do desenvolvimento do turismo sustentável através da organização de diferentes eventos, como conferências, promoções de média, competições e exposições.



2) 'Criação e disseminação de conhecimento' com o objetivo de aumentar o conhecimento das partes interessadas sobre os impactos positivos do desenvolvimento do turismo sustentável por meio da realização de investigação, fornecimento de instruções, lançamento de publicações, promoção da medição de indicadores de turismo sustentável, e incentivo à cooperação entre o turismo e as indústrias relacionadas ao turismo.

3) 'Formulação de políticas' com o objetivo de priorizar e promover políticas de turismo que afetem significativamente o desenvolvimento sustentável.

4) 'Capacitação e educação' com o objetivo de apoiar e promover atividades educacionais acerca do desenvolvimento de turismo sustentável e que incluem os princípios da Agenda 2030 por meio de diferentes *workshops*, ações formativas e/ou a adaptação dos programas educacionais atuais (UNWTO, 2016).

2.1.3 O impacto do turismo no desenvolvimento sustentável

De acordo com o Relatório do *World Travel and Tourism Council* (WTTC), em 2018 "a contribuição direta da indústria do turismo mundial para o PIB foi de US \$ 2.750,7 mil milhões (ou 3,2% do PIB), enquanto a contribuição total foi de US \$ 8.811,0 mil milhões (10,4% do PIB). Em 2018, a indústria do turismo apoiou diretamente 122.891.000 empregos (3,8% do emprego total), enquanto a contribuição total para o emprego, incluindo empregos indiretamente apoiados pela indústria, foi de 318.811.000 empregos (10% do emprego total). As exportações de visitantes geraram US \$ 1.643,2 mil milhões (6,5% das exportações totais), enquanto os investimentos totalizaram US \$ 940,9 mil milhões (4,4% dos investimentos totais)" (WTTC, 2019).

As previsões para o futuro preveem um maior crescimento em todos os segmentos. Os números acima mencionados indicam a enorme importância da indústria do turismo para a economia global, especialmente o seu impacto indireto que foi 3 vezes maior do que o seu impacto direto em 2018. Isto apenas confirma a forte interligação e interdependência do turismo com outras indústrias.

Em 2013, a Comissão Europeia criou o Sistema Europeu de Indicadores de Turismo (SEIT), que representa uma ferramenta de gestão eficaz para monitorizar e medir o turismo sustentável num determinado destino. O kit de ferramentas SEIT é um sistema em sete etapas que disponibiliza um processo para medir a sustentabilidade. As sete etapas são: "(1) aumentar a conscientização entre as partes interessadas, (2) criar um perfil de destino, (3) formar um grupo de trabalho das partes interessadas com todos os representantes relevantes, (4) estabelecimento de funções e responsabilidades, (5) recolha de dados, (6) análise de resultados e (7) definição de uma estratégia que permita o desenvolvimento e a melhoria contínua" (Comissão Europeia, 2016).

O ano de 2015 foi um marco importante para o desenvolvimento global visto que os governos adotaram a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, assim como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Esta agenda ousada estabelece uma estrutura global de forma erradicar a pobreza extrema, combater a desigualdade e a injustiça e corrigir as mudanças climáticas até 2030. O turismo tem o potencial de contribuir, direta ou indiretamente, para todos os objetivos. Em particular, foi incluído como meta nos Objetivos 8, 12 e 14 com os temas de trabalho digno e crescimento económico, produção e consumo sustentáveis, proteger a vida marinha.

- **Objetivo 8** – *Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos.* O turismo é uma das forças motrizes do crescimento



económico global e atualmente fornece 1 em cada 11 empregos mundialmente. Ao dar acesso a oportunidades de trabalho digno no setor do turismo, a sociedade - principalmente os jovens adultos e as mulheres - pode beneficiar de mais habilitações e desenvolvimento profissional. A contribuição do setor para a criação de empregos é reconhecida na Meta 9 do Objetivo 8: “Até 2030 elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que cria emprego e promove a cultura e os produtos locais”.

- Objetivo 12 – Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis.** Um setor de turismo que adota práticas de produção e consumo sustentáveis (PCS) pode desempenhar um papel significativo na aceleração da mudança global em direção à sustentabilidade. Para isso, conforme definido na Meta 10 do Objetivo 12, é imperativo “Desenvolver e implementar ferramentas para monitorizar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que cria emprego, promove a cultura e os produtos locais”. O Programa de Turismo Sustentável (PTS) do Plano Decenal para a Produção e Consumo Sustentáveis (10YFP) visa desenvolver tais práticas PCS, incluindo iniciativas de eficiência de recursos que resultam em melhores resultados económicos, sociais e ambientais.
- Objetivo 14 – Conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.** O turismo costeiro e marítimo, os maiores segmentos do turismo, especialmente para os Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento, dependem de ecossistemas marinhos saudáveis. O desenvolvimento do turismo deve fazer parte da Gestão Integrada da Zona Costeira, a fim de ajudar a conservar e preservar os ecossistemas marinhos frágeis e servir como um veículo para promover uma economia azul, em linha com a Meta 7 do Objetivo 14: “até 2030, aumentar os benefícios económicos para os pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países menos desenvolvidos, a partir do uso sustentável dos recursos marinhos, inclusive através de uma gestão sustentável da pesca, aquicultura e turismo”.



Figura 3 Sustentabilidade ambiental para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável na Agenda para 2030



2.1.4 Turismo rural. O papel das áreas rurais no desenvolvimento turístico

O Conselho da Europa (conforme citado em Demonja & Ružić, 2010) define turismo rural como o turismo que inclui todas as atividades turísticas em áreas rurais, tendo como principais características um ambiente tranquilo, ausência de ruído, natureza preservada, alimentos orgânicos produzidos localmente, comunicação com os anfitriões, e familiarização com a população local e seus costumes.

O turismo rural está localizado em áreas rurais com baixa densidade populacional (menos de 10.000 habitantes por povoação), áreas de espaço aberto, assentamentos de pequena escala e está intimamente relacionado com a agricultura. Ele está fortemente conectado com a natureza, o patrimônio natural, as sociedades tradicionais e o cultivo de costumes tradicionais. O carácter tradicional do turismo rural envolve famílias e habitantes locais no seu crescimento lento e orgânico de forma a garantir o desenvolvimento sustentável. O turismo rural deve ser sempre sustentável a fim de preservar o uso dos recursos naturais, conservar a autenticidade das áreas rurais e possibilitar o desenvolvimento a longo prazo (OCDE, 1994).

As atividades turísticas mais comuns em áreas rurais são caminhadas, alpinismo, ciclismo / bicicleta de montanha, exploração da natureza, *rafting*, visitas a parques de aventura, pesca, caça, experienciar costumes tradicionais e visitas a atrações culturais e históricas (OCDE, 1994).

De acordo com Demonja & Ružić (2010), o turismo rural apresenta-se sob diferentes formas, sendo que o agroturismo se realiza ao nível da agricultura familiar, e outras formas fora da agricultura familiar.

Uma forma especial de turismo rural é o agroturismo, que ocorre ao nível de quintos familiares ou nas chamadas famílias rurais. A principal atividade da agricultura familiar é a agricultura (horticultura / fruticultura, pecuária, apicultura, viticultura), enquanto a prestação de serviços turísticos (alojamento, preparação de alimentos) tem um papel secundário. Os serviços turísticos na agricultura familiar podem ser preparação de alimentos e / ou serviços de hospedagem. (Demonja & Ružić, 2010).

Com base nas atividades em domicílios rurais, o agroturismo abrange os seguintes tipos de turismo baseados nas quintas:

- O turismo rural oferece atividades para os turistas dentro das quintas. Isto inclui atividades que são feitas habitualmente em quintas e que podem ser interessantes para os turistas, como por exemplo: passeios a cavalo, de trator e *tours* da quinta.
- As férias na quinta oferecem turismo rural com a possibilidade de estadas turísticas, onde normalmente alguns dos edifícios agrícolas são transformados em alojamentos. Isto geralmente toma o formato de acomodação do tipo Cama e Café e também inclui atividades turísticas na quinta e arredores.
- A hospedagem na quinta é semelhante às férias na quinta, com a única diferença sendo que os turistas estão mais incluídos no cotidiano dos anfitriões e no seu trabalho, ou seja, os turistas têm a oportunidade de participar na alimentação do gado, no semear, e na colheita. Neste tipo de agroturismo, a relação entre turistas e anfitriões é mais expressa e aprofundada, de forma a que os turistas se possam identificar mais com a vida e tradição rural (Loverseed H., 2007).

Para além do agroturismo, Demonja & Ružić (2010) distinguem outros tipos de turismo, maioritariamente baseados em atividades turísticas em áreas rurais:

- O turismo residencial é uma forma de passar as férias em áreas rurais em chalés de fim de semana, cujos proprietários moram em cidades maiores. Estas casas de campo também podem ser alugadas a turistas, o que representa potencial para o desenvolvimento do turismo rural na área.
- O turismo interno está associado às origens de pessoas que deixaram áreas rurais e se mudaram para cidades maiores, mas ainda passam as férias na sua terra natal e utilizam serviços turísticos como comer em restaurantes locais e participar em eventos / atividades diversos. O turismo desportivo e recreativo nas áreas rurais baseia-se principalmente em atividades desportivas como caminhadas, ciclismo, esqui, passeios a cavalo, jogos com bola em parques infantis especialmente construídos, e pesca. Visto que viajar para atividades desportivas é um fenómeno comum, as atividades desportivas organizadas são um excelente complemento para aumentar a oferta turística em destinos rurais.
- O turismo de aventura é um tipo especial de turismo baseado na recreação com muito risco, emoção e adrenalina. Isto geralmente inclui escalada, *trekking*, bicicleta de montanha, *rafting*, parapente. Este tipo de turismo requer qualificações tanto ao nível físico como mental. Os parques de aventura representam uma versão mais leve do turismo de aventura, tendendo a consistirem em muitas atividades de “adrenalina” sob a supervisão de pessoal autorizado, e destinando-se a turistas com uma condição física média.
- O turismo de saúde está intimamente relacionado com águas termais, lama terapêutica, e áreas de montanha e florestas, tendo como objetivo o melhorar a saúde dos turistas e aliviar o *stress*. Os produtos e serviços turísticos são geralmente organizados em centros de saúde e sob a supervisão de uma(s) equipa(s) médica(s).
- O turismo cultural é uma modalidade de turismo que tem como principal motor as viagens para visitar monumentos culturais, patrimónios históricos, museus, galerias, e eventos culturais. A cultura é, portanto, um dos principais pré-requisitos para o desenvolvimento deste tipo de turismo, e nas zonas turísticas rurais é então muito importante familiarizar o turista com a cultura local, os costumes tradicionais e os seus anfitriões.
- O turismo religioso está relacionado com a visita a centros religiosos locais, regionais, nacionais ou internacionais e com peregrinações, onde a principal motivação dos turistas é a religião. O turismo religioso está também intimamente relacionado com o turismo cultural.
- O turismo de caça é o turismo específico para áreas rurais que ocorre em áreas agrícolas, aquáticas ou outras áreas terrestres. Os pré-requisitos para áreas de caça são características geográficas, hidrográficas e climáticas favoráveis para que os animais de caça apresentem boas condições de reprodução e crescimento. O turismo piscatório é uma forma especial de turismo rural, que ocorre em áreas aquáticas como rios e lagos. Para desenvolver o turismo piscatório, é necessário proteger o meio ambiente e a qualidade da água da poluição, e assegurar uma desova de peixes sem perturbações. Para além de um ambiente limpo e com elevado número de peixes, o desenvolvimento do turismo piscatório requer também a existência de alojamentos adequados, e outros produtos e serviços.
- O turismo gastronómico baseia-se em produtos e serviços gastronómicos e é muito importante para o turismo rural. Os produtos e serviços gastronómicos no meio rural devem ser diversificados e específicos para a zona ou região e apresentados ao turista no formato de “contar histórias”.
- O turismo vitivinícola está intimamente relacionado ao turismo gastronómico e requer vinhas dentro das áreas agrícolas. Nas áreas onde o turismo vitivinícola está bem difundido, os turistas podem desfrutar de estradas do vinho, exposições de vinho, degustação de vinhos, exploração de adegas e produção de vinho.
- O turismo educativo no meio rural visa educar o turista sobre as características do meio rural, da agricultura, da tradição, da vivência da natureza, da vida no campo, da flora e da fauna. Os participantes neste tipo de turismo são geralmente crianças em idade escolar e estudantes.



- O turismo de campismo é uma forma de turismo em que a forma de alojamento dos turistas é o acampamento. Os acampamentos em áreas rurais estão geralmente localizados numa quinta familiar ou perto de atrações naturais ou culturais.
- O turismo náutico utiliza barcos, veleiros e iates como forma de hospedagem. Nas áreas rurais, o turismo rural náutico ocorre em lagos, rios ou canais (Demonja & Ružić, 2010).

Os benefícios do desenvolvimento do turismo rural são muitos, uma vez que é responsável pelo início de muitas atividades económicas e não-económicas. O turismo rural estimula a produção de alimentos orgânicos e saudáveis, estimula a agricultura em pequenas propriedades, possibilita a participação ativa do turista na produção local da agricultura familiar e possibilita o retorno do turista aos valores naturais e à cultura tradicional. Cada vez existem mais pessoas que se interessam pelo turismo rural, o que inclui todas as formas de vida no campo: habitação, arquitetura, vegetação, fauna, preservação da natureza e da cultura tradicional. O turismo rural permite às famílias melhorarem a sua qualidade de vida, uma vez que constitui uma fonte de rendimento adicional (Demonja & Ružić, 2010).

