



CONCOURS CENTRALE•SUPÉLEC

Portugais

MP, PC, PSI, TSI

4 heures

Calculatrice interdite

2022

L'usage de tout système électronique ou informatique est interdit dans cette épreuve.

Rédiger en portugais et en 500 mots une synthèse des documents proposés, qui devra obligatoirement comporter un titre. Indiquer avec précision, à la fin du travail, le nombre de mots utilisés (titre inclus), un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté.

Ce sujet propose les documents suivants :

- un dessin paru sur le site *Museu virtual do cartoon* ;
- un extrait d'un article paru sur le site *gauchazh.clicrbs.com.br*, du 23 avril 2020 ;
- une image extrait d'un film publicitaire visible sur *YouTube* ;
- un article du site *www.noticiasaminuto.com*, du 16 juin 2020.

L'ordre dans lequel se présentent les documents est arbitraire et ne revêt aucune signification.



Ronaldo Cunha Dias (Brasil), S/ TÍTULO
Menção honrosa do Porto Cartoon edição 2017, tema “Turismo”



Especialista analisa impacto da crise sanitária no turismo: “O recomeço será com viagens de até cem quilômetros”

gauchazh.clicrbs.com.br, 23 de abril de 2020

Os milhares de turistas tentando voltar aos seus países de origem desde o início deste 2020 pandêmico, retidos em navios, hotéis e aeroportos, foram a face mais visível de um setor atingido em cheio pelo coronavírus. Responsável por 10,3% do PIB global em 2019 (US\$ 8,9 trilhões) e por 330 milhões de empregos (um em cada 10 empregos no mundo, conforme o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, WTTC), o turismo mundial, ainda em meio à crise, também tenta encontrar formas de sair desta barafunda em que estamos todos metidos.

Quais serão os impactos nas viagens e nos empregos? Como recuperar a confiança e atrair os viajantes? São perguntas que geram debates entre especialistas como Mariana Aldrigui, 44 anos, pesquisadora e professora na área de Turismo na Universidade de São Paulo (USP) desde 2006 e orientadora de projetos ligados ao desenvolvimento do turismo brasileiro. Mariana também preside o Conselho de Turismo da FecomercioSP e coordena as ações da ONG Global Travel & Tourism Partnership no Brasil. A seguir, alguns desses questionamentos são comentados e respondidos por ela.

Como devem ser as viagens pós-pandemia? O que pode mudar?

Participo de uma série de fóruns internacionais, e um deles está focado na retomada das viagens na China, e o que já se percebe por lá é que não houve mudanças. Os chineses já voltaram a viajar de trem e de avião e a se aglomerar nos pontos turísticos da mesma forma que antes. O que, para nós, pesquisadores, era uma coisa que parecia certa, que as pessoas seriam mais cautelosas, acabou não se manifestando neste momento. Como no Brasil a gente está na terceira ou quarta onda do vírus – vieram as informações primeiro da China, depois de Europa e dos EUA –, o que estamos discutindo é o seguinte: primeiro, haverá a retomada do turismo doméstico não organizado, que não precisa de intermediação, como a visita a parentes e amigos, a realização de uma satisfação imediata, como ir ver o mar, ter contato com a natureza... Internacionalmente, o que os especialistas falam é sobre mudanças como uma já produzida pela Emiratos (companhia aérea), por exemplo, que colocou checagem de temperatura e teste rápido para todos os passageiros do aeroporto sede deles. O cuidado com a saúde e atestar a segurança do passageiro será a marca das empresas na retomada. No Brasil, a mesma coisa: não basta colocar o recipiente de álcool gel, vai ser preciso garantir que a pessoa não está em risco. Turismo não é só a vontade de viajar, especialmente no turismo interna-

cional. Tem a ver com a relação entre os países, e isso não vai ser retomado tão facilmente. Mesmo se amanhã nosso presidente liberar todo mundo para trabalhar, tendo dinheiro ou não, não adianta, os brasileiros não vão poder voar para a Europa, por exemplo. Os locais de destino precisam receber esse público. No caso do Brasil, estamos com a imagem corroída e, se formos vistos como um público consumidor que é uma ameaça para o mundo, porque não está testado o suficiente ou ainda pode haver vírus, não adianta ter a operação funcionando e ter dinheiro: não seremos bem-vindos. Uma consequência óbvia e fácil de perceber vai ser a mudança nos procedimentos, mas, num primeiro momento, os turistas não vão deixar de desejar viajar. Pode ser que aceitem pagar mais para garantir determinado acesso à segurança, restrinjam o tempo de viagem ou mudem a forma de visitar alguns lugares. A própria gestão dos locais vai evitar aglomerações.

[...]

De que forma o Brasil pode aproveitar o atual momento?

