

# EXAME NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO

12.º Ano de Escolaridade (Decreto-Lei n.º 286/89, de 29 de Agosto)  
Curso Tecnológico de Comunicação

Duração da prova: 120 minutos  
2000

2.ª FASE

## PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

---

- Leia atentamente o enunciado e consulte as citações antes de começar a responder.
- Identifique claramente todas as respostas.

Na elaboração das respostas deve ter em atenção:

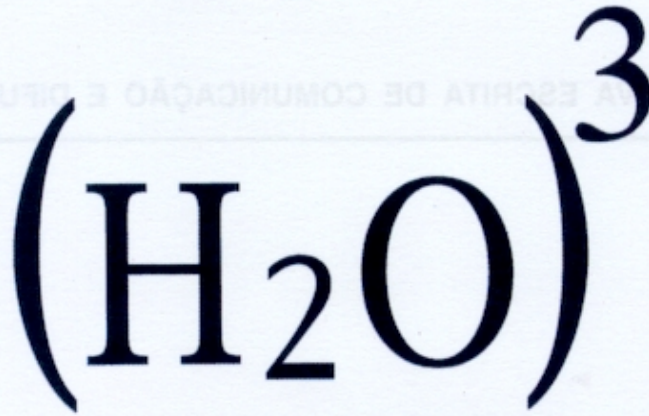
- a análise e a interpretação dos documentos introdutórios das questões;
- a articulação e a coerência das ideias e a sua adequação às questões;
- a correcção científica e linguística.

V.S.F.F.

105/1

---

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.



*A água é um elemento fundamental à vida.  
Purifica a alma, enriquece o corpo.  
Agora imagine tudo isto ao cubo.*



### 1.ª Questão

Mencione as características e as funções da forma de comunicação apresentada no documento.

### 2.ª Questão

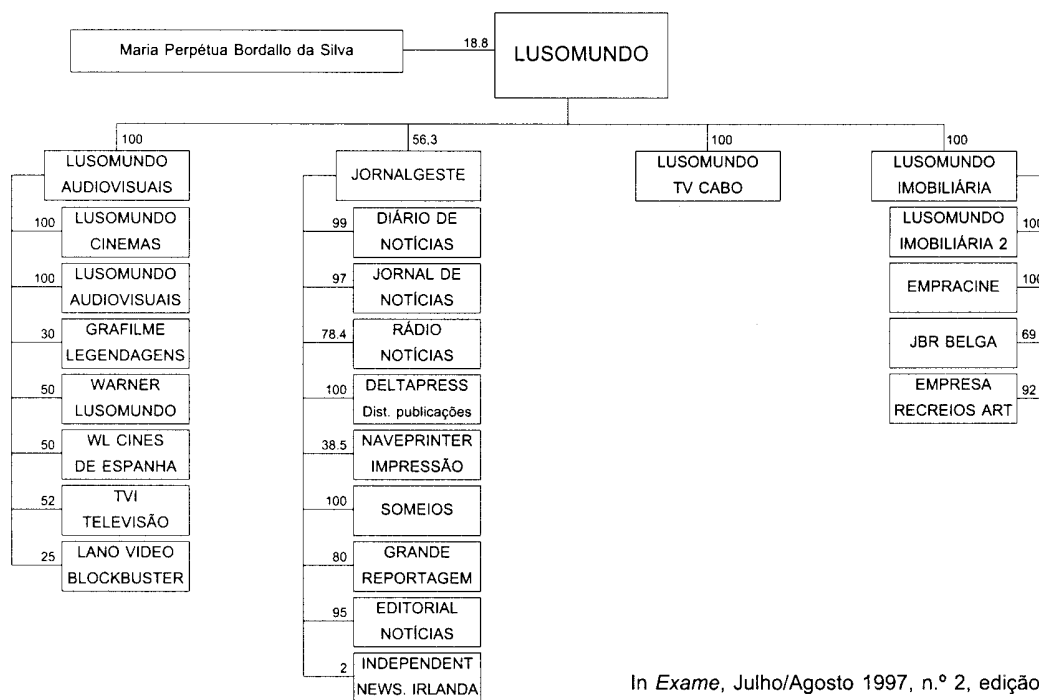
Crie um *slogan* adequado ao conteúdo do documento.

## GRUPO II

Das duas questões apresentadas, **responda apenas a uma**.  
Identifique claramente a sua opção.

### 1.ª Questão

Esquema da Lusomundo/Luís Silva



In Exame, Julho/Agosto 1997, n.º 2, edição especial

Integre as informações contidas no organograma apresentado no âmbito da evolução dos grupos empresariais ligados à comunicação.

V.S.F.F.