Para além disso, o desenvolvimento do turismo rural tem impactos positivos nas taxas de emprego das comunidades rurais. Em áreas rurais pequenas e subdesenvolvidas, o turismo rural tem um impacto positivo em diferentes tipos de indústrias de serviços, tais como transporte, hotelaria, serviços de venda a retalho e assistência médica, em termos de retenção e criação de empregos, bem como de diversificação das ofertas de emprego.

O turismo rural garante rendimentos adicionais para os agricultores, aumenta o fluxo monetário, revive pequenas comunidades e contribui para evitar que a população deixe as áreas rurais. O turismo rural também apoia as quintas, aumentando o cultivo e as vendas de produtos agrícolas aos turistas. Adicionalmente, o turismo rural apoia pequenas povoações que são atrativas para os turistas, mas que sem turistas não sobreviveriam, pois, muitos serviços requerem um grande número de pessoas para serem viáveis.

Outro benefício do turismo rural é a proteção e conservação da natureza e da paisagem, que inclui todos os níveis de autoridade (local, regional, nacional) na criação de normas e legislação que digam respeito à proteção ambiental. “A paisagem é de importância crucial para o turismo rural, mas, da mesma forma, o uso do visitante é vital para a indústria de conservação da paisagem” (OCDE, 1994). O turismo rural também estimula eventos culturais, que normalmente não acontecem em áreas rurais sem turismo. Em áreas sem teatros, óperas e galerias, eventos culturais e exposições que nutrem as tradições de um local ou região enriquecem a vida da população local, apoiam os artistas locais e expandem a oferta turística local. Em destinos rurais, o artesanato local é muito importante para o património cultural da região e pode servir como meio de atrair novos turistas. Para além do património cultural, o turismo rural protege o património histórico ao transformar edifícios antigos (igrejas, castelos, edifícios agrícolas) em atrações turísticas, dando-lhes um novo propósito e transformando-os em novas fontes de rendimento (mediante a cobrança de bilhetes e entradas). E, finalmente, o desenvolvimento do turismo nas áreas rurais potencializa o papel das mulheres, o que era bastante restrito no passado porque a maioria das atividades rurais eram consideradas atividades masculinas (agricultura, exploração florestal, e exploração mineira) (OCDE, 1994).

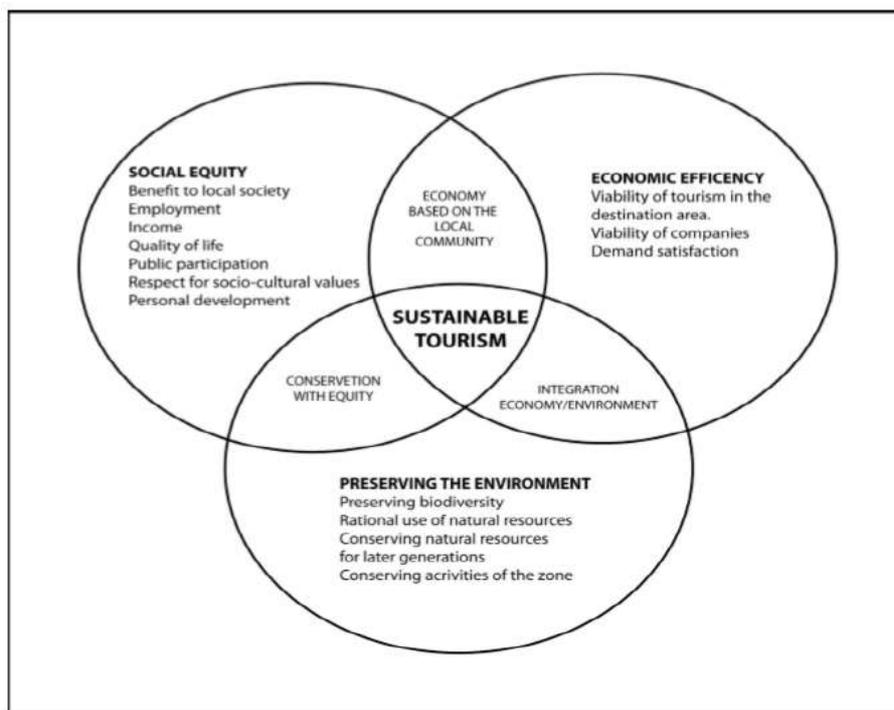


Figura 4 Modelo de desenvolvimento sustentável de turismo (Fonte: Moseñe, Patiño (2011), *Rural tourism: A sustainable alternative*)

Um dos objetivos mais importantes do desenvolvimento do turismo sustentável deve ser minimizar os efeitos negativos. Este objetivo não pode ser alcançado apenas através de procedimentos de transporte "amigos" do ambiente ou com a menor transformação possível dos meios de transporte existentes e que afetam o ambiente. Os turistas devem estar cientes dos problemas e limitações dos destinos turísticos. Portanto, cabe-lhes a eles o solicitar informações aos operadores turísticos de forma a adotarem um comportamento adequado e a minimizar os possíveis impactos de suas atividades no meio ambiente durante a sua estadia.

O desenvolvimento sustentável e responsável do turismo rural é inatingível sem a aplicação do pensamento ecológico. Consequentemente, a ecologia do turismo ajuda naturalmente a desenvolver o turismo nas áreas rurais baseando-se nos recursos naturais, sociais e culturais locais. No entanto, também é uma expectativa que os atores do sistema, ou seja, os turistas devem dar continuidade a uma prática sustentável ativa e responsável.

2.2 Empreendedorismo em áreas rurais

2.2.1 Empreendedorismo e empreendedorismo rural

A OCDE considera que as regiões rurais tendem a ser ambientes desafiadores para a promoção do empreendedorismo. A seriedade desses desafios varia obviamente de região para região, mas os principais obstáculos derivam do pequeno tamanho e da baixa densidade populacional destas comunidades rurais, da sua composição social e económica, e da natureza dos vínculos internos e externos. A prestação de apoio ao público tende a ser mais fragmentada e o acesso a bancos, instalações adequadas, acesso à *internet* de alta velocidade, e aconselhamento técnico especializado é mais difícil. A atividade de *networking* entre empresários é limitada ou tem foco nas atividades agrícolas. Este último frequentemente resulta de a tendência das economias rurais serem menos diversificadas do que as urbanas. Consequentemente, a força de trabalho tende a sofrer de baixos níveis de qualificação, baixa



diversidade de qualificações e um descompasso estrutural no mercado de trabalho local, causado também pela migração externa de jovens, profissionais, e outros com maior nível de escolaridade.

A experiência de outros países da OCDE demonstra que um fator crucial para o sucesso dos programas de desenvolvimento do empreendedorismo consiste no convencer dos agricultores, ou trabalhadores dependentes do setor agrícola, acerca da sua capacidade de se tornarem empresários em termos de procurar capitalizar em empreendimentos novos e lucrativos, antecipando potenciais novas iniciativas e não hesitar em correr riscos. Os agricultores tendem a ser um grupo atraente para atividades empresariais porque, ao administrar a sua quinta, eles já adquiriram uma série de capacidades necessárias para operar um negócio com sucesso. No entanto, modernizar e diversificar as atividades empresariais reais muitas vezes não é uma das primeiras ideias de um empresário agrícola.

Um maior desenvolvimento da atividade empresarial e do desenvolvimento económico pode ser dificultado pelos desafios demográficos colocados pelo envelhecimento da população e pela emigração contínua de pessoas jovens e qualificadas. É importante que novas oportunidades para as áreas rurais - como o aumento da procura por amenidades rurais dos habitantes urbanos, recursos não utilizados para o desenvolvimento económico por meio de uma indústria agrícola diversificada, o crescente interesse pelo turismo rural e a instalação de empresas que selecionam as áreas rurais como novas localizações de negócios - são reconhecidas pela política e traduzidas em ações. Começar o próprio negócio é, no entanto, apenas em alguns casos uma alternativa à migração para outro lugar com melhores oportunidades de emprego. A migração pode ser temporária e a política pode influenciar isso. Frequentemente, os migrantes desejam regressar após um certo período de forma a utilizar as capacidades e experiências recém-adquiridas. Fornecer as condições estruturais certas para iniciar seu próprio negócio, para sucessão de negócios, ou mesmo combinar as necessidades das empresas por mão de obra qualificada e altamente qualificada são abordagens que já foram verificadas em pilotagens desenvolvidas noutras regiões da OCDE.

Durante o *Workshop* acerca de Renovação Geracional organizado pela Rede Europeia de Desenvolvimento Rural (REDR) em 2017, a renovação geracional na agricultura foi considerada crucial para a sobrevivência, continuidade, e prosperidade futura da indústria agrícola europeia e a sustentabilidade mais ampla das comunidades rurais. Em 2017, a Comissão da UE estimou que apenas 5,6% de todas as quintas na Europa eram administradas por agricultores com menos de 35 anos e mais de 31% de todos os agricultores da UE tinham mais de 65 anos. O número de pessoas que trabalham na agricultura diminuiu 11,5% de 2010 a 2013. A falta de agricultores jovens e inovadores levanta preocupações sobre a realização das políticas de inovação agrícola da UE e/ou aumento da procura por alimentos. De acordo com um relatório recente do Grupo de Foco da Parceria Europeia para a Inovação para a Agricultura (EIP-AGRI), acesso à terra, capital, trabalho, e mercados são questões fundamentais que impedem novos ingressos na agricultura.

De acordo com a Rede Europeia de Desenvolvimento Rural (REDR), os empresários rurais são essenciais para a sustentabilidade e o desenvolvimento da Europa rural. Os elementos-chave que tornam as áreas rurais mais atraentes para os jovens são:

- Uma qualidade de vida sustentável, incluindo ligações com a comunidade e a possibilidade de usufruir de algum tempo fora da quinta (e.g., *La Tournerie*);
- O papel da tecnologia no apoio da transferência de conhecimento intergeracional, especialmente no contexto da pandemia COVID-19 (e.g., *Agricolus*);
- A autenticidade da experiência proporcionada (e.g., *Mid Ireland Adventures*);

- A importância de ligar a educação em agricultura com o mercado de trabalho;
- O papel dos produtos locais como sendo parte da atratividade de uma área.

A renovação geracional requer uma reflexão mais ampla e coletiva sobre como tornar as áreas rurais mais vibrantes. Este é um processo positivo no qual as oportunidades de intercâmbio e de aprendizagem mútua entre as partes interessadas rurais provenientes de diferentes Estados membros são cruciais. A consulta às partes interessadas continua a ser fundamental para garantir que os Estados membros desenvolvem estratégias nacionais ambiciosas de forma a apoiar a renovação geracional, o que pode alimentar planos estratégicos futuros.

Wortman (1990) também desenvolveu uma definição interessante de empreendedorismo rural, como a criação de uma nova organização que introduz um novo produto, atende ou cria um novo mercado, ou utiliza uma nova tecnologia num ambiente rural. Essa definição abrange os elementos de inovação e criação que podem afetar a comunidade mais ampla na qual ocorre a atividade empreendedora. Argumenta-se, no entanto, que devido ao fato de o termo rural ter perdido utilidade, a investigação deveria mudar o seu foco para territórios em localidades rurais e grupos sociais marginalizados que vivem em localidades rurais (Ray, 1999). Neste sentido, um empresário rural é alguém que vive numa localidade rural e a diferença entre ele e um empresário urbano pode ser encontrada nos efeitos da ruralidade sobre o processo empreendedor.

Sima, Bordanc, Sima (2015) consideram que o apoio e a consolidação do empreendedorismo e da inovação representam um dos métodos mais importantes de abordagem das questões económicas nas comunidades rurais, materializado sob a forma jurídico-organizacional das pequenas e médias empresas (PME). De acordo com os dados apresentados pela Direcção-Geral da Empresa e da Indústria da Comissão Europeia, existem cerca de 20 milhões de PME na União Europeia, que geram cerca de 65 milhões de postos de emprego. A maior parte delas são microempresas, muitas delas localizadas em áreas rurais, onde o padrão de vida e os rendimentos obtidos são atualmente comparáveis aos das áreas urbanas, e os lucros da atividade económica são próximos aos obtidos noutras indústrias (www.enrd.ec.europa.eu). Embora não exista uma fórmula universalmente aplicável para o empreendedorismo rural, em muitas áreas do mundo e da Europa, em países com diferentes níveis de desenvolvimento económico e institucional, podem-se identificar boas práticas e abordagens de sucesso para o empreendedorismo. Uma das atividades desenvolvidas pelo empreendedorismo rural Europeu é a atividade turística. Pretende-se reavivar a economia rural local e diversificar o conteúdo do conceito de empreendedor, que evoluiu desde a definição de uma atitude socioeconómica prioritária para uma atitude responsável em relação à actividade económica desenvolvida, centrada na amortização dos investimentos realizados e na obtenção de lucro.

