



## CONCOURS ARTS ET MÉTIERS ParisTech - ESTP - POLYTECH

### Épreuve de Langue Vivante MP - PC - PSI

Durée 3 h

Si, au cours de l'épreuve, un candidat repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, d'une part il le signale au chef de salle, d'autre part il le signale sur sa copie et poursuit sa composition en indiquant les raisons des initiatives qu'il est amené à prendre.

---

**Pour cette épreuve, l'usage des machines (calculatrices, traductrices,...) et de dictionnaires est interdit.**

Les différents sujets sous forme d'un fascicule sont présentés de la manière suivante :

Pages 2 à 4	Allemand
Pages 5 à 7	Anglais
Pages 8 à 10	Arabe
Pages 11 à 13	Espagnol
Pages 14 à 16	Italien
Pages 17 à 19	Portugais

**Vous rédigerez dans la langue choisie et en 400 mots une synthèse des documents proposés. Vous indiquerez avec précision à la fin de votre synthèse le nombre de mots qu'elle comporte. Un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté. Votre synthèse comportera un titre comptabilisé dans le nombre de mots.**

**Le candidat a obligation de traiter le sujet dans la langue qu'il a choisie au moment de son inscription au concours.**

**Il est interdit aux candidats de signer leur composition ou d'y mettre un signe quelconque pouvant indiquer sa provenance.**

**Tournez la page S.V.P.**

## PORTUGAIS

*Vous rédigerez en portugais et en 400 mots une synthèse des documents proposés. Vous indiquerez avec précision à la fin de votre synthèse le nombre de mots qu'elle comporte. Un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté. Votre synthèse comportera un titre comptabilisé dans le nombre de mots.*

### **DOCUMENT 1**

#### **Copa do Mundo e economia desvalorizam a 'marca' Brasil**

A "marca" Brasil" se desvaloriza no exterior e a Copa do Mundo de 2014, no lugar de incrementar o valor da imagem País no mundo, acabou tendo um efeito inverso. Essa é a conclusão do Brand Finance, consultoria especializada em determinar o valor de marcas, que indica que Austrália e Índia superaram o Brasil.

Com base numa avaliação da economia, da imagem, do desempenho de seus atores e impacto no mercado, a consultoria tenta estabelecer qual a força da marca de um país.

No ranking publicado nesta semana, o Brasil caiu da oitava posição em 2013 para a décima, tendo seu valor de marca reduzido. Em um ano, o País perdeu o equivalente a US\$ 75 bilhões em sua marca e hoje valeria US\$ 1,4 trilhão. A redução de 5% foi uma das maiores do mundo.

Um dos aspectos foi o desempenho econômico do País. "O crescimento econômico tem sido fraco sob o governo de Dilma Rousseff e sua reeleição deixa pouca margem para sugerir uma reviravolta imediata no destino do País, apesar de um tom mais conciliador de Dilma", indicou o informe.

Segundo o levantamento, nem mesmo a Copa do Mundo conseguiu reverter essa tendência. "O prometido impulso financeiro do Mundial não se materializou", indicou. "A atividade econômica, no lugar de ser estimulada, se estagnou."

Para completar, a realização da Copa no Brasil acabou reforçando estereótipos do País. "Quando os olhos do mundo estão focados em um país, eles vão ver as falhas à medida que o país projete sua imagem", indicou.

"Os protestos de ruas no Brasil foram uma reação direta aos custos da Copa do Mundo. No lugar de o Brasil ser visto como uma economia bem administrada e com rápido crescimento, pronto para receber o mundo, foram reforçados os velhos estereótipos das nações latino-americanas como sendo ineficientemente geridas e ocasionalmente sem leis", alertou a consultoria.

Para a entidade, Rússia com a Copa de 2018 e o Catar em 2022 correm o risco de sofrer o mesmo impacto do Brasil. "As evidências sugerem que espetáculos esportivos não apenas geram perdas no curto prazo, mas podem ser uma forma ineficiente de construir uma marca de uma nação", indicou. "Quando a Rússia e o Brasil trocarem de papéis nos próximos anos, com a Rússia sediando a Copa de 2018 e o Brasil a Olimpíada de 2016, pouco indica que qualquer mudança ocorrerá."

