

**PROVA ESCRITA DE
DESENVOLVIMENTO DE TEMAS CULTURAIS, SOCIAIS OU ECONÓMICOS**

Via Académica – 1.ª Chamada – 04 de Junho 2022 – 39º Curso

Grelha de correção - 1.ª Chamada – 39º Curso

Grupo I

Veneza vai mesmo começar a cobrar bilhete de entrada. E com reserva obrigatória

“Não queremos deixar ninguém para trás ou impedir as pessoas de virem a Veneza. Queremos que as pessoas façam reservas com antecedência, que nos digam para onde querem ir, o que querem visitar, a fim de fornecermos um serviço de melhor qualidade.” A medida deverá entrar em vigor entre o próximo Verão e 2023.

A partir de uma sala de controlo na sede da polícia em Veneza, o *Big Brother* está de olho em nós. Para combater a sobrelocação turística, os agentes estão a seguir toda a gente que chega à cidade lagunar.

Utilizando 468 câmaras, sensores ópticos e um sistema de localização por telemóvel, podem distinguir residentes de visitantes, italianos de estrangeiros, de onde vêm as pessoas, para onde se dirigem e a que velocidade se deslocam.

A cada 15 minutos, as autoridades obtêm um relatório de como a cidade está cheia — além de quantas góndolas estão a deslizar no Canal Grande, a que velocidade navegam os barcos ou se as águas sobem a níveis perigosos.

Agora, um mês após os navios de cruzeiro terem sido banidos da lagoa, as autoridades da cidade preparam-se para exigir que os turistas pré-reservem a sua visita numa *app* e paguem entre 3 e 10 euros para entrarem, dependendo da época do ano.

Torniquetes similares aos dos aeroportos estão a ser testados para controlar o fluxo de pessoas e, caso os números se tornem esmagadores, impedir a entrada de mais visitantes.

O presidente da Câmara de Veneza, Luigi Brugnaro, diz que o seu objectivo é tornar o turismo mais sustentável nesta cidade visitada por 25 milhões de pessoas por ano. Mas reconhece que as novas regras são susceptíveis de não serem bem aceites por todos.

“Espero protestos, processos judiciais, tudo... Mas tenho o dever de tornar esta cidade habitável para aqueles que nela vivem, e também para aqueles que a querem visitar”, disse a um grupo de jornalistas estrangeiros este domingo.

Jornal PÚBLICO, 6/09/2021

Partindo desta notícia, explique em que medida ela se relaciona com o conceito de “capacidade de carga turística”? Justifique a sua resposta.

Grelha de correção

- A partir da segunda metade do séc. XX, os dados estatísticos revelam que os fluxos turísticos aumentam de forma imparável à escala global, observando-se um forte crescimento nas últimas duas décadas. Portugal é disso um exemplo.
- Há mesmo autores que intitulam o séc. XXI como o da “era do turismo”, dada a multiplicação dos meios de transporte e comunicações, o crescimento do poder de compra nos países em desenvolvimento e o aumento da disponibilidade para viajar. Por sua vez, a atividade turística gera consideráveis receitas para os países receptores, constituindo-se num importante fator de crescimento económico.
- As novas tecnologias de informação e comunicação propiciam, à distância de um *click*, o rápido acesso virtual a imagens de outras paisagens e a discursos sobre esses territórios, ajudando a criar “imaginários turísticos” construídos em torno de cada destino.
- A Europa é um continente fortemente atrativo no que toca os fluxos turísticos internacionais. Cidades e regiões com património histórico e cultural, como Veneza, atraem quer o chamado “turismo de massas”, quer o turista que não viaja em grupo e pretende uma experiência personalizada assente em interesses específicos (culturais, históricos, arquitetónicos, entre outros). Neste caso, está-se perante o chamado “turismo de interesse especial ou de nicho”.
- Se a atração turística exercida por certos países e regiões constitui uma fonte de receita económica não negligenciável, ela pode também revelar-se predatória de recursos e nefasta para o dia-a-dia das populações locais, se ultrapassar certos limites de sustentabilidade. Perante o crescimento exponencial de fluxos turísticos, alguns territórios mais procurados como destino confrontam-se atualmente com o (novo) fenómeno do “overtourism” ou “gentrificação”, suscitando reações adversas aos turistas e ao turismo por parte das populações locais.
- O apelo da Organização Mundial do Turismo (OMT) para uma distribuição mais equilibrada de espaços e recursos aponta para a necessidade de avaliação da chamada “capacidade de carga turística” dos destinos, o que está subjacente ao excerto do Jornal Público.
- “Capacidade de carga turística” define-se como “o maior número de indivíduos que podem visitar um determinado destino turístico, ao mesmo tempo, sem provocar danos físicos, socio culturais e/ou económicos, sem diminuir, até ao ponto de se tornar inaceitável, a qualidade da satisfação dos visitantes em relação à experiência vivenciada.”