Segundo Sima, Bordanc, Sima (2015), uma característica particular do empreendedorismo em turismo é a sua especificidade como atividade económica terciária, produtora de serviços turísticos, vocacionada para o relaxamento, descanso, melhoria da capacidade de trabalho, e o alargar horizontes culturais. Ao espaço rural, acrescenta-se uma série de elementos particulares, tais como: a atividade turística é secundária à atividade agropecuária; alojamento e alimentação são assegurados pelos membros do agregado familiar agrícola; o turista (sob demanda) envolve-se frequentemente nas atividades da casa. O potencial empreendedor, como fonte de criação de empregos e crescimento económico, representa um assunto importante para os decisores políticos. No entanto, não existe uma fórmula mágica para transformar as economias urbanas ou rurais tradicionais em economias empreendedoras, onde o empreendedorismo e a inovação podem ser sistematicamente estimulados.



2.2.2 Desafios para empreendedores rurais

A investigação realizada pelos mesmos autores identificou diferentes desafios para os empreendedores rurais, mas na análise do contexto, os principais problemas identificados foram os seguintes:

- O sucesso do empreendedor rural depende da sua competência, da capacidade de gestão do negócio, da capacidade de ser criativo e de assumir o risco do negócio;
- Os empreendedores rurais, tanto os existentes como os potenciais, precisam de ajuda adicional para a consolidação e desenvolvimento empresarial, embora possuam as competências necessárias para o desenvolvimento / iniciação empresarial;
- Os principais grupos-alvo para a consolidação do espírito empreendedor no meio rural são os seguintes: jovens, mulheres e pequenos agricultores proprietários de quintas de subsistência e semissubsistência;
- Os setores-alvo para a consolidação do empreendedorismo rural são: agricultura, processamento de produtos agrícolas, serviços básicos, turismo;
- A área rural favorece o aparecimento de novos empreendimentos, mas é um ambiente empreendedor vulnerável que também depende de fatores externos (infraestrutura local, ambiente social, económico, ambiente cultural, tradições, pandemias como a de COVID-19, etc.) como bem como em fatores internos (capacidade, habilidades e competência do empreendedor).

2.3 Aprendizagem intergeracional e educação em empreendedorismo intergeracional

Existe uma consciência coletiva de que necessitamos de uma aprendizagem constante, ao longo da vida; há também uma consciência coletiva da necessidade de uma compreensão significativa e de solidariedade intergeracional.

A educação é uma das necessidades mais importantes para o ser humano, pois sem ela, qualquer ser humano certamente seria incompleto. Ter uma educação benéfica é um direito fundamental de todas as crianças. Em todas as sociedades, as escolas são locais para educar crianças com a mesma idade. Hoje, devido às mudanças demográficas, ao envelhecimento e, conseqüentemente, ao aumento da esperança de vida do ser humano, assim como as mudanças na estrutura familiar, criou-se um déficit de harmonia e cooperação intergeracional. Abordar essa lacuna entre as gerações e o importante papel dos idosos na educação dos filhos não deve ser esquecido. A separação e o contato limitado entre as gerações tem desvantagens, incluindo menos suporte para relações significativas e para crescimento social e emocional, menos oportunidades de aprendizagem, compreensão, aquisição de valores, sabedoria e capacidades para crianças e jovens, e perda da oportunidade de amor, apoio e aquisição de novas competências tecnológicas para os mais velhos.

Por outro lado, a aprendizagem ao longo da vida cria oportunidades para que todas as gerações se envolvam no repensar em profundidade, na educação, na aprendizagem e no trabalho (não necessariamente empregos) que melhorem a qualidade de vida. A aprendizagem intergeracional consiste na transferência sistemática e nas interações de conhecimento, capacidades, competências, sabedoria, normas e valores entre gerações.

Os programas de aprendizagem intergeracional são definidos pelo Consórcio Internacional e pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como "veículos sociais



que criam intercâmbios intencionais e contínuos de recursos e aprendizagem entre as gerações mais velhas e mais jovens".

As teorias de pessoas como Dewey, Vygotsky e Erikson apoiam a aprendizagem intergeracional e este programa de aprendizagem é uma forma de aprendizagem baseada em serviços e cujas origens remontam ao Programa *Foster Grandparent* de 1963. A aprendizagem intergeracional tem se mostrado uma estratégia eficaz para vários grupos, oferece suporte financeiro, emocional e social a várias gerações e tem aplicação global. Oportunidades de contato e comunicação entre gerações permitem aos adultos mais velhos ajudar outros ouvindo, refletindo e oferecendo conselhos, causam um sentimento de identidade, e aliviam a solidão, a depressão e/ou a ansiedade, melhorando o bem-estar, a autoestima e a capacidade cognitiva, e aumentando o seu contato social.

A educação para o empreendedorismo intergeracional deve tornar-se um meio de garantir um acesso real por parte dos indivíduos às oportunidades de aprendizagem, permitindo relacionar os seus projetos pessoais com o empreendedorismo e a inovação, em diálogo com o sistema socioeconómico. À luz destas conclusões, torna-se aparente que se quisermos fazer algo para tornar mais fácil a transição dos NEETs (jovens adultos que não estão nem na educação, nem no emprego nem em formação) para um mercado de trabalho cada vez mais complexo, que é essencial que a educação para o empreendedorismo intergeracional se torne um padrão de aprendizagem mais estruturado que vise promover a autonomia e o crescimento pessoal, e que os conselhos e orientações de informação sobre carreiras de alta qualidade estejam disponíveis. Desta forma, poderia ser possível superar a definição de capital humano (ou seja, a ideia de que as pessoas aprendem a se tornar mais produtivas, aprendendo a "encaixarem-se" num sistema socioeconómico) para abraçar a perspectiva de uma economia baseada na oportunidade de intervir e transformar a realidade a partir da própria agência, ou seja, do poder de expressar a própria identidade ao longo de um projeto de vida (Margiotta, 2013; Sen, 1999).

No cerne de uma preparação eficaz para o mundo de trabalho de hoje está o conceito de resiliência pessoal. Como poderá isto ser desenvolvido entre os jovens? Idosos que já passaram por experiências difíceis devem ensinar os NEET, que o fracasso acontece e como se recupera do mesmo. É necessária honestidade acerca do quão difícil é o mercado de trabalho e começar a preparar os jovens para competir com sucesso num ambiente de trabalho que apresentará muitos contratemplos e decepções, bem como enormes oportunidades. Empreendedores seniores ou ex-empresários têm *know-how* e experiência preciosos que podem facilitar a vida a empreendedores inexperientes que estão a contemplar uma *start-up* e a passar pelo processo de iniciar e administrar o seu próprio negócio. Este conhecimento representa um valioso capital intelectual Europeu.

Em conclusão, a educação para o empreendedorismo intergeracional constitui a chave para redirecionar os percursos de aprendizagem através da conceção de novas arquiteturas formativas capazes de integrar as diferentes gerações e de definir novos modelos pedagógicos baseados em ações multidisciplinares, competentes e geradoras (Costa, 2013).

Esta abordagem educacional deverá ser sustentada por políticas específicas que abordam tanto o setor educacional quanto o mercado de trabalho, através de uma interação sistemática dos dois sistemas, de forma a auxiliar a transição do primeiro para o segundo e vice-versa, favorecendo também a aprendizagem ao longo da vida, e de acordo com uma perspectiva de solidariedade intergeracional, especialmente na Itália, onde as desigualdades sociais e económicas entre idosos e jovens estão em crescimento nos últimos anos (OCDE, 2017).



Os empreendedores seniores podem dar aos jovens o que lhes falta e do qual precisam: consciência do seu valor, assumir riscos e coragem. De forma a encorajar uma atitude proativa nos jovens, parece importante fortalecer a ligação entre educação / formação através da educação para o empreendedorismo intergeracional, que se torna mais eficaz quanto mais somos capazes de fornecer aos jovens competências que são diretamente úteis no mercado de trabalho e consistentes com a sua evolução. Uma vez que a União Europeia não está a desenvolver plenamente o seu potencial empresarial e não está a incentivar um número suficiente de pessoas a se tornarem empreendedores, a ideia de fomentar o espírito empreendedor intergeracional deve ser seriamente considerada. A contribuição dos empreendedores mais velhos para a economia local deve começar no setor educacional e deve ser apoiada e promovida pelo programa político no formato de ser criada uma disciplina específica sobre empreendedorismo nos currículos dos aprendentes. Idosos que se queixam da falta de preparação para o trabalho dos jovens têm em mãos o ajudar a resolver este problema, através de oferecerem experiência de trabalho e de carreiras, ajudando-os a se familiarizarem com as práticas modernas de recrutamento, demonstrando a relevância da aprendizagem e oferecendo exemplos reais de aprendizagem e, finalmente, na redução da lacuna crescente entre a sala de aula e o local de trabalho. A educação para o empreendedorismo intergeracional, então, representa um paradigma de aprendizagem privilegiado para apoiar o diálogo entre o mundo da educação e o mundo do trabalho, potencializando o *networking* e a cooperação. Mais do que qualquer outra forma de empreendedorismo, uma abordagem intergeracional criará não apenas empregos e crescimento económico, mas (acima de tudo) coesão social, compreensão geracional e bem-estar para os indivíduos.

2.4 Conclusões

De acordo com as Tendências e Políticas de Turismo da OCDE para 2020, há um compromisso político duradouro em muitos países de utilizar o turismo como um motor para o desenvolvimento regional. O turismo pode ser um agente poderoso para mudanças positivas em comunidades onde as oportunidades para o desenvolvimento de outros setores económicos podem ser limitadas. Estas abordagens políticas podem ajudar a espalhar os benefícios do turismo das capitais, destinos históricos, e áreas costeiras, para áreas menos desenvolvidas e geralmente rurais. Muitas áreas de turismo rural, particularmente as mais isoladas, com menores populações e níveis mais baixos de procura ao nível de viagens durante todo o ano, enfrentam desafios adicionais na forma de serviços de transporte limitados ou nenhum serviço regular a partir dos centros urbanos, assim como no fornecimento e manutenção de sistemas de transporte sustentáveis e contínuos que atendem tanto a moradores como turistas. Melhorar a coordenação entre transporte, turismo, e outras áreas políticas relacionadas poderá melhorar a mobilidade do visitante para e dentro dos destinos, reduzir engarrafamentos, aumentar a satisfação do visitante e ajudar a garantir a viabilidade económica dos sistemas de transporte locais atendendo tanto residentes quanto turistas.

Resultados de investigação recente destacam a importância do uso adequado das TIC para o crescimento do empreendedorismo nas áreas rurais. Mitchell e Clark (1999) consideram a adoção de TICs por empresas em áreas rurais e concluem que as economias rurais podem ser mais bem vistas como tendo dois níveis, sendo que o superior consiste em empresas voltadas para o exterior intensivas em TIC, e com extensas ligações extrarregional e, em muitos casos, ligações internacionais.

O desenho de um conjunto apropriado de políticas de turismo rural deve implicar a expansão seletiva dos fluxos turísticos, a fim de atingir um ou mais dos seguintes objetivos (Hall e Jenkins, 1998):



- a) Sustentar os níveis locais de rendimentos, emprego, e crescimento anteriormente existentes e criar fontes de riqueza.
- b) Contribuir para o pagamento dos custos de fornecimento de infraestrutura económica e social (direta e indiretamente relacionados às atividades e equipamentos de turismo rural).
- c) Incentivar o desenvolvimento de setores / atividades primárias e industriais ao nível local, bem como de outros serviços (estando ou não ligados diretamente à atividade turística).
- d) Contribuir para o aumento e diversificação das comodidades e serviços oferecidos aos residentes locais.
- e) Contribuir para a preservação dos recursos ambientais e culturais (principalmente quando os principais atrativos turísticos são cénicos / estéticos).

Empreendedores e empreendedorismo motivam a inovação empresarial e o crescimento económico. Os empreendedores são extremamente importantes para reduzir a taxa de desemprego dos trabalhadores qualificados e não qualificados. A indústria do turismo é uma das principais para impulsionar a economia do país. Para sustentar a indústria do turismo, é necessário um apoio governamental a longo-prazo substancial, formação extensa, investigação, e processos de planeamento. O sucesso do empreendedorismo leva a um estímulo da sociedade e dos meios de subsistência em termos de benefício económico (Koh & Hatten, 2014).



3. Relatório do inquérito

Entre fevereiro e abril de 2020, foi realizado um inquérito online em todos os países parceiros do projeto (Portugal, Irlanda, Estónia e Roménia), dirigido a organizações localizadas em destinos turísticos de baixa densidade. Este inquérito visou identificar:

- O grau de sustentabilidade social nas áreas rurais.
- Os desafios enfrentados pelos jovens na criação do seu próprio negócio.
- A quantidade de património e saberes ancestrais que podem ser preservados e a existência de pessoas idosas que podem assegurar a transferência de saberes.
- As lacunas ao nível das capacidades específicas relacionadas com o empreendedorismo.

Quando questionados acerca dos objetivos mais importantes para um curso *online* dirigido a empreendedores em áreas rurais, mais de 75% dos inquiridos consideraram as seguintes competências como sendo importantes ou muito importantes: publicidade, capacidade de acesso a fundos nacionais e europeus, criatividade, identificação de oportunidades, autoconfiança e autoestima, e resolução de problemas, com especial enfoque nas competências de marketing (93%), gestão (86%) e digitais (85%). Metade dos entrevistados considerou a comunicação e cooperação entre as gerações mais jovens e mais velhas como importantes ou muito importantes, o que confirma a relevância do nosso projeto como uma grande oportunidade de aprendizagem intergeracional.

