

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
2003

1.ª FASE
1.ª CHAMADA

PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

- A prova é composta por 5 grupos, num total de 9 questões, sendo obrigatória a resposta a 7 dessas questões.
Nos grupos I, III e IV é obrigatória a resposta a todas as questões apresentadas.
Nos grupos II e V é obrigatória a resposta apenas a uma das duas questões apresentadas em cada grupo.
- Em caso de resposta às duas questões dos grupos II e V, considerar-se-á, para efeitos de cotação, apenas a primeira questão respondida.
A uma pergunta não respondida ou anulada é atribuída a cotação de 0 (zero) pontos.

GRUPO I

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

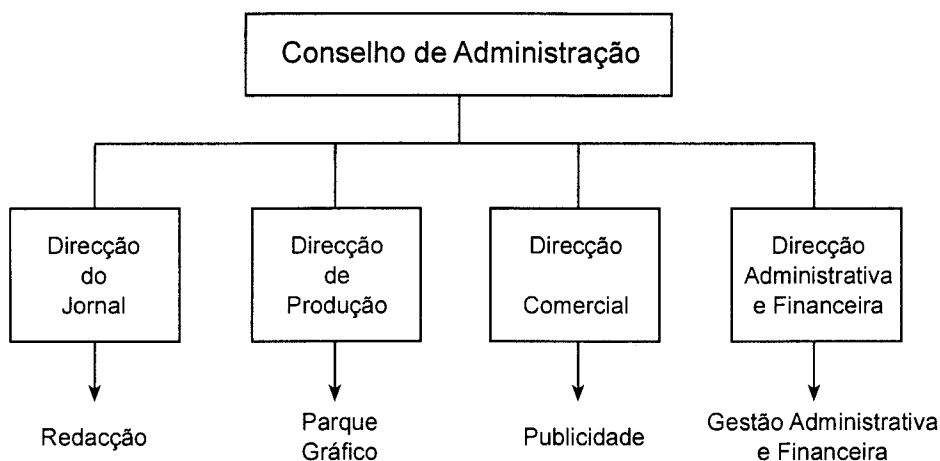
«Sejam testemunhas de paz.» Eis o desafio que o papa João Paulo II lança aos jovens na sua mensagem para as próximas jornadas mundiais da juventude.

Excerto de um noticiário da Rádio Renascença, 11 de Março de 2003

1. Refira as características e as funções da forma de comunicação patente no documento.
2. Crie um título adequado ao conteúdo do documento.

GRUPO II

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



Organograma de uma empresa jornalística moderna

1. A partir da análise do esquema, refira as características fundamentais das empresas jornalísticas modernas.

«A questão do serviço público de radiodifusão (som e TV) é uma questão de cidadania e de educação, como já várias vezes tem sido referido.

A existência de um tal serviço, personalizado e responsabilizado socialmente, é fundamental para a defesa da nossa identidade nacional e como alternativa ao sistema comercial de carácter consumista, massificante, alienante e desnacionalizante.»

Manuel José Lopes da Silva, *Diário de Notícias*, 17.05.02

2. Evidencie, face às considerações formuladas no texto, a importância de um serviço público de rádio e televisão.

V.S.F.F.

105/3

GRUPO III

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

«Comunicar com o mercado deve ser, assim, considerada uma arte possível de ser gerida e não para ser desgarradamente utilizada para pontualmente cumprir uma “pseudomoda”. Comunicar sim, mas não para se justificar uma qualquer acção promocional. Comunicar sim, com a lógica que o produto, a empresa e o mercado exigem. Comunicar para se ser “ouvido” e também para “ouvir”.»

Semanário, 03.02.90

1. Partindo do texto, explique a importância da comunicação externa no quadro da gestão de uma empresa.

«Trata-se, em primeiro lugar, para a maioria das empresas, de favorecer a circulação da informação ascendente, descendente e lateral.»

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

2. Indique sucintamente a importância no funcionamento da empresa dos tipos de comunicação referidos no texto.

GRUPO IV

Questão de resposta obrigatória.

«Assegurar-se de que os títulos, destaques e promoções do material noticioso através de fragmentos atractivos de fotos, gráficos, sons, vídeos ou citações não venham a gerar uma informação inexacta. Esses elementos não podem simplificar excessivamente ou sublinhar eventos fora do contexto.»

Código de Ética aprovado pela Society of Professional Journalists, em 21.09.96

1. Refira, tendo em conta os condicionalismos da profissão, a necessidade de existência de princípios que orientem a actividade dos jornalistas.

GRUPO V

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

«(...) os *media*, contrariamente ao que se esperou durante muito tempo e ao que muito frequentemente se julga, não alteraram profundamente as atitudes e os comportamentos. Não exercem, pois, uma influência decisiva sobre os indivíduos...»

Louis Porcher, *A Caminho da Ditadura dos Media?*, Editorial Inquérito, Lisboa, s/d

1. Analise a opinião expressa no texto quanto à influência dos *media* sobre os comportamentos dos indivíduos.

«Nas sociedades mais desenvolvidas o campo dos *media* cumpre sempre a função primordial da mediação simbólica das relações sociais, o que lhe confere um lugar central na gestão dos conflitos. Aí confluem, nos nossos dias, os mais importantes conflitos de legitimidade do tecido social: a expressão simbólica das diferentes posições em competição, a sua divulgação pública e a própria elaboração racional e argumentativa ocorrem no (ou através do) campo dos *media*, nas suas diferentes instâncias especializadas de mediação.»

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

2. Comente a posição defendida pelo autor relativamente ao papel de mediação dos *media* na sociedade actual.

FIM

V.S.F.F.

105/5

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/>	
TOTAL	200 pontos