- As medidas enunciadas pelo Presidente da Câmara de Veneza que visam “controlar o fluxo de pessoas e, caso os números se tornem esmagadores, impedir a entrada de mais visitantes” representam, justamente, medidas de avaliação dessa capacidade de carga deste destino turístico específico por forma a “tornar esta cidade habitável” e a “tornar o turismo mais sustentável”.

Grupo II

“O telemóvel é usado por 89% dos internautas como dispositivo preferencial de acesso à Internet, “numa lógica de conectividade permanente”. Cerca de 20 a 25% dos inquiridos partilharam conteúdos culturais criados pelos próprios, como vídeos, música ou imagens, leram ou escreverem em blogues e interagiram em temas relacionados com a cultura, o que, na opinião de José Machado Pais, “são indicadores que potencializam o incremento da participação cultural, não apenas numa postura receptiva, mas também numa postura participativa”.

Em contexto pandémico, os inquiridos intensificaram o uso da Internet no domínio cultural, sobretudo os jovens dos 15 aos 24 anos: 40% passaram a ver mais filmes e séries; 21% a ler mais livros, jornais e revistas online; e 16% a ver mais espetáculos de música.”

Revista Gerador, *Como a idade, a escolaridade e os rendimentos influenciam os hábitos culturais dos portugueses?*, 17 de fevereiro de 2022, disponível em:
<https://gerador.eu/como-a-idade-a-escolaridade-e-os-rendimentos-influenciam-os-habitos-culturais-dos-portugueses/>

Analise o impacto da digitalização na transformação das práticas culturais dos portugueses.

Grelha de correção

- A Internet é mais do que um meio, ela é um potenciador de práticas, facilitadas pelo acesso a (e domínio de) hardware e software, que não são distribuídos equitativamente pela população.
- O acesso à internet pelos portugueses faz-se em 2020 sobretudo em mobilidade, mas continua muito abaixo se comparado à média europeia. De igual modo, a clivagem urbano/rural é bastante evidente no contexto português: o uso ‘diário’ da Internet separa em 16 pontos percentuais as cidades e as áreas rurais (Eurostat 2021b), diferença esta bastante mais acentuada que na generalidade dos países europeus.

- Aspetos como o grau de escolaridade, a idade (com os mais velhos a revelarem maior dificuldade na utilização deste meio, estando esta dificuldade associada à inatividade e baixas qualificações), os rendimentos e até mesmo o género condicionam a utilização da internet.
- Assim, tal como as práticas culturais dos portugueses *in loco* são potenciadas pela proximidade geográfica ou pelo poder económico, de igual modo as práticas culturais digitalizadas são afetadas pelo domínio de literacia digital (potenciada pelas qualificações académicas) e pelo poder de compra, que muitas vezes condiciona as modalidades de acesso online.
- A título de exemplo, o inquérito “Práticas Culturais dos Portugueses” apurou que 38% dos inquiridos são «utilizadores unimediáticos», que só utilizam habitualmente um equipamento; entre estes utilizadores existem 78% que usam habitualmente o smartphone como único meio para aceder à Internet, demonstrando claramente o predomínio da utilização móvel. Contudo, se o smartphone é o único meio de acesso para práticas culturais online, como visionamento de series ou de espetáculos, então a sua fruição ficará bastante limitada.
- O conjunto de práticas culturais online mais habituais corresponde à leitura e procura de conteúdos noticiosos e encyclopédicos, sendo esta prática mais frequente entre os jovens do sexo masculino entre os 16-24 anos.
- Quanto à utilização mais ativa dos recursos digitais, que implica a produção e partilha de conteúdos (vídeos, música, imagens, outros), do total dos 1419 inquiridos que utilizam Internet, 70% aponta que nunca o fizeram. (“Práticas Culturais dos Portugueses”, 2022, p. 39).
- A pandemia veio potenciar o consumo online de conteúdos culturais, com 24% dos internautas portugueses a referir ter passado a usar mais a Internet para ver filmes e séries, 12% a utilizar mais a rede para ler livros, jornais e revistas online e 11% a declarar que recorreram mais à Internet para ver espetáculos de música.
- Ainda assim, continua evidente que a potencial democratização da cultura que poderia advir da sua digitalização está longe de ser cumprida. 29% da população inquirida no estudo sobre práticas culturais não usa a internet, e por isso, este grupo infoexcluído regista uma ausência de atividades culturais mediadas pela Internet.