A maioria dos entrevistados prefere ferramentas de autoavaliação como métodos de avaliação no âmbito do curso que será desenvolvido por meio do projeto Inside-T. Além disso, metade dos entrevistados prefere gamificação e simulação, o que tornará o processo de avaliação mais interessante.

Mais de metade dos entrevistados considerou a colaboração intergeracional como importante para planear e iniciar um negócio em ambiente rural. De referir ainda que a percentagem de respostas “não sei” - 25%, nesta questão aparenta denotar uma possível falta de experiência dos empresários rurais neste tema, sendo que pretendemos que no final do projecto esta percentagem seja reduzida.

No item 13 do questionário (Q13) “Acha que a tutoria intergeracional pode ser útil para o desenvolvimento do turismo sustentável em ambientes rurais?”, a maioria dos participantes respondeu positivamente (84%).

Os resultados sugerem, em primeiro lugar, que os participantes estão cientes do potencial da aprendizagem intergeracional em contextos de educação de adultos. Em segundo lugar, entendem que a tutoria é uma parte fundamental da educação intergeracional e que poderá ser útil para o desenvolvimento do turismo sustentável em áreas rurais. Além da tutoria, as atividades de e-tutoria também devem ser integradas na estrutura curricular geral. Os resultados da Q15 “Como poderá a aprendizagem intergeracional capacitar as pessoas para preservarem o património cultural para as novas gerações?” destacaram que as gerações mais velhas podem:

- Contribuir com informação, tal como costumes e lendas, incluindo informação não contemplada noutras fontes, o que pode enriquecer muito o património cultural (97%);
- Ensinar métodos tradicionais aos mais jovens de forma a preservar e reparar casas, jardins e oficinas (92%);



- Ensinar os mais novos a preparar, criar, ou utilizar peças tradicionais como peças de vestuário, comidas, instrumentos musicais, utensílios, e/ou objetos de decoração, garantindo assim a sua sustentabilidade (92%);
- Trabalhar conjuntamente com as gerações mais novas na implementação de novas ferramentas (eletrónicas e de internet), de forma a preservar o seu património cultural.

As respostas também avaliaram positivamente a capacidade das gerações mais velhas servirem como *role models* (80%).

Na Q16 “Qual a importância da questão da sustentabilidade do turismo a longo prazo para um empreendedor numa área rural?” a maioria dos participantes concordou que é muito importante (79%). A alta percentagem de respostas positivas é um indicador claro que os participantes no inquérito entendem e valorizam positivamente o conceito de sustentabilidade a longo prazo no turismo, particularmente nas áreas rurais de baixa densidade. Consequentemente, o currículo Inside-T deve focar a sustentabilidade do turismo como uma questão fundamental no desenvolvimento de negócios de sucesso e em atividades educacionais que reúnam pessoas de diferentes gerações.

Assim, ao analisar o inquérito transnacional por questionário, pode-se presumir que se confirmaram os principais temas nos quais este projeto se baseia, assim como as ações estratégicas a serem realizadas e a proposta para o desenvolvimento do curso.



4. Objetivos de aprendizagem

Tal como destacamos anteriormente, o projeto INSIDE-T visa promover a aprendizagem intergeracional e o desenvolvimento de competências profissionais nos jovens adultos (desempregados), especialmente mulheres, para garantir a sustentabilidade social no turismo em territórios de baixa densidade. Adicionalmente, o INSIDE-T quer ajudar a eliminar as crenças sociais e económicas negativas em relação ao futuro dos territórios de baixa densidade populacional.

Os módulos e unidades contribuirão para o alcançar destes objetivos através do desenvolvimento de novas competências com foco nos seguintes temas:

- 1) Criação de novas ideias de negócio através da valorização do património cultural como motor da sustentabilidade social no meio rural e do aumento da competitividade turística;
- 2) Uso adequado de mecanismos de transferência e compartilhamento de conhecimento entre gerações;
- 3) *Networking* e colaboração para o desenvolvimento de iniciativas de turismo sustentável em áreas de baixa densidade;
- 4) Uso eficaz das tecnologias de informação e comunicação (TIC) a fim de promover a ligação intergeracional por meio da aprendizagem intergeracional em territórios de baixa densidade.

Após a conclusão do Curso Inside-T, os participantes devem ser capazes de:

- Identificar os benefícios que podem ser alcançados no meio rural a partir da implementação de práticas de aprendizagem intergeracional que levem os jovens desempregados a criar negócios que preservem a cultura local, aliando-a à inovação e garantindo assim uma melhor oferta turística;
- Identificar as principais características e ferramentas que podem ser relacionadas com o turismo sustentável e como poderão ser aplicadas em contextos de aprendizagem intergeracional;
- Identificar as necessidades dos territórios e dos adultos desempregados e como se lhes poderá responder, dentro duma perspetiva de turismo sustentável;
- Facilitar *networking* assim como o uso de ferramentas de *networking* de forma a estimular o desenvolvimento do turismo sustentável em áreas de baixa densidade;
- Identificar e usar ferramentas de TIC, particularmente sistemas de gestão de aprendizagem, comunidades virtuais de aprendizagem, e redes sociais, que podem auxiliar o desenvolvimento de ideias inovadoras de turismo sustentável;
- Identificar e implementar novas formas de usar o potencial dos métodos de aprendizagem intergeracional e de *e-mentoring* no turismo sustentável.

5. Abordagens metodológicas

A abordagem metodológica inspirou-se na estrutura curricular do Sustain-T¹. O modelo foi expandido para diferentes contextos pedagógicos, focando-se no uso de estratégias de aprendizagem intergeracionais na educação de adultos. A secção metodológica, utilizada para o desenvolvimento de todo o programa de formação, baseia-se em diversos modelos teóricos:

Teoria sociocultural de aprendizagem

A teoria sociocultural da aprendizagem está enraizada na ideia de que a aprendizagem não pode ocorrer por si só, independente do contexto social, e que depende sim do ambiente, particularmente das interações sociais entre o aluno e outrem. Os conceitos-chave nesta teoria são o Outro Com Mais Conhecimento (MKO), a Zona de Desenvolvimento Proximal (ZPD) e o andaime. A ZPD é definida por Vygotsky como “a distância entre o nível de desenvolvimento real, conforme determinado pela resolução independente de problemas, e o nível de desenvolvimento potencial, conforme determinado por meio da solução de problemas sob a orientação de um adulto ou em colaboração com pares mais capazes” (Vygotsky, 1978²). Consequentemente, uma das principais tarefas dos professores e formadores, como MKOs, é a aprendizagem de andaimes, que consiste em ajudar os aprendentes a estruturar e organizar as tarefas de forma a atingir com sucesso os objetivos de aprendizagem. A aprendizagem dos aprendentes é construída por meio de interações sociais (diretas ou mediadas por TIC) num espaço onde vários indivíduos (de diferentes gerações, culturas e níveis de competência profissional) comunicam e colaboram na construção de comunidades de aprendizagem. O andaime pode ser particularmente facilitado através do uso de estratégias educacionais baseadas em TIC que incluem (mas não se limitam a) sistemas de gestão de aprendizagem, comunidades virtuais de aprendizagem e *e-mentoring / e-coaching*.

Modelo de design integrado de cursos

Para atingir os objetivos do projeto e desenvolver o *design* curricular, utilizámos o modelo de *design* integrado de cursos (ICD). L. Dee Fink propôs o modelo ICD como tendo foco em cinco componentes principais: fatores situacionais (através da condução de uma análise situacional aprofundada), objetivos de aprendizagem (para os quais Fink propôs uma taxonomia de aprendizagem significativa), atividades de avaliação (recorrendo a estratégias de avaliação educativa), atividades de aprendizagem (que no contexto do projeto devem ser adaptadas às necessidades dos aprendentes adultos) e integração (funcional e cronológica). A integração funcional é o alinhamento dos objetivos de aprendizagem com as atividades de avaliação e aprendizagem. A integração cronológica é entendida por Fink como uma interdependência dinâmica das atividades. Por outro lado, a taxonomia da aprendizagem significativa inclui seis categorias principais: conhecimento fundamental, aplicação, integração, dimensão humana, preocupação, e

¹ AidLearn, HR Consulting (2018). *Sustain-T Curriculum* (version 1.0 – July 2018) available at http://www.sustain-t.eu/uploads/O1_Curriculum_SustainT_FINAL_EN1.pdf, accessed on 20.03.2020

² Vygotsky, L.S. (1978). *Mind in Society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



aprender a aprender. Fink tem uma visão holística da aprendizagem ativa que possui três categorias principais de atividades: obtenção de informação e ideias, diálogo reflexivo e experiência³.

Material de aprendizagem

Os materiais de aprendizagem serão baseados num paradigma de aprendizagem intergeracional que é simultaneamente centrado na aprendizagem, participativo e holístico. Os participantes estarão imersos num ambiente educacional que incentiva o pensamento criativo e crítico, a individualização da educação, a aprendizagem pela ação, e a aprendizagem colaborativa. O uso consistente de métodos e técnicas baseados nas TIC também permitirá aos participantes construir pontes entre diferentes culturas, colaborar em projetos de aprendizagem internacionais e entrar em atividades de *e-mentoring* com facilidade. O material didático será dividido em duas partes: a primeira focada no conteúdo e a segunda nas atividades.

A primeira parte basear-se-á em conteúdos, tendo como objetivo o aumentar a consciência acerca dos desafios das áreas rurais e oferecer oportunidades de aprender a partir de melhores práticas. O principal material de aprendizagem da primeira parte, começa com uma e-ferramenta de autoavaliação (geral e por módulo), que será centrada nos módulos, e que cobrirá os tópicos mais relevantes; e documentários, que serão usados para quebrar estereótipos (e.g., as oportunidades só existem nas cidades) e que inspiram novas histórias de vida. Os documentários são um excelente método para colocar em prática a teoria de Vygotsky e para criar oportunidades para que os aprendentes se inspirem noutras pessoas de sucesso (que no contexto do projeto são o outro com mais conhecimento - MKO), antes de iniciarem o seu próprio percurso educacional através da zona de desenvolvimento proximal. Os documentários também podem inspirar os participantes a compreender a importância da mentoria e da e-mentoria no processo de construção de negócios de sucesso.

A segunda parte será baseada em atividades, combinando as ferramentas interativas disponibilizadas na plataforma - recurso colaborativo e laboratório criativo, permitindo aos participantes elaborarem novas ideias de negócios, trabalhando individualmente e / ou colaborativamente, incluindo suporte através de tutoria, para um plano de desenvolvimento de negócios fiável.

O foco estará na implementação prática de ideias de negócios dentro duma gama muito diversa de empreendimentos de turismo rural, com diferentes acessibilidades e viabilidades. Todos os recursos disponibilizados devem criar as melhores condições possíveis de forma a inspirar ideias de negócio e preservar as tradições e o património cultural.

Os materiais também devem ser acessíveis, ricos em conteúdo multimédia, adequados às necessidades dos aprendentes adultos, e capazes de estimular uma abordagem “passo a passo” (“o que fazer” e “como fazer”). Será dado um foco especial às maneiras de usar as e-ferramentas tanto em atividades individuais como de grupo.

³ Fink, D.L. (2013). *Creating Significant Learning Experiences: An Integrated Approach to Designing College Courses*. San Francisco, CA: Josey-Bass.

Plataforma

O sistema de gestão de aprendizagem virtual que será utilizado como plataforma de *eLearning* deverá ser muito acessível para todos os participantes. A plataforma deve permitir a criação de perfis individualizados, o uso de ferramentas interativas e estimular a colaboração entre os participantes.

No *back-end*, a plataforma precisa de ser altamente personalizável, para grupos e indivíduos, incluir recursos avançados de segurança e confidencialidade. Deverá ter um foco especial no garantir a proteção de dados dos participantes, de acordo com a Diretiva sobre Segurança de Redes e Sistemas de Informação, Lei de Segurança Cibernética da UE e Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR). Um elemento analítico também poderá ser útil para registrar as dificuldades tidas pelos participantes na compreensão de determinados temas, o número de horas na plataforma, relatórios de avaliação individual e em grupo etc.

Incluirá uma variedade de instalações de aprendizagem e e-ferramentas: autoavaliação, manual de aprendizagem, laboratório criativo, e rede de recursos colaborativos. Envolver-se com estas ferramentas, inspirar-se nas melhores práticas, adquirir novos conhecimentos, são experiências que podem ser mobilizadas para a vida dos participantes e inspirar novas ideias de negócios em meios rurais, conservando e preservando o património cultural e ambiental. Estas ferramentas serão integradas de forma a facilitar o trabalho individual e colaborativo, sendo facilitadas por um apoio através de tutoria. Portanto, espera-se que os aprendentes desenvolvam ideias de negócios sustentáveis, usando as ferramentas Inside-T:

1º passo - Implementar a autoavaliação (geral ou por módulo) medindo o nível de competências empreendedoras dos participantes. A ferramenta de autoavaliação auxilia na autoanálise do potencial empreendedor e no estabelecimento de percursos de aprendizagem, para suprir as lacunas identificadas;

2º passo - Aprimorar conhecimentos e competências, envolvendo-se nos estudos e atividades propostas nos módulos e inspirando-se nas melhores práticas multimédia neles disponíveis;

3º passo - Envolvimento no laboratório criativo, aumentando o desempenho criativo e empreendedor de forma a gerar novas ideias de negócios, verdadeiramente diferenciadas em benefício da área rural e colmatando a lacuna de competências recorrendo aos recursos disponíveis;

4º passo - Mergulhar na rede de recursos colaborativos, recolhendo dados e recebendo apoio de *stakeholders* relevantes (mentores, especialistas, entidades locais, seniores, empresas de turismo, agências de desenvolvimento local, câmaras municipais e juntas de freguesia) bem como participar na troca de experiências e conhecimentos, nomeadamente sobre inovação, preservação do património cultural, desenvolvimento de negócios, turismo rural, *marketing* ou desenvolvimento de áreas rurais pelo turismo;

5º passo - Selecionar na rede de recursos colaborativos um mentor para apoiar o desenvolvimento da ideia de negócio e desenho do plano de negócios, tornando a ideia de negócio mais viável e tomando melhor partido dos recursos locais.

