

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

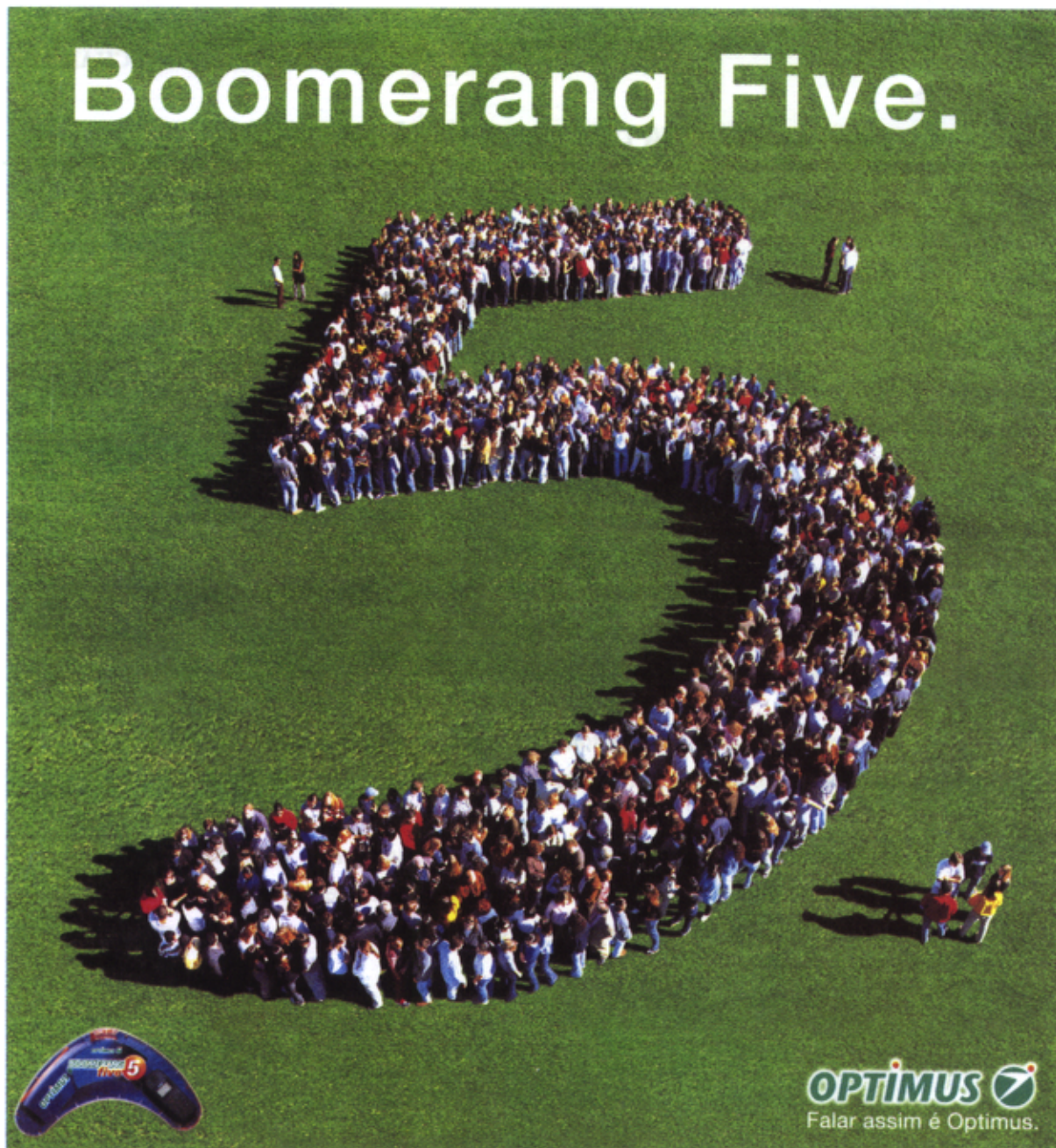
1.ª FASE
2.ª CHAMADA

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.

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

Boomerang Five.



1. Mencione as características e as funções da forma de comunicação expressa no documento.
2. Crie um *slogan* adequado ao documento apresentado.