"Boa administração e campanhas de marca bem geridas e regularmente monitoradas seriam rotas aos sucesso bem mais indicadas", afirmou. Pelo ranking, a economia com a marca mais valorizada é a americana. Os EUA teriam um valor de US\$ 19,3 trilhões, três vezes maior que a segunda colocada, a China. Entre as marcas que mais avançam está a do Catar, que teve um crescimento de 39% em um ano, valendo US\$ 256 bilhões.

Jamil Chade - O Estado de S.Paulo - 11/12/2014

## DOCUMENT 2

### **ONG pede fim de incentivos à Fifa: 'Pobres pagam o preço da Copa'**

#### **Fifa também enfrentou protestos no Brasil pelos 'privilégios' que teve para organizar a Copa no país**

Uma importante ONG suíça está pedindo à Fifa e ao Comitê Olímpico Internacional que mudem a forma como fazem negócios no mundo. A organização beneficente Terre des Hommes (do francês Terra dos Homens) dedica-se a combater a exploração de crianças em países em desenvolvimento. Ela quer, por exemplo, que a Fifa (Federação Internacional do Futebol), entidade que organiza a Copa do Mundo - um evento avaliado em bilhões de dólares - passe a seguir as mesmas regras de responsabilidade corporativa adotadas por outras corporações internacionais. "Lojas de roupas têm responsabilidade sobre as condições de produção de seus fornecedores", disse a diretora da Terre des Hommes, Danuta Sacher, à BBC. "Bem, o mesmo (princípio) deve se aplicar à Fifa e ao seu 'produto comercial' – a Copa do Mundo". "Devem se assegurar de que a Copa do Mundo está sendo produzida por eles de forma idônea e segura para crianças e suas famílias", acrescentou.

**'Custo social e financeiro'** - De acordo com a Terre des Hommes, no entanto, 170 mil pessoas perderam suas moradias durante os preparativos para a Copa do Mundo no Brasil, em consequência de obras para construção ou reforma de estádios ou por causa de obras de infraestrutura, como estradas e aeroportos. Segundo o balanço final do governo brasileiro, foram 35 mil famílias desapropriadas. A ONG diz também que milhares de famílias foram retiradas de suas casas e instaladas, contra sua vontade, em cabanas sem água ou eletricidade. A entidade alerta que retirar famílias de suas comunidades aumenta drasticamente os riscos de que caiam na pobreza.

"Se você observar os efeitos de grandes eventos esportivos, (verá que) eles atingem os mais pobres de maneira desproporcional", disse Sacher. "Países anfitriões pagam um custo social e também um alto custo financeiro, o que, por sua vez, acaba tendo um efeito dominó sobre a quantidade de ajuda social que a nação é capaz de oferecer". Ela disse que o custo total da Copa do Mundo para os cofres públicos brasileiros foi estimado entre R\$ 18,5 e R\$ 28,2 bilhões. Esse valor corresponde, aproximadamente, ao total que o Brasil gastou, em 2013, com o programa Bolsa Família, que atende a 50 milhões de pessoas, disse Sacher.

A diretora da ONG disse considerar injusto que a nação anfitriã tenha de arcar com o custo total da infraestrutura necessária para o evento, enquanto a Fifa, que se beneficia de isenções de impostos nos países anfitriões, arrecada bilhões de dólares com o evento. Outra questão que preocupa a ONG Terre des Hommes é a proibição da venda, pela população local, de comida, bebida e outros produtos nas imediações dos estádios. A Fifa exige que organizadores autorizem a venda apenas de produtos de seus patrocinadores.

Sacher disse que a proibição gera pobreza para dezenas de milhares de famílias, que são impedidas de ganhar seu sustento, ainda que modesto. "Estamos pedindo aos organizadores globais que levem em consideração a situação dos excluídos e pobres quando planejarem seus grandes eventos esportivos, para garantir que tragam benefícios para todos", ela acrescentou.

[...]