Não há uma compreensão política, e nem no senso comum, de como o turismo funciona de verdade. Às vezes se põe tudo numa conta só, e talvez agora fique mais clara a separação. Houve uma live do ministro do Turismo em que ele falou que manteria todas as verbas de promoção internacional do país assim que a pandemia fosse administrada. Ele usou o exemplo do México, como se fosse uma variável 1 e 1: o México investe X milhões de dólares e recebe X milhões de turistas, sem considerar que o México está do lado dos EUA e que é um destino barato para os norte-americanos. Ele fala isso descolado da realidade. O Brasil hoje se alinha a países na insanidade de quem chegou a negar a pandemia. Já vínhamos com a imagem corroída, especialmente com a questão ambiental, desde a posse do atual presidente, ocupando manchetes internacionais sempre com notas negativas, e o turista internacional que visita o Brasil é mais esclarecido, não é um turista massificado. Os dados pré-pandemia mostram que só de 5% a 6% do nosso turismo é internacional, o restante é turismo doméstico. A imagem do Brasil está corroída e não tem verba de promoção suficiente para descolar isso do que o governo está fazendo com o país. A sensação que tenho é de que, a menos que a gente consiga chegar a algo comparável com o que se chama de normalidade, o nosso turismo receptivo estrangeiro vai ficar muito comprometido.

Há como medir se isso vai levar a um aumento do turismo nacional?

Por enquanto, são só exercícios, não se chega a um número final. Cidades como Gramado e Canela, por exemplo, vão ter de analisar quanto custa fazer promoções, convidar as pessoas. Quem estiver mais perto, consegue enxergar melhor isso. Se você estiver a uma hora e meia, se chegar ao destino e alguma coisa der errado, não custa voltar para casa, o nível de frustração fica reduzido. No Brasil, as viagens vão recomeçar 100% com turismo de cem quilômetros, até setembro e outubro, e só então o turismo regional aéreo irá voltando aos patamares anteriores. Até lá, eu descarto o internacional. O aéreo no Brasil só começará a ser retomado em junho. Há de se pensar também na situação socioeconômica das pessoas. Hotéis mais caros de Gramado, provavelmente, vão ter de voltar ao patamar das tarifas de 2015. No Brasil, 2014 foi o nosso melhor ano, de receita e ocupação. E 2020 era o ano em que se ia retomar o patamar de 2014. O ano de 2020 ainda não está perdido, porque janeiro e fevereiro foram espetaculares para o turismo nacional, no mínimo 20% melhores do que 2019. Havia uma previsão de crescimento de 8% em 2020 em relação a 2019, pelos dados oficiais.

Onde devem ser gastos os poucos recursos públicos para o turismo pós-crise no Brasil?

Já deveriam estar sendo gastos ou pelo menos direcionados para uma orientação de sobrevivência: maior comunicação sobre as linhas de crédito e sobre adiamento ou suspensão de impostos, todo empenho na manutenção dos empregos. Vi pouquíssimo disso.

O turismo nunca foi uma política de Estado no Brasil e, com a atual estrutura do Ministério do Turismo, que abarca também a Cultura, pode ser ainda mais difícil sair dessa crise?

Tenho consumido notícias avidamente e vejo quase nenhuma ação para produtores culturais, atores, músicos. Minha expectativa era de que ao menos houvesse informações sobre como conseguir acesso aos créditos, como manter as empresas ativas e sobrevivendo ao período de crise, seja por isenção, por financiamento de longo prazo. O turismo não tem protagonismo e a cultura, menos ainda, no atual governo. É preciso que os gestores públicos lembrem-se de que o setor é um grande empregador e é fundamental para a qualidade de vida. Sinto que retrocedemos muitos anos. As estratégias que têm saído do Turismo são arcaicas, de uma visão próxima da dos anos 1970. Não consigo esperar absolutamente nada.



Disponível no site www.youtube.com

Nova campanha #Tu Podes. Visita Portugal.

www.noticiasaminuto.com, 16 de junho de 2020

Turismo de Portugal tem uma nova campanha publicitária com o mote #TuPodes. A campanha é dirigida aos portugueses, incentivando-os a viajar e a conhecer melhor Portugal.

“Mais do que uma campanha, é uma mensagem emotiva dedicada a Portugal e aos portugueses por quem nos visita, se apaixona pelo país e sonha cá voltar. Esta mensagem é materializada num filme, com a duração de 2'40", protagonizado por turistas de várias nacionalidades que desde Londres, Nova Iorque, Paris, Madrid e Rio de Janeiro, interpretam em português e com os seus sotaques, um dos grandes clássicos mundiais, Only You, dos The Platters, que assim é cantado pela primeira vez em português”, refere o Turismo de Portugal, em comunicado.

A campanha arrancou esta terça-feira e representa um investimento de dois milhões de euros e estará em exibição até ao final deste ano, nos meios digitais, televisão, rádio e imprensa nacional e regional.