

## 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

1.ª FASE  
1.ª CHAMADA

### PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

---

- Leia atentamente o enunciado e consulte as cotações 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

---

GRUPO I

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.



1.ª Questão

Enumere as características e as funções da forma de comunicação expressa no documento.

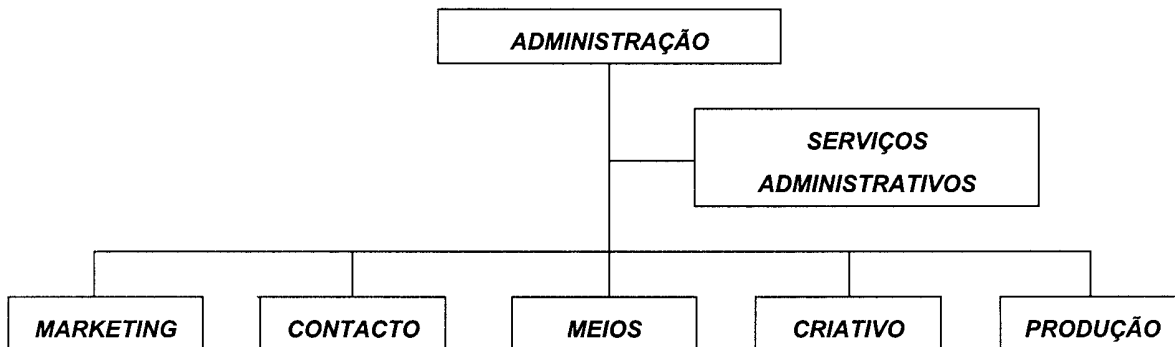
2.ª Questão

Crie um *slogan* adequado ao conteúdo da mensagem.

## GRUPO II

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

### 1.ª Questão



J. Martins Lampreia, *A Publicidade Moderna*, Ed. Presença, Lisboa, 1995

A partir da análise do organograma, evidencie as características organizativas fundamentais deste tipo de empresa de comunicação.

### 2.ª Questão

«Ao analisar a situação europeia é possível constatar que a um período de fechamento e centralismo seguiu-se, a partir dos anos 80, uma política de abertura e concorrência no audiovisual que não foi indiferente às alterações tecnológicas e económicas.»

Pedro J. Braumann, «Economia do Audiovisual: o Público e o Privado»,  
*in Comunicação e Política*, Ed. Asa, Lisboa, 1995

Explique os factores que determinaram a reorientação do papel do Estado no domínio do audiovisual, a partir dos anos 80.

V.S.F.F.

105/3

### GRUPO III

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

#### 1.ª Questão

«Cada vez mais a comunicação empresarial é global. A multiplicidade de públicos, de mensagens e de objectivos enforma a necessidade que as empresas sentem de diversificar os suportes e meios de comunicação.»

João Moreira dos Santos, *Da Informação à Comunicação*, Ed. Asa, Porto, 1995

Explicite, tendo em conta o texto, a importância da comunicação no quadro da gestão de uma empresa.

#### 2.ª Questão

«O boletim informativo é um dos métodos mais preciosos da comunicação [na empresa].»

M. Bland e P. Jackson, *A Comunicação na Empresa*, Ed. Presença, Lisboa, 1992

Justifique de forma sucinta a afirmação, atendendo às funções do boletim informativo no interior de uma empresa.

### GRUPO IV

**Questão de resposta obrigatória.**

«A qualidade do jornalista avalia-se pela capacidade de se mover num universo em constante mudança e renovação, de perceber no fluxo irregular de acontecimentos aqueles que são portadores de significado, de mudança e de ruptura, tantas vezes escondidos em lugares subterrâneos e inesperados. Em vez de uma produção mecanizada e subordinada a receituários preestabelecidos, o jornalismo apela a um pensamento capaz de mudar ao reflectir sobre as coisas que passam, mas que não se limite a um 'pronto-a-pensar' ou a uma dogmática disfarçada nas entrelinhas da suposta objectividade.»

Mário Mesquita, *in Diário de Notícias*, 29/11/96

A partir da análise do texto, refira as características essenciais que devem definir o jornalista.

## GRUPO V

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

### 1.ª Questão

«A maior parte das vezes, a imprensa não tem êxito dizendo às pessoas o que hão-de pensar; mas tem sempre êxito dizendo aos seus leitores aquilo sobre que hão-de pensar.»

Bernard Cohen, in João Moreira dos Santos, *Da Informação à Comunicação*, Ed. Asa, Porto, 1995

Analise criticamente a opinião de Bernard Cohen quanto à natureza da influência da imprensa sobre o público.

### 2.ª Questão

«Atendendo às audiências praticamente ilimitadas que alcançam, os *media* são responsáveis hoje em dia pela disseminação generalizada de tensões éticas: as redes mediáticas promovem tanto a participação e a intervenção cívica como a gestão e o controlo, polarizando assim inúmeros conflitos morais que opõem agentes sociais uns contra outros. Como a comunicação mediática não existe de forma isolada, mas está inter-relacionada com os outros processos simbólicos da vida quotidiana, os seus efeitos vêm-se disseminados no tecido social e nos diferentes contextos da vida colectiva.»

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

Comente criticamente a opinião do autor quanto aos efeitos da comunicação mediática na sociedade contemporânea.

**FIM**

**V.S.F.F.**

105/5

---