Bill Wilson, da BBC News - BBC Brasil - 12/09/2014

## **DOCUMENT 3**

### **Mundial 2014: o trampolim do Brasil para se aproximar do primeiro mundo do turismo**

#### **Receber um grande campeonato de futebol tem coincidido com aumento imediato do número de turistas. [...]**

Organizar um grande evento desportivo é sinónimo de receber mais turistas? Sim, responde John Kester, director de Tendências e Estratégias de Marketing da Organização Mundial de Turismo (OMT), que analisou todas as edições dos Jogos Olímpicos e dos Mundiais de futebol realizados entre 1980 e 2012. Em quase todos os casos, no ano em que organizaram um destes eventos, os países em causa receberam mais turistas e/ou aumentaram as receitas turísticas.

O México (Mundial 1986), os Estados Unidos da América (1994) e a China (Jogos Olímpicos 2008) foram algumas das excepções, segundo os dados revelados pela OMT, já que, nos três casos, não houve subida do número de visitantes, nem tampouco de receitas para os cofres nacionais. [...]

“A regra tem sido que nos países emergentes aumentam quer o número de visitantes, quer as receitas. Nos países mais consolidados, normalmente não aumenta, ou não cresce muito, o número de visitantes, porque perdem turistas habituais e ganham os turistas específicos do evento, mas normalmente aumentam as receitas, porque os operadores cobram preços mais elevados durante esse período”, explicou ao PÚBLICO John Kester, afirmando que, numa análise feita a médio e longo prazo, se verifica um crescimento turístico desses países, seguindo a tendência internacional. [...]

O Brasil é dado como exemplo de um país que pode tirar claros benefícios da organização de um Mundial. É que — apesar de ser o quinto maior país do mundo, em população e área — está longe do topo, quando se trata de comparar números do fluxo turístico. Em 2012, ocupava o 45.º lugar entre as nações com mais turistas internacionais, tendo recebido 5,7 milhões de estrangeiros, bem menos, por exemplo, do que os 7,7 milhões que visitaram Portugal. Nesse sentido, o Mundial de futebol que hoje chega ao fim, no Rio de Janeiro, é visto como um trampolim para o Brasil se aproximar do primeiro mundo do turismo, liderado pela França, que contabilizou 83 milhões de entradas em 2012.

“Fechámos 2013 com seis milhões de turistas, o que é muito pouco. Desejamos que a ‘Copa’ sirva para aumentar esse valor”, disse ao PÚBLICO Vicente Neto, presidente do Instituto Brasileiro de Turismo. Numa entrevista telefónica, o líder da Embratur fez um balanço positivo do impacto que o Campeonato do Mundo está a ter no sector.

“O número de turistas que entraram com ingresso confirmado pela FIFA, cruzado com dados da Polícia Federal sobre turistas nos aeroportos e com a estimativa sobre a travessia nas fronteiras terrestres, ultrapassou já 400 mil visitantes nas duas primeiras semanas”, revelou Vicente Neto, afirmando que se deverá confirmar a previsão de aproximadamente 600 mil turistas internacionais durante o período do Mundial 2014. É um progresso, já que os meses de Junho e Julho representam aquilo a que se chama “época baixa” no Brasil.

“EUA, Argentina, Chile, Colômbia, Uruguai, Peru e, para surpresa nossa, Austrália foram os países que enviaram mais turistas”, acrescentou Vicente Neto, referindo que também se devem confirmar as projecções de um impacto de 6700 milhões de reais (cerca de 2200 milhões de euros) na cadeia de turismo e de 30 mil milhões de reais (9900 milhões de euros) no produto interno bruto brasileiro. Números que já tinham sido contestados pelo economista brasileiro Fernando Ferreira, que em Março disse ao PÚBLICO que o impacto do Mundial “na economia brasileira, como um todo, é quase marginal, atendendo ao tamanho” da economia do país.

John Kester acredita que “as pessoas estão mais abertas para o Brasil do que estavam” antes do Mundial e antevê um crescimento do número de visitantes europeus, porque não precisam de visto de entrada no país. “As taxas de câmbio, importantes para os argentinos e uruguaios, e a questão dos vistos [exigidos para cidadãos dos EUA e Canadá] são outros aspectos com impacto”, acrescenta. [...]

Hugo Daniel Sousa - PUBLICO.PT - 13/07/2014

