

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
2001

2.ª FASE

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 de cada um desses grupos, considerar-se-á, para efeitos de cotação, a primeira questão respondida.
A uma pergunta não respondida ou anulada é atribuída a cotação de 0 (zero) pontos.
- A prova deve ser redigida a tinta azul ou preta, não sendo permitida a utilização de lápis nem de tinta correctora.

V.S.F.F.

105/1

GRUPO I

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

COMUNICADO AO MERCADO

«Em relação à notícia difundida hoje pela Reuters, a Administração da Jerónimo Martins confirma que terá lugar na próxima semana uma reunião com a Ahold para concluir o processo de revisão de parceria encetada no início do ano.

Este processo visa, se bem sucedido, o alargamento da referida parceria aos mercados checo, polaco, espanhol e do Brasil (excluindo o Nordeste Brasileiro).

Caso não seja possível concluir a negociação e as partes não acordem o prolongamento do prazo previsto para isso, serão considerados cenários alternativos que poderão, ou não, incluir a reacquirição da participação da Ahold em JMR.»

Lisboa, 5 de Abril de 2000

O Conselho de Administração
Assinaturas ilegíveis

1. Mencione as características e as funções da forma de comunicação patente no documento.
2. Crie um outro título que se adegue ao conteúdo do documento.

GRUPO II

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

«O exemplo americano serviu, de certa forma, para inspirar a desregulamentação europeia dos anos 80, que se caracterizou por uma reorientação do papel do Estado no audiovisual, rompendo o monopólio público e privatizando, de tal forma que, em muitos países, o sector privado passou a ser predominante.»

Pedro Braumann, «Economia do Audiovisual: o Público e o Privado», in *Comunicação e Política*, n.º 21-22, Edições Cosmos, Lisboa, 1995

1. Relacione a evolução verificada ao nível do sector do audiovisual com a política estatal seguida, nos anos 80, em Portugal.

«A redacção constitui o centro da actividade específica da empresa mediática, reunindo no seu seio um grupo de profissionais organizados com um objectivo comum: a produção de notícias, qualquer que seja o suporte utilizado – jornal impresso, radiofónico, televisionado... O seu trabalho não se concretiza de uma forma autónoma, à margem das outras tarefas desenvolvidas na empresa. As opções e decisões do foro jornalístico estão relacionadas – numa relação que muitas vezes é de dependência – com opções e decisões que têm a ver, nomeadamente, com as políticas de comercialização, de publicidade ou financeiras.»

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

2. Descreva os factores que condicionam a produção de informação pelas empresas mediáticas.

GRUPO III

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

«A actividade de relações públicas exige profissionais (muitas vezes ex-jornalistas) bem relacionados com os órgãos de comunicação social e identificados com os objectivos de comunicação da empresa. A escolha dos meios de comunicação e a oportunidade da acção de relações públicas são determinantes para o seu sucesso.»

Anibal Pires, *Marketing, Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão*, Editorial Verbo, Lisboa, 1993

1. Explícite, com base no texto, o papel das relações públicas no quadro da comunicação externa da empresa.

«Entende-se por publicações internas as que se destinam a circular no interior da empresa editora. Ou seja, as que elegem como leitores-alvo os próprios colaboradores da organização (...).»

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

2. Refira sucintamente os objectivos das publicações internas das empresas.

GRUPO IV

Questão de resposta obrigatória.

«Escrever com simplicidade e de forma sintética é indispensável ao jornalista, mas ele deve também preocupar-se em não cair no relato seco e fastidioso. Para isso deve cativar a atenção dos leitores, amenizar a leitura, tornando-a o mais viva possível. O jornalista deverá saber escrever com um *sentido humano* da realidade, com a alma de quem sabe que vai ser lido por outros, e não num estilo seco e absolutamente impessoal.»

Nuno Crato, *Comunicação Social – A Imprensa*, Editorial Presença, Lisboa, 1992

1. Partindo do texto, mencione as principais características que devem definir o jornalista.

GRUPO V

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

«Sem dúvida, a expansão dos meios de difusão, ao oferecer a possibilidade de divertir o público, fundamentou progressivamente a legitimidade desta nova função de distração.(...) Graças a ela, daqui em diante, o mundo dos lazeres já não se concebe fora da expansão dos meios de difusão. Ela abraça uma parte cada vez mais importante dos tempos livres e permite, por acréscimo, a difusão ao maior número de pessoas de modos de pensar e de agir simultaneamente mais diversificados e mais uniformes.»

J. Cazeneuve, *Guia Alfabético das Comunicações de Massas*, Edições 70, Lisboa, 1992

1. Analise, atendendo à opinião expressa no texto, a influência dos *media* nos comportamentos sociais dos indivíduos.

«Vivemos hoje num ritmo tão acelerado de omnipresente actualidade que os *media* têm apenas espaço para informar sobre uma ínfima parte do que acontece no mundo. O que pressupõe, por parte dos diferentes *media*, não só uma estética da actualidade, mas também estratégias específicas de produção da actualidade pretendida. Neste contexto, intervirão no processo factores ligados aos padrões estéticos de cada *medium*, aos constrangimentos técnico-económicos, aos métodos e técnicas profissionais, sem esquecer a dominante ideológica. Os *media* são, pois, as máquinas geradoras do discurso da actualidade.»

L.H. Marcos, «O Poder dos *Media*», in Sara Ferreira e Ana Paula Pina Costa, *Comunicando*, Edições ASA, Porto, 1998

2. Faça um comentário crítico ao texto, tendo em conta o papel 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
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