

# 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  
2004

2.ª FASE

## PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

---

- A prova é composta por 5 grupos, num total de 9 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.**

«Em aditamento à divulgação da informação financeira individual da Cofina, SGPS, S.A., em 30 de Setembro de 2002, efectuada neste Jornal em 29 de Outubro último, vem, por este meio, ao abrigo do art.º 8 a) do Regulamento n.º 13/2002, o Conselho de Administração da Cofina, SGPS, S.A., informar que o Relatório de Revisão Limitada, elaborado por Auditor Registado na CMVM, sobre a Informação Semestral Individual, relativo ao semestre findo em 30 de Junho de 2002, contém uma reserva por desacordo, referente à não aplicação do método de equivalência patrimonial na valorização dos investimentos financeiros detidos pela Empresa.

Adicionalmente, dado que a Empresa prepara e apresenta informação financeira consolidada, a qual, na opinião da Administração, reflecte, de forma mais adequada, a situação financeira da Empresa e os resultados das suas operações, a Empresa mantém nas contas individuais, em 30 de Setembro de 2002, os investimentos financeiros ao custo de aquisição, não aplicando assim o método de equivalência patrimonial. Caso a Empresa aplicasse o referido método, o activo em 30 de Setembro de 2002 viria diminuído em EUR 51.690.908, as reservas viriam diminuídas em EUR 52.225.819, e o resultado líquido do período de nove meses findo nessa data viria aumentado em EUR 534.911.»

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

## GRUPO II

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

«Com efeito, as empresas de difusão produzem protótipos e não séries. Cada filme ou jornal é único; a especificidade das empresas de difusão provém do seu carácter híbrido, ao mesmo tempo intelectual e industrial. A sua originalidade exclusiva dever-se-ia ao facto de manterem a coexistência de um sector de criação e de um sector de realização ou de fabricação. Na empresa jornalística, por exemplo, temos por um lado a redacção, onde se faz o trabalho intelectual e, por outro, todas as actividades materiais que concorrem para a fabricação ou realização do jornal e para a organização da empresa.»

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

1. Com base no texto, evidencie as características particulares das empresas de comunicação.

«(...) o levantamento do monopólio do Estado e do controlo governamental sobre a radiotelevisão na Europa, nos anos 70 e 80, foi muito importante para a democracia e para o desenvolvimento dos *media*. Mas a sua comercialização crescente no séc. XX e a concentração da propriedade convivem mal com o pluralismo. A "conglomeracção" é pouco compatível com a necessária independência dos *media*.»

Jean-Claude Bertrand, *A Deontologia dos Media*,  
Edições Minerva Coimbra, Coimbra, 2002

2. Tomando como referência o texto, equacione os efeitos do desaparecimento do monopólio estatal sobre as características da programação televisiva.

### GRUPO III

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

«As empresas com êxito prosperam com base na interpretação correcta das necessidades potenciais do mercado. É ao descobrir uma necessidade, determinar as suas potencialidades e tomar as medidas necessárias para a satisfazer que se torna evidente uma verdadeira orientação para o mercado. Não basta às firmas disporem de capacidade produtiva; é necessário preparar o mercado para um produto, particularmente quando a necessidade deste é ainda latente.»

J. Stapleton, *Marketing*,  
Editorial Presença, Lisboa, 1994

1. Tendo em conta o conteúdo do texto, explicita a importância de um departamento de comunicação/marketing no quadro da gestão de uma empresa.

«O placard de notícias é um dos processos mais desprezados da comunicação, especialmente nas empresas (...), mas com um bocado de esforço pode vir a ser um meio de comunicação muito interessante.»

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

2. Refira de forma sucinta as vantagens da forma de comunicação empresarial referida no texto.

### GRUPO IV

Questão de resposta obrigatória.

«Vivemos hoje num universo de comunicação (...) em que toda a gente comunica. Os actores económicos (empresas, patronato), políticos (governo, partidos, colectividades) ou culturais (teatros, óperas, centros culturais, casas da cultura, editores, livreiros) produzem informação, têm o seu próprio jornal, o seu próprio boletim, os seus próprios responsáveis pela comunicação. A comunicação é, em tal sentido, "um discurso emitido por uma instituição e que a favorece". Neste contexto, o que vem a ser a especificidade do jornalista?»

I. Ramonet, *A Tirania da Comunicação*,  
Campo das Letras, Porto, 1999

1. Responda à questão formulada pelo autor do texto, tendo em conta a função social que o jornalista deve desempenhar.

## GRUPO V

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

«O leitor, o cidadão, não está no entanto desarmado. A imprensa é mesmo um domínio onde ele pode intervir com uma certa eficácia, a vários níveis.

Pela escolha das leituras. Recusando certos jornais que deturpam sistematicamente os factos (...).

Por uma leitura crítica dos jornais (...) o cidadão toma as suas distâncias em relação às informações lidas ou ouvidas (...).»

Y. Agnés e J. M. Croissandeau, *Lire le Journal*,  
Ed. F. P. Lobies, Paris, 1979

1. Tendo em consideração o que se afirma no texto, analise as possibilidades de acção dos indivíduos face aos *media*.

«Graças aos *mass media*, o mundo transforma-se numa "aldeia global", uma imensa tribo cujos membros estão ligados entre si pela sua participação na vida da totalidade dos homens.»

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

2. Comente a opinião expressa no texto quanto ao papel dos *media* na sociedade actual.

**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

**TOTAL** ..... **200 pontos**