Modos de realização da formação

Tomando em consideração os objetivos do projeto, grupos-alvo diretos e indiretos, e resultados esperados, é necessário que os meios formativos sejam capazes de oferecer o máximo de flexibilidade



possível. As experiências de aprendizagem também devem ser adaptadas às necessidades, preferências e motivações dos aprendentes. Conseqüentemente, o curso deve ser administrado em três formatos principais: aprendizagem presencial, aprendizagem autodirigida e aprendizagem em formato *blended*:

- *Aprendizagem presencial* é o formato tradicional de lecionar cursos e, quando conduzida de forma adequada, pode ter inúmeras vantagens para os aprendentes, principalmente do ponto de vista da comunicação. A aprendizagem presencial pode fazer uso da comunicação não verbal mais do que os outros formatos. Além disso, pode ajudar a aumentar a motivação dos aprendentes e permite, ao mesmo tempo, uma monitorização em tempo real dos resultados da aprendizagem.
- *Aprendizagem autodirigida (autónoma)* é um dos formatos mais utilizados em programas e cursos na educação e formação de adultos. Garrison e colaboradores⁴ propuseram um excelente modelo de compreensão da aprendizagem autodirigida centrado em três fatores básicos: autogestão, automonitorização e motivação. Conseqüentemente, um foco especial deverá ser dado a várias questões, tais como: a) a avaliação do nível de prontidão dos participantes (autogestão, automonitorização, motivação); b) desenvolver metas e caminhos de aprendizagem individualizados; c) a criação de uma rede de apoio para os participantes é particularmente importante quando as pessoas aprendem por si mesmas, sem interação direta com o tutor/formador e portanto os recursos de suporte deverão estar embutidos no sistema de gestão de aprendizagem, garantindo uma experiência robusta de e-acessibilidade adequada para os potenciais participantes com necessidades educacionais especiais; d) envolver os participantes recorrendo a métodos de aprendizagem imersivos, que incentivem o pensamento criativo, e através da resolução de problemas da vida real, pois a necessidade de envolver os aprendentes na participação e colaboração é especialmente importante quando em ambientes virtuais de aprendizagem, onde o risco de evasão é relativamente alto; e e) estimular o uso de estratégias de reflexão crítica e avaliação educativa.
- *Aprendizagem em formato blended* é um formato que combina as vantagens da aprendizagem presencial e da autodirigida. Neste contexto, Garrison e colaboradores⁵ recomendam o uso de comunidades de investigação, onde a experiência educacional é modelada por três fatores: presença social, presença cognitiva, e presença do formador. As comunidades de investigação podem ser facilmente integradas no sistema de gestão de aprendizagem e usadas com sucesso na estruturação das experiências educacionais, com base na teoria sociocultural de Vygotsky.

A aprendizagem em formato *blended* tem claras vantagens sobre os outros formatos, tais como: mais flexibilidade para educadores e aprendentes (o que é particularmente relevante se levarmos em consideração que muitas pessoas que farão o curso têm uma agenda muito ocupada); o ensino também é menos caro e economiza mais tempo para aprendentes e educadores; oferece uma comunicação mais eficaz e eficiente entre educadores, aprendentes e outras partes interessadas; oferece mais opções para a personalização das experiências de aprendizagem, principalmente para os diferentes estilos de aprendizagem dos participantes; cria uma melhor articulação entre os diferentes espaços de

⁴ Garrison, D.R, (1997). Self directed learning: Toward a comprehensive model, *Adult Education Quarterly*, 48 (1) 18-29.

⁵ Vaughan, N. D., Garrison, D. R., & Cleveland-Innes, M. (2013). *Teaching in blended learning environments: Creating and sustaining communities of inquiry*. Edmonton, AB: AU Press

aprendizagem, que podem ser acedidos a partir de uma variedade de dispositivos eletrónicos que disponham de ligação à internet.

Nas páginas seguintes iremos descrever esta abordagem em maior detalhe (na **Erro! A origem da referência não foi encontrada.**), destacando as interações do modelo de aprendizagem *blended*, assim como a duração dos componentes do modelo, com uma duração total estimada de 80 horas.

1. Autoavaliação inicial

Os aprendentes usam a ferramenta de autoavaliação Inside-T para o diagnóstico geral inicial, avaliando o seu próprio trabalho de forma melhorar o desempenho à medida que identificam discrepâncias entre o seu desempenho atual e o desejado (2 horas).

2. Workshop 1: Introdução

Apresentação do curso, e-ferramentas, e conteúdos de aprendizagem dos módulos. Familiarização com o sistema de gestão de aprendizagem da plataforma. Partilha de experiências, motivações e expectativas (4 horas).

3. Aprendizagem a distância: Módulos 1 – 4

Aprendizagem de forma independente e a distância dos 4 primeiros módulos, estudando as unidades de aprendizagem e realizando as atividades de aprendizagem propostas, assim como as questões de autoavaliação por módulo (20 horas).

4. Workshop 2: Brainstorming de ideias de negócio

Brainstorming de ideias de negócio, tendo por base as motivações individuais, reflexões sobre as melhores práticas e sobre os conhecimentos adquiridos / aprofundados. Seleção das melhores ideias para os projetos de turismo empresarial, que deverão englobar aprendizagem intergeracional e preservação cultural e ambiental em meio rural (4 horas).

5. Aprendizagem a distância: Módulos 5 – 6

Aprendizagem de forma independente e a distância dos 2 últimos módulos, estudando as unidades de aprendizagem e realizando as atividades de aprendizagem propostas, assim como as questões de autoavaliação por módulo (10 horas).

6. Desenho de um plano de negócio

Desenvolvimento de uma ideia de negócio, estabelecimento dum Plano de Negócios com metas, etapas, responsabilidades e prazos, apoiado pelo laboratório criativo e ferramentas de rede de recursos colaborativos (fóruns abertos e privados) (35 horas).

7. Autoavaliação final

Recorrendo à ferramenta de autoavaliação Inside-T para uma reflexão final geral e para identificar outras metas e estratégias de aprendizagem (corretivas) que os aprendentes podem aplicar para melhorar o seu desempenho (1 hora).

8. Workshop 3: Apresentação dos planos de negócio

Apresentação por parte dos aprendentes dos seus projetos de negócios individuais e planos associados. Avaliação do curso (4 horas).

9. Follow-up

Avaliação do impacto da implementação dos planos de negócios, 6 meses após o final do curso, com base num inquérito por questionário online.

Resumidamente, a duração total prevista para o Curso é de 80 horas, conforme detalhado na Tabela 1:



Atividade	Duração
1. Autoavaliação inicial (geral)	2h
2. Workshop 1: Introdução	4h
3. Aprendizagem a distância: Módulos 1 - 4 (5h por módulo)	20h
4. Workshop 2: Brainstorming de ideias de negócio	4h
5. Aprendizagem a distância: Módulos 5 - 6 (5h por módulo)	10h
6. Desenho de um plano de negócio	35h
7. Autoavaliação final (geral)	1h
8. Workshop 3: Apresentação dos planos de negócio	4h
Total	80h

Tabela 1 Duração total do Curso Inside-T

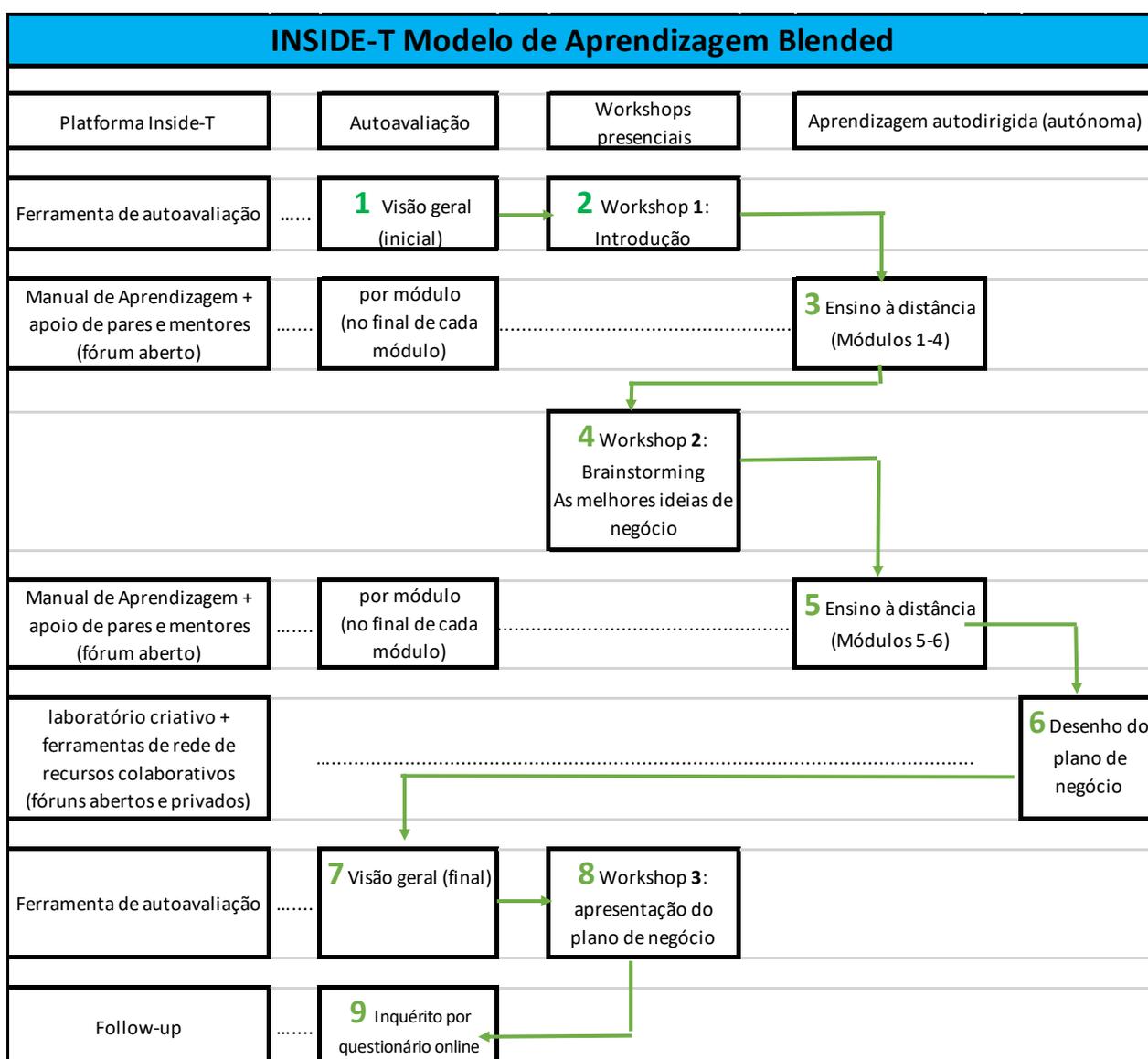


Figura 5 Formato de aprendizagem blended do Inside-T



De salientar que, embora a parceria considere o formato *blended* como o mais eficaz de obter os resultados de aprendizagem desejados, a estrutura recomendada pode ser facilmente adaptada para aprendizagem presencial ou totalmente autodirigida, dependendo do restrições enfrentadas.

Primeiramente, os módulos, bem como o desenvolvimento do plano de negócios podem ser feitos presencialmente, na modalidade presencial, enquanto, em segundo lugar, os *workshops* podem ser realizados virtualmente *online*, utilizando o zoom ou serviço semelhante, sendo que deverá haver diálogo durante as sessões e estas deverão ser gravadas de forma a serem(re) vistas mais tarde.



6. Estrutura do curso

O Curso Inside-T inclui seis módulos, cada um representando um determinado componente de aprendizagem autónoma. Cada módulo terá uma estrutura semelhante, baseada no EQF (*European Qualifications Framework*), que inclui a) uma breve descrição (visão geral do módulo); b) objetivos de aprendizagem; c) estratégia de instrução; d) métodos de avaliação; e) cronograma; f) sugestões de aprendizagem adicionais; g) referências; h) glossário.

O curso é composto por 6 módulos, que serão divididos em unidades.