GRUPO II

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

Organização interna de uma empresa de comunicação

Departamento de Contacto	Departamento Criativo	Departamento de Meios	Departamento de Produção e Controlo	Departamento de Operações Especiais
Responsável pelo contacto, gestão de clientes e angariação de clientes novos.	Responsável pela concepção das mensagens e dos seus suportes.	Responsável pela optimização da utilização dos meios de comunicação.	Responsável pela realização atempada das diferentes peças de campanha e pelo controlo da sua execução.	Responsável pela concepção e execução de campanhas baseadas noutros componentes do <i>mix</i> de comunicação, ou em meios de comunicação especializados.

Fonte: A. Pires, *Marketing – Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão*, Lisboa, 1991

1. Interprete o esquema apresentado, evidenciando as características essenciais da empresa de comunicação que este representa.

«Na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem altamente perecível que são as *notícias*, a concorrência em torno da clientela tende a assumir a forma de uma concorrência pela prioridade, quer dizer, pelas notícias mais novas (o *scoop*) – e isto tanto mais, evidentemente, quanto mais próximo se está do pólo comercial.»

Pierre Bourdieu, *Sobre a Televisão*, Celta Editora, Oeiras, 1997

2. Explícite, partindo do texto, os factores que condicionam a produção de informação por parte dos *media*.

V.S.F.F.

105/3

GRUPO III

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

«Qualquer empresa ou organização, pela função social que desempenha, deve assumir uma postura permanente de adaptação à realidade do seu meio envolvente. Daí que seja importante manter uma relação de comunicação efectiva com os seus públicos, identificando as suas necessidades de comunicação e veiculando informações relevantes para que aqueles formulem a seu respeito opiniões positivas.»

J. Lendrevie, D. Lindon, P. Dionísio e V. Rodrigues, *Mercator, Teoria e Prática de Marketing*, Lisboa, 1995

1. Partindo do texto, refira as funções da comunicação externa no funcionamento de uma empresa.

«A maioria da comunicação viaja da direcção para os empregados [...], mas devemos tentar o mais possível que funcione nos dois sentidos.»

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

2. Justifique a opinião defendida no texto, referindo a importância da comunicação ascendente no funcionamento de uma empresa.

GRUPO IV

Questão de resposta obrigatória.

«A profissão de jornalista encerra, como qualquer outra que exija um considerável grau de especialização, aspectos aliciantes e outros que podem suscitar interrogações e reservas. Tratando-se de uma profissão que impõe a quem a escolhe permanente disponibilidade e entrega, é natural que provoque desgaste, tensão, que consuma energias físicas e psicológicas mais rapidamente que muitas outras. Mas a compensação reside no acto de descoberta e comunicação que representa detectar o facto noticioso, dar-lhe forma jornalística e transmiti-lo, legível e transparente, ao maior número possível de pessoas.»

J. J. Letria e J. Goulão, *Noções de Jornalismo*, Lisboa, 1982

1. Tendo em conta o texto, explicita a função social do jornalista.

GRUPO V

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

«[...] a televisão não é o instrumento que diz as regras a respeitar pelos telespectadores. Estes não renunciam à sua liberdade de escolha, nem à afirmação das suas escolhas éticas, só porque passam algumas horas diárias perante a televisão.»

Alfredo Margarido, jornal *Público*, 14.12.94

1. Analise a opinião do autor quanto à capacidade de reacção dos indivíduos face ao poder da televisão.

«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.»

D. Wolton, «As Contradições do Espaço Público Mediatizado», in *Comunicação e Política*, Lisboa, 1995

2. Comente criticamente a opinião expressa no texto sobre o papel da comunicação nas sociedades contemporâneas.

FIM

V.S.F.F.

105/5

COTAÇÕES

GRUPO I

Resposta obrigatória às DUAS questões

1. 30 pontos
2. 15 pontos

Subtotal 45 pontos

GRUPO II

Resposta obrigatória a UMA questão

1. 40 pontos
2. 40 pontos

Subtotal 40 pontos

GRUPO III

Resposta obrigatória às DUAS questões

1. 30 pontos
2. 15 pontos

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

Subtotal 35 pontos

TOTAL 200 pontos