105/3

## 2.ª Questão

«(...) O jornal é um bem que se vende e compra como muitos outros, mas é simultaneamente um serviço de interesse público. Como produto, o jornal define-se duplamente pelo seu conteúdo informativo e por ser uma criação industrial onde papel e tinta são as matérias-primas básicas.

Enquanto produto, o jornal deve ter em conta as leis do mercado da oferta e da procura, e tem origem numa empresa jornalística que, como qualquer empresa, é gerida com vista a obter lucro (ainda que outros interesses possam estar subjacentes à existência de um jornal, podendo a noção de lucro alargar-se a outras esferas que não apenas a económica). (...)»

António Santos, «Visita ao Jornal Público», *Comunicação Social*, 1991

Partindo do texto, evidencie as características fundamentais de uma empresa jornalística.

### GRUPO III

**É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.**

#### 1.ª Questão

«Para se adaptar permanentemente ao ambiente, gerir a complexidade do seu funcionamento interno mas também favorecer o envolvimento dos assalariados, a empresa deve pôr em funcionamento uma política de comunicação mais global e mais coerente com a sua gestão.»

Philippe Béon, *Como Desenvolver a Comunicação na Empresa*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1993

Refira, tendo em conta o texto, o papel da comunicação interna no quadro de funcionamento de uma empresa.

#### 2.ª Questão

«Consideram-se publicações externas as que se destinam a alvos exógenos às empresas.»

João Moreira dos Santos, *Imprensa Empresarial*, Editorial ASA, Porto, 1995

Indique sucintamente os objectivos das publicações externas das empresas.

## GRUPO IV

### Questão de resposta obrigatória.

#### 1.ª Questão

«A produção de informação está longe de se reduzir à simplicidade de um esquema linear: acontecimento – jornalista – notícia. Nas diversas fases da sua actividade (recolha, selecção, elaboração e edição da informação), a acção mediadora do jornalista exerce-se no contexto de diversos factores constitutivos de uma rede complexa de condicionalismos e constrangimentos que, no termo do processo, fazem com que as notícias tenham um determinado conteúdo, uma determinada forma e assumam, globalmente, um determinado ou determinados modelos.»

Fernando Correia, *Os Jornalistas e as Notícias*, Editorial Caminho, Lisboa, 1997

Explicita, partindo do texto, os condicionalismos a que o jornalista está sujeito no exercício da sua actividade.

## GRUPO V

Das duas questões apresentadas, **responda apenas a uma**.  
Identifique claramente a sua opção.

#### 1.ª Questão

«A capacidade de os *media* prolongarem no tempo e no espaço as formas simbólicas proporciona o estabelecimento de relações sociais sem necessidade de os indivíduos se encontrarem presentes uns perante os outros. Ao contrário das formas de interacção convencionais, a interacção desencadeada pelos *media* não exige a partilha de um mesmo contexto espaço-temporal pelos seus participantes, tomando assim a forma de uma "quase-interacção".»

J. Pissarra Esteves, *A Ética da Comunicação e os Media Modernos*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1998

Analise a opinião expressa no texto quanto aos efeitos dos *media* sobre os comportamentos sociais dos indivíduos.

V.S.F.F.

105/5

## 2.ª Questão

«A liberdade de comunicação não pode servir unicamente para favorecer as indústrias da comunicação, porque, além destas indústrias, existem cidadãos, valores e situações que ultrapassam o âmbito de uma indústria. A comunicação não visa apenas vender técnicas e mensagens, mas também unir cidadãos e comunidades, reflectindo sobre as condições para que, do lado dos receptores, exista uma possibilidade de interlocução.»

Dominique Walton, «As Contradições do Espaço Público Mediatizado»,  
*Comunicação e Política*, Edições Cosmos, Lisboa, 1995

Comente criticamente o texto, tendo em conta o papel dos meios de comunicação social no desenvolvimento sociocultural.

**FIM**

## COTAÇÕES

### GRUPO I

Resposta obrigatória às DUAS questões

1. ....	30 pontos
2. ....	15 pontos
<hr/>	
Subtotal .....	45 pontos

### GRUPO II

Resposta obrigatória a UMA questão

1. ....	40 pontos
2. ....	40 pontos
<hr/>	
Subtotal .....	40 pontos

### GRUPO III

Resposta obrigatória às DUAS questões

1. ....	30 pontos
2. ....	15 pontos
<hr/>	
Subtotal .....	45 pontos

### GRUPO IV

Questão de resposta obrigatória

1. ....	35 pontos
---------	-----------

### GRUPO V

Resposta obrigatória a UMA questão

1. ....	35 pontos
2. ....	35 pontos
<hr/>	
Subtotal .....	35 pontos

<hr/>	
<b>TOTAL .....</b>	<b>200 pontos</b>