M1 - Turismo Sustentável: a necessidade de empregabilidade nos territórios de baixa densidade (AO/PT)

U1.1 Os desafios sociais das zonas rurais - agenda da UE - com potencial turístico e de turismo sustentável: introdução

U1.2 Emprego e oportunidades locais com o apoio do empreendedorismo

U1.3 Melhorar a sustentabilidade social nas comunidades locais através de empresas de turismo

M2 - Aprendizagem intergeracional e empreendedorismo (P4/IE)

U2.1 Caminhos do empreendedorismo nas zonas rurais para uma sociedade sustentável

U2.2 Promover o Empreendedorismo Turístico em Áreas Rurais para Mulheres e Jovens Adultos

U2.3 Empreendedorismo entre Mulheres e Jovens Adultos: uma forma de combater o desemprego

M3 – Mecanismos de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais (P5/EE)

U3.1 Partilha e disseminação de conhecimento fornecendo informações para a resolução de problemas

U3.2 Personalização, codificação, e arte de forma a capacitar a narração de histórias

U3.3 *Networking* e rotas de turismo colaborativo

M4 - Partilha e discussão de documentários de boas práticas (P1/PT)

U4.1. Motivações e desafios para/ao criar um negócio em áreas rurais

U4.2. Narrativas autobiográficas e estratégias para o empreendedorismo rural

U4.3 Aprendizagem intergeracional e empreendedorismo em áreas rurais e o papel do apoio comunitário

U4.4. Cultura e preservação do património para a sustentabilidade social do turismo



M5 – Negócios inovadores em territórios de baixa densidade e preservação do património cultural (P1/PT)

U5.1 Cultura e património: as novas oportunidades de negócios turísticos que protegem o património cultural

U5.2 Gerir e promover novos negócios em áreas rurais

U5.3 Inovação em pequenas empresas: ferramentas de informação, comunicação e de redes sociais

M6 – Plano de Negócios: abordagem individual e de tutoria (AO/PT, co-author P3/RO)

U6.1 Visão global das e-ferramentas: laboratório criativo e recursos colaborativos

U6.2 Trabalho individual e facilitação de tutoria

U6.3 Desenvolvimento passo a passo de um plano de negócios



7. Atividades de Ensino e aprendizagem

Módulo 1 – Turismo Sustentável: a necessidade de empregabilidade nos territórios de baixa densidade	
Descrição (visão geral)	U1.1 Os desafios sociais das zonas rurais - agenda da UE - com potencial turístico e de turismo sustentável: introdução; U1.2 Emprego e oportunidades locais com o apoio do empreendedorismo; U1.3 Melhorar a sustentabilidade social nas comunidades locais através de empresas de turismo.
Resultados de Aprendizagem	Como resultado do estudo dos materiais deste módulo, os aprendentes deverão alcançar os seguintes objetivos de aprendizagem: Conhecimento: aprender o que é turismo sustentável; compreender o que significa empregabilidade e as especificidades dos territórios de baixa densidade; reconhecer quais são os regulamentos do turismo sustentável a nível europeu, nacional, regional e local assim como as características e critérios do turismo sustentável; analisar criticamente quais são as formas mais eficientes de integrar padrões de turismo sustentável ao nível da gerência. Capacidades: melhoria da capacidade de identificar os benefícios do turismo sustentável em áreas de baixa densidade; melhoria da capacidade de utilização de métodos e ferramentas específicos para identificar a necessidade de empregabilidade em territórios de baixa densidade. Competências: incentivo às boas práticas de turismo sustentável para o desenvolvimento da empregabilidade nos contextos específicos dos participantes; assumir a responsabilidade de promover o turismo sustentável em territórios de baixa densidade.
Estratégia de Aprendizagem	Aprendizagem autodirigida por meio da leitura e do estudo do conteúdo do curso e dos recursos complementares fornecidos nos materiais. Apoio de pares e tutoria na plataforma (fórum aberto).
Ferramenta de Avaliação	Autoavaliação por módulo
Duração Esperada	Tempo necessário por módulo: 5 horas Conteúdo de aprendizagem (autoestudo): 3 horas Questões de autoavaliação: 15 minutos Atividades de aprendizagem: 1 hora e 45 minutos

Módulo 2 – Aprendizagem intergeracional e empreendedorismo	
Descrição (visão geral)	U2.1 Percursos de aprendizagem intergeracionais para uma sociedade sustentável em áreas rurais; U2.2 Empreendedorismo intergeracional: uma forma de combater o desemprego; U2.3 Estimular o empreendedorismo intergeracional.
Resultados de Aprendizagem	Como resultado da utilização dos materiais deste módulo, os aprendentes deverão alcançar os seguintes objetivos de aprendizagem: Conhecimento: aprender o que é a aprendizagem intergeracional; qual a relação entre aprendizagem intergeracional e sociedade sustentável em territórios de baixa densidade; o que é empreendedorismo intergeracional. Capacidades: melhoria da capacidade de identificar o potencial da aprendizagem intergeracional no empreendedorismo, a fim de incentivar a sustentabilidade em territórios de baixa densidade e combater o desemprego. Competências: desenvolver ideias para projetos conjuntos de empreendedorismo intergeracional, adaptados para projetos de turismo sustentável em áreas de baixa densidade; assumir a responsabilidade de envolver pessoas de todas as gerações na equipa do projeto.
Estratégia de Aprendizagem	Aprendizagem autodirigida por meio da leitura e do estudo do conteúdo do curso e dos recursos complementares fornecidos nos materiais. Apoio de pares e tutoria na plataforma (fórum aberto).
Ferramenta de Avaliação	Autoavaliação por módulo
Duração Esperada	Tempo necessário por módulo: 5 horas Conteúdo de aprendizagem (autoestudo): 3 horas Questões de autoavaliação: 15 minutos Atividades de aprendizagem: 1 hora e 45 minutos



Módulo 3 - Mecanismos de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais	
Descrição (visão geral)	U3.1 Partilha e disseminação de conhecimento fornecendo informações para a resolução de problemas; U3.2 Personalização, codificação, e arte de forma a capacitar a narração de histórias; U3.3 <i>Networking</i> e rotas de turismo colaborativo.
Resultados de Aprendizagem	Como resultado da utilização dos materiais deste módulo, os aprendentes deverão alcançar os seguintes objetivos de aprendizagem: Conhecimento: saber quais são os mecanismos de transferência e partilha de conhecimento no contexto de um negócio de turismo sustentável; quais os principais mecanismos de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais. Capacidades: capacidade melhorada de utilização e implementação de mecanismos eficientes de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais. Competências: adaptar os mecanismos de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais em condições específicas relacionadas com projetos de turismo sustentável em áreas de baixa densidade; assumir a responsabilidade de envolver pessoas de todas as gerações numa equipa de projeto.
Estratégia de Aprendizagem	Aprendizagem autodirigida por meio da leitura e do estudo do conteúdo do curso e dos recursos complementares fornecidos nos materiais. Apoio de pares e tutoria na plataforma (fórum aberto).
Ferramenta de Avaliação	Autoavaliação por módulo
Duração Esperada	Tempo necessário por módulo: 5 horas Conteúdo de aprendizagem (autoestudo): 3 horas Questões de autoavaliação: 15 minutos Atividades de aprendizagem: 1 hora e 45 minutos



Módulo 4 - Partilha e discussão de documentários de boas práticas	
Descrição (visão geral)	<p>U4.1. Motivações e desafios para/ao criar um negócio em áreas rurais;</p> <p>U4.2. Narrativas autobiográficas e estratégias para o empreendedorismo rural;</p> <p>U4.3 Aprendizagem intergeracional e empreendedorismo em áreas rurais e o papel do apoio comunitário;</p> <p>U4.4. Cultura e preservação do património para a sustentabilidade social do turismo.</p>
resultados de Aprendizagem	<p>Como resultado da utilização dos materiais deste modulo e da visualização dos documentários de melhores práticas (BPD), os aprendentes deverão alcançar os seguintes objetivos de aprendizagem:</p> <p>Conhecimento: aprender o que é uma melhor prática e mecanismo de partilha no contexto de um negócio de turismo sustentável; quais são os principais mecanismos de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais.</p> <p>Capacidades: maior capacidade de identificar as melhores práticas e avaliá-las de um ponto de vista crítico; usar e implementar mecanismos eficientes de transferência e partilha de conhecimento inter e intrageracionais.</p> <p>Competências: adaptar os mecanismos de partilha de boas práticas inter e intrageracionais em condições específicas relacionadas com projetos de turismo sustentável em áreas de baixa densidade.</p>
Estratégia de Aprendizagem	<p>Aprendizagem autodirigida por meio da visualização dos BPD e da leitura e estudo do conteúdo do curso e dos recursos complementares fornecidos nos materiais.</p> <p>Apoio de pares e tutoria na plataforma (fórum aberto).</p>
Ferramenta de Avaliação	Autoavaliação por módulo
Duração Esperada	<p>Tempo necessário por módulo: 5 horas</p> <p>Conteúdo de aprendizagem (autoestudo): 3 horas</p> <p>Questões de autoavaliação: 15 minutos</p> <p>Atividades de aprendizagem: 1 hora e 45 minutos</p>



Módulo 5 – Negócios inovadores em territórios de baixa densidade e preservação do património cultural	
Descrição (visão geral)	U5.1 Cultura e património: as novas oportunidades de negócios turísticos que protegem o património cultural; U5.2 Gerir e promover novos negócios em áreas rurais; U5.3 Inovação em pequenas empresas: ferramentas de informação, comunicação e de redes sociais.
Resultados de Aprendizagem	Como resultado da utilização dos materiais deste módulo, os aprendentes deverão alcançar os seguintes objetivos de aprendizagem: Conhecimento: aprender o que é o património cultural e como administrar e promover um negócio em área rural; quais as ferramentas de informação, comunicação e de redes sociais que podem ser usadas. Capacidades: melhoria da capacidade de conceber projetos de negócios (ou planos de negócios) para a promoção do património cultural; capacidade aprimorada de utilização ferramentas de redes sociais para comunicação empresarial e marketing. Competências: criar um plano de negócios para uma ideia de negócio inovadora; assumir a responsabilidade de envolver pessoas de todas as gerações numa equipa de projeto.
Estratégia de Aprendizagem	Aprendizagem autodirigida por meio da leitura e do estudo do conteúdo do curso e dos recursos complementares fornecidos nos materiais. Apoio de pares e tutoria na plataforma (fórum aberto).
Ferramenta de Avaliação	Autoavaliação por módulo
Duração Esperada	Tempo necessário por módulo: 5 horas Conteúdo de aprendizagem (autoestudo): 3 horas Questões de autoavaliação: 15 minutos Atividades de aprendizagem: 1 hora e 45 minutos



Módulo 6 – Plano de Negócios: abordagem individual e de tutoria	
Descrição (visão geral)	U6.1 Visão global das e-ferramentas: laboratório criativo e recursos colaborativos; U6.2 Trabalho individual e facilitação de tutoria; U6.3 Desenvolvimento passo a passo de um plano de negócios.
Resultados de Aprendizagem	<p>Como resultado da utilização dos materiais deste módulo, os aprendentes deverão alcançar os seguintes objetivos de aprendizagem:</p> <p>Conhecimento: identificar as ferramentas da plataforma; reconhecer como as e-ferramentas podem ser usadas; reconhecer a importância das e-ferramentas no apoio do desenvolvimento do caminho individual e de tutoria; seleção das ferramentas e suas respectivas funções de acordo com o contexto de aprendizagem.</p> <p>Capacidades: aplicar e-ferramentas no desenvolvimento de ideias de negócios; aplicar e-ferramentas no desenvolvimento do plano de negócios.</p> <p>Competências: criar um plano de negócios para uma ideia de negócio inovadora; assumir a responsabilidade de envolver mentores e partes interessadas no processo de geração de ideias.</p>
Estratégia de Aprendizagem	Aprendizagem autodirigida por meio da leitura e do estudo do conteúdo do curso e dos recursos complementares fornecidos nos materiais. Apoio de pares e tutoria na plataforma (fórum aberto e privado).
Ferramenta de Avaliação	Avaliação global e por módulo.
Duração Esperada	Tempo necessário: 40 horas Conteúdo de aprendizagem (autoestudo): 3 horas Questões de autoavaliação: 15 minutos Tempo adicional necessário para completar as atividades de aprendizagem e rever os recursos complementares (depende do aprendente): 1 hora e 45 minutos Desenvolvimento do plano de negócios: 35 horas



8. Transferência de conhecimento

Este Currículo é inovador pois baseia-se numa análise aprofundada das realidades do empreendedorismo em zonas rurais e dos desafios enfrentados pelos empreendedores turísticos nessas zonas. A natureza transnacional desta investigação, assim como a descrição dos objetivos formativos em termos de resultados de aprendizagem, farão com que o programa de formação Inside-T (conteúdo, atividades de aprendizagem, curso e melhores práticas de multimédia) possa ser facilmente transferido para e usado em vários sistemas educacionais e contextos formativos.

Bibliografia

1. 2030 Agenda for Sustainable Development and the SDGs <https://ec.europa.eu/environment/sustainable-development/SDGs/#:~:text=The%20Agenda%20is%20a%20commitment,towards%20sustainable%20development%20for%20all.>, accessed on 24.08.2020
2. Aemmi SZ, Karimi Moonaghi H. Intergenerational Learning Program: A Bridge between Generations. *Int J Pediatr* 2017; 5(12): 6713-21. DOI: 10.22038/ijp.2017.28072.2430
3. Agenda for New Skills and Jobs. <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=6329&langId=en>
4. AidLearn, HR Consulting (2018). *Sustain-T Curriculum* (version 1.0 – July 2018) available at http://www.sustain-t.eu/uploads/O1_Curriculum_SustainT_FINAL_EN1.pdf, accessed on 20.03.2020
5. Almeida Ramos, George Manuel and Fernandes, João Luís Jesus (2015): Tourism territories in low density areas: The case of Naturtejo geopark in Portugal. Published in: *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, Vol. 2, No. 1 (10 June 2016): pp. 14-21
6. Ateljevic J., Page S., 2009, *Tourism and Entrepreneurship – International Perspectives*, Elsevier Butterworth-Heinemann
7. Baschiera, Barbara & Santini, Sara & Socci, Marco. (2018). Intergenerational entrepreneurship education: Older entrepreneurs reducing youngsters' social and work disengagement. *Problems of Education in the 21st Century*. 76. 7-20.
8. Benckendorff, Pierre & Tussyadiah, Iis & Scarles, Caroline. (2018). The Role of Digital Technologies in Facilitating Intergenerational Learning in Heritage Tourism. 10.1007/978-3-319-72923-7_35. In book: *Information and Communication Technologies in Tourism 2018*, pp.463-472
9. Blackstock Kirsty, 2005, *A critical look at community based tourism*, *Community Development Journal* Vol 40 No 1, Oxford University Press
10. Brokaj, R. (2014). Local Government'S Role in the Sustainable Tourism Development of a Destination. *European Scientific Journal*, 10(31), 103–117
11. Carvalho L.M.C., Sardinha B.B., (n.d.) *Entrepreneurial Environmental Conditions for Promoting Sustainable Tourism*, http://www.smia.info/files/ehad2kof.f1_fr-1365.pdf (accessed at 10.03.2020)
12. Cedefop (2010) *A bridge to the future European policy for vocational. education and training 2002-10* http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/3058_en.pdf (accessed at 7.02.2020)
13. Ceron, Jean-Paul & Dubois, Ghislain. (2003). *Tourism and Sustainable Development Indicators: The Gap between Theoretical Demands and Practical Achievements*. *Current Issues in Tourism*. 6. 54-75. 10.1080/13683500308667944
14. Costa, M. (2013). Il valore generativo del lavoro nei contesti di open innovation [The generative value of labour in open innovation contexts]. *Formazione & Insegnamento*, IX, 3, 251-258.



15. Council conclusions on the social dimension of education and training 3013th EDUCATION, YOUTH AND CULTURE Council meeting Brussels, 11 May 2010 <http://www.european-agency.org/news/news-files/Council-Conclusions-May-2010-Social-Dimension.pdf> (accessed at 5.03.2020)
16. D. Ramos & C.Costa - An Alternative Tourism Framework for low demographic density areas An Alternative Tourism Framework for low demographic density areas, https://www.academia.edu/29790418/GV9Jm2u7rmsCe65wKzPTw5jtS38n2tVEGiDtbLrcW77HPEwrJM2Ej2yFNYwy_areas (accessed at 10.03.2020)
17. Demonja D., Katica D. & Mišćin L., 2009. Rural Tourism in Croatia I. Croatian International Relations Review, Vol. XV, No. 54/57-2009, pp. 1-32.
18. Demonja, D. & Ružić, P., 2010. Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Samobor: Meridijan.
19. Dhakal D.P., 2005, Sustainable Rural Tourism for Improved Livelihood of Local Communities, Nepal Tourism Board (NTB), Economic Policy Network, Policy Paper 4, http://www.mof.gov.np/economic_policy/pdf/SustainableRuralTourism.pdf (accessed at 10.03.2020)
20. E. ŠIMKOVÁ - Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas, AGRIC. ECON. – CZECH, 53, 2007 (6): 263–270 <https://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/00291.pdf> (accessed at 8.03.2020)
21. Education and Training 2020: strategic framework for European cooperation in education and training (ET 2020) [Official Journal C 119 of 28.5.2009] http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/ef0016_en.htm (accessed at 10.02.2020)
22. Elena SIMA & Floarea BORDÂNC & Claudia SIMA, 2015. "Entrepreneurship Role In Promoting Rural Tourism," Agricultural Economics and Rural Development, Institute of Agricultural Economics, vol. 12(1), pages 71-80.
23. Elena SIMA, 2018. "SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT THROUGH TOURISM ACTIVITIES IN ROMANIA", Agricultural Economics and Rural Development, New Series, Year XV, no. 2, p. 219–224.
24. ENRD Workshop on Generational Renewal: Attracting Young Farmers and Entrepreneurs in Rural Areas Date - https://enrd.ec.europa.eu/newsevents/events/enrd-workshop-generational-renewal_en
25. EU Rural Review 10 'Rural Entrepreneurship' <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/ED5808AC-994A-47AD-928F-0D3088716910.pdf> (accessed at 25.03.2020)
26. European Commission, 2016. The European Tourism Indicator System: ETIS toolkit for sustainable destination management. Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators>, accessed at 3.03.2020
27. Fink, D.L. (2013). *Creating Significant Learning Experiences: An Integrated Approach to Designing College Courses*. San Francisco, CA: Josey-Bass.

28. Finn, Caroline; Scharf, Thomas (2012) - An overview of intergenerational programmes in Ireland, http://www.icsg.ie/sites/www.icsg.ie/files/personfiles/mapping_report_november_2012.pdf(accessed at 7.03.2020)
29. Freshwater, D., et al. (2019), "Business development and the growth of rural SMEs", OECD Regional Development Working Papers, No. 2019/07, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/74256611-en> (accessed at 28.02.2020)
30. Garrison, D.R, (1997). Self directed learning: Toward a comprehensive model, *Adult Education Quarterly*, 48 (1) 18-29
31. Getz D., Carlsen J., 2005, Family Business in Tourism - State of the Art, Elsevier, Annals of Tourism Research, Vol. 32, No. 1, pp. 237–258
32. Hall, C.M. and Jenkins, J.M. (1998): The Policy Dimensions of Rural Tourism and Recreation. In Butler, R.; Hall, C.M. and Jenkins, J. (eds.) *Tourism and Recreation in Rural Areas*. Chichester: John Wiley & Sons, pp. 1942.
33. Hatton-Yeo, Alan & Telfer, Scott - A Guide to Mentoring Across Generations - https://generationsworkingtogether.org/downloads/504decd7a096f-GV9Jm2u7rmsCe65wKzPTw5jtS38n2tVEGions_updated_15_Aug_2011.pdf (accessed at 5.04.2020)
34. Hatton-Yeo, Alan and Watkins, Celeste - Intergenerational Community Development - A practice guide <http://www.emil-network.eu/wp/wp-content/uploads/Publication-Intergenerational-Community-Development-A-practice-guide.pdf> (accessed at 19.02.2020)
35. https://enrd.ec.europa.eu/news-events/events/enrd-leader-thematic-lab-smart-villages_en (accessed at 28.02.2020)
36. https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/enrd_publications/smart-villages_orientations_leader-clld.pdf (accessed at 28.02.2020)
37. https://enrd.ec.europa.eu/smart-and-competitive-rural-areas/smart-villages/smart-villages-portal_en (accessed at 28.02.2020)
38. Ibanescu, Bogdan & Stoleriu, Oana & Munteanu, Alina & Iatu, Corneliu. (2018). The Impact of Tourism on Sustainable Development of Rural Areas: Evidence from Romania. Sustainability. 10. 10.3390/su10103529.
39. Intergenerational Learning in Practice: the TOY Book - <http://www.toyproject.net/publication/latest-publications/intergenerational-learning-practice-toy-book/> (accessed at 10.03.2020)
40. Javier, A. B., & Elazigue, D. B. (2009). Opportunities and Challenges in Tourism Development Roles of Local Government Units in the Philippines. Retrieved 02 25, 2017, from World wide web: <http://www2.gsid.nagoya-u.ac.jp/blog/anda/files/2011/08/5rolesjaviere38080.pdf>
41. Klimczuk, Andrzej - ANALYSIS OF INTERGENERATIONAL POLICY MODELS <http://www.emil-network.eu/wp/wp-content/uploads/EMIL-Publication-Analysis-of-Intergenerational-Policy-models.pdf> (accessed at 10.04.2020)
42. Koh, K. Y., & Haltten, T. S. (2014). The Tourism Entrepreneur: The Overlooked Player in Tourism Development Studies. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 37-41



43. Lordkipanidze M., 2002, Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development. The case of Söderslätt region, Sweden, The International Institute for Industrial Environmental Economics, IIEE, Lund University
44. Loverseed H., 2007. Rural Tourism, Travel and Tourism Analyst. Mintel International Group LTD, pp. 1-44.
45. M. Victoria Sanagustín Fons, José A. Moseñe Fierro, María Gómez y Patiño - Rural tourism: A sustainable alternative, doi:10.1016/j.apenergy.2010.08.031 https://www.academia.edu/6100440/Rural_Tourism._A_Sustainable_Alternative
46. Mainstreaming Intergenerational Solidarity MATES .Project Nº 141744-LLP-1-2008-1-PT-GRUNDTVIG-GAM. www.matesproject.eu
47. Mannion, Greg. (2018). Intergenerational Education and Learning: We Are in a New Place. 10.1007/978-981-287-026-1_5. In book: Families, Intergenerationality, and Peer Group Relations, pp.307-327
48. Margiotta, U. (2013). La formazione iniziale degli insegnanti secondari in Italia. In M. Baldacci (Ed.) [The initial training of Secondary School teachers], La formazione dei docenti in Europa [The Training of teachers in Europe] (pp. 161-206). Milano: Bruno Mondadori.
49. Maria Roxana DOROBANTU, Puiu NISTOREANU (2012) - Rural Tourism and Ecotourism – the Main Priorities in Sustainable Development Orientations of Rural Local Communities in Romania; Economy Transdisciplinarity Cognition, Vol. XV, Issue 1/2012, 259-266 <http://www.ugb.ro/etc/etc2012no1/34fa.pdf>
50. Molina, M. Carmen Gárate - Learning with Seniors: An intergenerational relations programme https://ajuntament.barcelona.cat/sants-montjuic/sites/default/files/informacio/aprendre_gent_gran_en_format_arreglat.pdf (accessed at 10.04.2020)
51. Naghiu, A.; Vázquez, J.L.; Georgiev, I. and Panait, L. (2003): Rural Tourism: A Chance for Rural Development in Romania. Buletinul Universității de Științe Agricole și Medicină Veterinară Cluj-Napoca, vol. 59, pp. 81-86.
52. Naghiu, Alexandru & Burguete, José Luis & Ivanov, Ivan. (2005). Rural development strategies through rural tourism activities in Romania: chance for an internal demand?. International Review on Public and Nonprofit Marketing. 2. 85-95. 10.1007/BF02893253.
53. Nechifor , Catalin Ioan (2014) - Tourism and Sustainable Development. Implications at Local Community Level, Acta Universitatis Danubius. Œconomica, Vol 10, No 5 (2014) <http://journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/article/view/2599/2635#sdfootnote1sym>
54. Nongsiej, Prosperous & Shimray, Somipam R. (2017) presented a paper on “The ROLE of ENTREPRENEURSHIP in TOURISM INDUSTRY: An Overview” in the National Seminar on Entrepreneurial Opportunities for Educated Youth in Global Business, at Pondicherry University, Puducherry on 8th March, 2017.
55. OECD (2017), Entrepreneurship at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en (accessed at 28.02.2020)
56. OECD (2018b), OECD Tourism Trends and Policies 2018, Publishing Paris https://www.oecdilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en (accessed at 30.03.2020)

57. OECD (2019), OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/34907e9c-en> (accessed at 30.03.2020)
58. OECD (2020), OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en> (accessed at 30.03.2020)
59. OECD, 1994. Tourism Strategies and Rural Development. Paris, OECD. Available: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf>, accessed at 1.03.2020
60. OECD/European Union (2019), The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/3ed84801-en> (accessed at 25.04.2020)
61. Passafaro, P., Mura, M., Albanese, A., Bocci, E. (2017) Potentialities and Preferences for Alternative Forms of Sustainable Tourism: The Case of Rural and Intergenerational Tourism. In R. H. Price (ed) Ecotourism and Sustainable Tourism: Management, Opportunities and Challenges. Nova Science Publishers, NY. (pp. 29-84). ISBN 978-153610-799-9
62. Passafaro, P., Mura, M., Albanese, A., Bocci, E. (2017) Potentialities and Preferences for Alternative Forms of Sustainable Tourism: The Case of Rural and Intergenerational Tourism. In R. H. Price (ed) Ecotourism and Sustainable Tourism: Management, Opportunities and Challenges. Nova Science Publishers, NY. (pp. 29-84). ISBN 978-153610-799-9
63. Patel, R. (2012). India's Tourism Industry – Progress and Emerging Issues. A Journal of Economics and Management, 1(5), 1-10
64. Pinto T.A. (2010) Why we need to foster Intergenerational learning? - Communication presented at the Conference "New Trends on Adult Education", held in the European Parliament, Brussels on 16 Nov.2010.
65. Pinto, Teresa Almeida Pinto - Intergenerational Learning <http://www.emil-network.eu/wp/wp-content/uploads/EMIL-Publication-Intergenerational-learning-TAP-Budapest.pdf> (accessed at 15.04.2020)
66. Policy initiatives and farmers' projects - Land mobility examples from various EU MSs - https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/genren_initiatives_eu.pdf (accessed at 25.04.2020)
67. Report on the demographic challenge and solidarity between generations (2010/2027(INI)) <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=//EP//NONSGML+REPORT+A7-2010-0268+0+DOC+PDF+V0//EN> (accessed at 10.04.2020)
68. Results of the inquiry completed by participants at the conference "New Trends on Adult Education", held in the European Parliament, Brussels on 16 November 2010. available at: http://projectpaladin.eu/wp-content/uploads/2010/12/Conference_EP_16_11_2010_Inquiry_Results.pdf (accessed at 7.02.2020)
69. Romeo-Victor Ionescu, Gabriela Marchis (2012) - The Rural Tourism: Great Potential, Low Development. Case Study: The Rural Tourism in Bulgaria and Romania, ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS, Vol 8, no. 4/2012
70. Roseland, M. (1996): Economic Instruments for Sustainable Community Development. Local Environment, vol. 1, nº 2, pp. 197-210.



71. Rusu, Sergiu & Anda, Milin & Florin Lucian, Isac. (2017). Entrepreneurship in Tourism - Reasons, Necessary Resources and Impediments. Ecoforum. 6.
72. S. Rusu, L. M. Csorba, R. Cureteanu, F. L. Isac (2012) - Tourism Entrepreneurship and its Role in the Activity of SMEs in Romania, Journal of Economics and Business Research, ISSN: 2068 - 3537, E – ISSN (online) 2069 – 9476, ISSN – L = 2068 – 3537 Year XVIII, No. 2, 2012, pp. 23-32
73. Saayman M., Slabbert E., 2001, Tourism Entrepreneurs: Opportunities and Threats. A South African Perspective, <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/economia%20del%20turismo/tourism%20entrepreneurships%20in%20South%20Africa.pdf>
74. Sen, A. K. (1999). Development as freedom. New York: Oxford University Press.
75. Serdarušić, Martina - Sustainable Development of Rural Tourism in the Lika Region (Master Thesis) - <https://www.modul.ac.at/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=9385&token=726544da2c417bc5f2fafa473d815257840dc850> (accessed at 3.03.2020)
76. Sima, Elena, 2017. "Sustainable rural development through tourism activities in Dobrogea's rural area," MPRA Paper 85102, University Library of Munich, Germany https://mpra.ub.uni-muenchen.de/85102/1/MPRA_paper_85102.pdf (accessed at 13.03.2020)
77. Smallbone, David (2009) Fostering entrepreneurship in rural areas. In: Potter, Jonathan and Hofer, Andrea R, (eds.) Strengthening entrepreneurship and economic development in East Germany: lessons from local approaches. Paris : Organisation for Economic Co-operation and Development. pp. 161-187.
78. Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D. (2004), "Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 10 No. 6, pp. 404-425. <https://doi.org/10.1108/13552550410564725> (accessed at 23.03.2020)
79. Strengthening entrepreneurship and economic development in East Germany - Lessons from local approaches <https://www.oecd.org/site/cfecpr/42367462.pdf> (accessed at 13.03.2020)
80. SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN RURAL AREAS -NOTES FROM THE FIELD NO.2 (2008) http://www.bdsknowledge.org/dyn/bds/docs/719/Sustainable_Tourism_Development_In_Rural_Areas.pdf
81. Swarbrooke, J., 1999. Sustainable Tourism Management. Wallingford, UK: CABI Publishing
82. Tourism ecology: towards the responsible, sustainable tourism future <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=17554217&volume=3&issue=3&articleid=1931211&show=abstract> accessed at 8.03.2020
83. TOY Handbook for tutors and course developers - <http://www.toyproject.net/publication/latest-publications/toy-handbook-tutors-course-developers/> (accessed at 10.03.2020)
84. UNEP & WTO, 2005. Making Tourism More Sustainable – A guide for Policy Makers. Available at:



- <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPATourismPolicyEN.pdf>,
accessed at 3.03.2020
85. UNWTO, 2016. 2017 International Year of Sustainable Tourism for Development. UNWTO. Available at: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/roadmapinternational-year-2017-en.pdf>, accessed at 3.03.2020
 86. van Zyl C., Mathur-Helm B., 2008, Leading Tourism Ventures, http://www.usb.ac.za/Media/thoughtleadership/leaderslab/Leading_tourism_ventures.pdf (accessed at 1.03.2020)
 87. Vaughan, N. D., Garrison, D. R., & Cleveland-Innes, M. (2013). *Teaching in blended learning environments: Creating and sustaining communities of inquiry*. Edmonton, AB: AU Press
 88. Vygotsky, L.S. (1978). *Mind in society: the development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
 89. Weaver, D., 2006. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Oxford: Elsevier Ltd.
 90. Wortman, M.S. (1990), "Rural entrepreneurship research: an integration into the entrepreneurship field", *Agribusiness*, Vol. 6 No. 4, pp. 329-44.
 91. WTTC, 2019. Travel & Tourism Economic impact 2019, World. London, WTTC <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf>, accessed at 6.03.2020
 92. Zampoukos K., Ioannides D., 2011, The tourism labour conundrum: agenda for new research in the geography of hospitality workers, Intellect Limited, *Hospitality & Society* Vol. 1 No. 1
 93. Zeinab Mohammadi, Mohammad Ali Aghandeh - Impact of tourism on environmental Sustainability of rural areas https://www.academia.edu/40012438/Impact_of_tourism_on_environmental_Sustainability_of_rural_areas (accessed at 1.03.2020)



Anexo 1 – Questionário em Inglês

Inside-T Survey

Inside-T: sharing knowledge between generations for a sustainable tourism in rural areas

Large parts of the European territory are rural areas and there is still about 30% of the continent's population living in these locations. Rural areas, in particular in remote locations, still face diverse economic and demographic challenges.

The INSIDE-T project seeks to promote intergenerational learning and the development of professional skills in young unemployed adults (particularly women), to ensure social sustainability in tourism in territories of low population density (rural areas).

The project comprises interlinked activities resulting in the production of an online resource pack and methodologies adapted to the needs of the target audience. These resources can be used by VET providers, social animators, and tourism organizations, to present a new multilevel and engaged learning process, supported by real testimonies and life stories and narratives of tourism entrepreneurs, who have successful companies in territories with low population density.

The goal of the following survey is to better understand the realities of entrepreneurship in rural areas and the challenges which tourism entrepreneurs in these areas are facing. Its results will be used to produce open education and training materials.

Your responses will be treated confidentially, and no personal information will be disclosed or otherwise used except for research purposes.

Thank you for your consideration and cooperation for taking part in this survey!

When completing the survey, if you are asked to give marks, the scale is from 1 to 5, in which 5 means the most important. The same mark can be repeated if you consider the items to have the same importance.



1. Please indicate the most important personality attributes of an entrepreneur in rural areas:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Resilience | <input type="checkbox"/> Initiative |
| <input type="checkbox"/> Creativity | <input type="checkbox"/> Desire for control |
| <input type="checkbox"/> Innovative thinking | <input type="checkbox"/> Drive & persistence |
| <input type="checkbox"/> Patience | <input type="checkbox"/> Risk tolerance |
| <input type="checkbox"/> Optimism | <input type="checkbox"/> Empathy |
| <input type="checkbox"/> Vision | <input type="checkbox"/> Others, please specify:..... |
| <input type="checkbox"/> Interpersonal relationship | |

2. Please indicate the most important skills for an entrepreneur in rural areas:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Managerial skills | <input type="checkbox"/> Creative thinking |
| <input type="checkbox"/> Communication | <input type="checkbox"/> Goal setting |
| <input type="checkbox"/> Digital skills | <input type="checkbox"/> Planning & organizing |
| <input type="checkbox"/> Decision-making | <input type="checkbox"/> Problem solving |
| <input type="checkbox"/> Leadership | <input type="checkbox"/> Recognizing opportunities |
| <input type="checkbox"/> Negotiation | <input type="checkbox"/> Others, please specify:..... |
| <input type="checkbox"/> Adaptability | |

3. Please indicate the most important challenges and difficulties for young entrepreneurs in rural areas:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Infrastructure (transport and the internet) | <input type="checkbox"/> Dealing with criticism |
| <input type="checkbox"/> Workforce availability | <input type="checkbox"/> Dealing with stress |
| <input type="checkbox"/> Access to funding | <input type="checkbox"/> Finding customers |
| <input type="checkbox"/> Lack of knowledge | <input type="checkbox"/> Lack of relevant networks |
| <input type="checkbox"/> Facing age stereotypes | <input type="checkbox"/> Dealing with uncertainty |
| <input type="checkbox"/> Social rejection | <input type="checkbox"/> Others, please specify:..... |



4. How easy is to find employees for a business in a rural area? Please tick only one answer and explain your choice.

- very easy
- easy
- medium
- hard
- very hard

Please explain your choice:.....

5. Please indicate what are the best marketing methods for a business in a rural area?

- Website
- Social media and multimedia platforms (e.g.: Facebook, Youtube)
- Specialized platforms, such as booking sites
- Advertising through mass-media (newspapers, radio, ...)
- Fliers and presentations at festivals and trade shows
- Roadside banners
- Others, please specify:.....

6. How important are digital competences for an entrepreneur in a rural area? Please tick only one answer and explain your choice.

- Very important
- Important
- Medium importance
- Less important
- Not at all important

Please explain your choice:.....

7. What should be the most important objectives of an online course targeting entrepreneurs in rural areas? Please give a mark from 1 (not important at all) to 5 (very important) to each option below (if you feel that some points are equally important you can award them the same ranking – e.g. (a) and (h) could both be awarded a 4)

- a) better communication between younger and older generations _____
- b) better cooperation between younger and older generations _____



- c) better management skills _____
- d) better marketing skills _____
- e) better advertising skills _____
- f) digital competences, including the capacity to use the relevant technology _____
- g) capacity to access national and European funds _____
- h) capacity to find other partners and stakeholders _____
- i) capacity to cooperate with other partners and stakeholders _____
- j) the development of creativity _____
- k) the development of the ability to identify opportunities _____
- l) the development of self-confidence and self-esteem _____
- m) development of problem-solving skills _____
- n) others, please specify: _____

8. What assessment and evaluation methods should be used in the framework of the online course?

- quizzes
- self-assessment tools
- competitions
- gamification and simulation
- other:

9. What kind of learning methods would be most suitable for a young entrepreneur? Please give a mark from 1 (not important at all) to 5 (very important) to each option below (if you feel that some points are equally important you can award them the same ranking)

- a) learning with a mentor _____
- b) learning on their own, at home, using multimedia tutorials _____
- c) with a partner (peer work) _____
- d) working in teams _____
- e) onsite training sessions _____



- f) the possibility to ask online questions or participate in discussion forums _____
- g) training-action with onsite training sessions _____
- h) a combination of methods and places _____
- i) other: _____

10. Please give examples of social responsibility projects / actions, related to tourism, conducted by entrepreneurs and organizations in your area (e.g. Garbage collection, planting trees, hiring people with disabilities and/or at social risk):

11. Evaluate the following statements by indicating your choice with an 'x' on each line:

	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree
There is a lot of potential for businesses in the rural environment					
The collaboration between generations is relevant for the future of rural tourism					
Education is important for the development of sustainable tourism in rural low-density areas					
European collaboration in the field of sustainable tourism is necessary for entrepreneurs from rural areas					
Using ICTs is relevant in order to build a bridge between younger and older entrepreneurs in rural areas					
Rural areas touristic potential is well harnessed					
There are enough initiatives for improving the situation of entrepreneurs' in rural areas					

12. Do you think that intergenerational collaboration is important for planning and starting a business in the rural environment?

- Yes
- No
- I don't know

13. Do you think intergenerational mentoring could be useful for the development of sustainable tourism in rural environments?



- Yes
- No
- I don't know

14. Which are the best ways for knowledge transfer and sharing between generations?

.....

15. How can intergenerational learning empower people to preserve cultural heritage for subsequent/new generations? Please give a mark from 1 (not important at all) to 5 (very important) to each one.

- a) new generations can use older ones as role models _____
- b) the new and older generations can work together to employ new tools (electronic and internet), in order to preserve their cultural heritage _____
- c) the older generations can contribute with information such as customs and legends, information not covered by other sources, and this can greatly enrich the cultural heritage _____
- d) the older generations can teach the newer ones traditional methods to preserve and repair properties such as houses, gardens and workshops _____
- e) the older generations can teach the newer ones how to prepare, craft or use traditional items such as garments, foods, musical instruments, tools or decorative items, thereby ensuring their sustainability _____
- f) other: _____

16. How important is the issue of long-term tourism sustainability for an entrepreneur from a rural area?

- Very important
- Important
- Neutral
- Less important
- Not at all important

17. Please evaluate if the following concepts are, in your opinion, similar to **sustainable tourism** by indicating your choice with an 'x' on each line:

	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree



Responsible tourism & social responsibility					
Minimum impact tourism					
Environmentally friendly tourism					
Alternative tourism					

18. Please indicate what, in your opinion, are the main attraction points for most tourists?

- Gastronomic heritage
- Relaxation
- The natural beauty and landscape features
- Historical & cultural heritage
- Sports, swimming, biking
- Festivals, local customs or specific celebration days
- Family time
- Others, please specify:.....

19. Please evaluate the following statements by indicating your choice with an 'x' on each line.

Sustainable tourism in low-density rural areas should:

	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree
Make optimal use of environmental resources					
Respect the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to inter-cultural understanding and tolerance.					
Ensure viable, long-term economic operations, providing socio-economic benefits to all stakeholders					



Thank you for your cooperation and feedback!

If you are interested in receiving the results of the Inside-T Project, please provide the following data:

Name:

E-mail:

Country:.....

Company:

Keep in touch!

The Inside-T project team

Website: <https://insidetproject.eu/>

Facebook: <https://www.facebook.com/InsideTProject/>