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 **2.ª FASE**
2005

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.

Lusoponte

Comunicado

(Ponte 25 de Abril)

Interrupção total de tráfego nos acessos para a Costa de Caparica e Almada, sentido Norte/Sul, dias 8 e 9 de Outubro, da 01h00 às 06h00.

A Lusoponte informa que, no dia 8 de Outubro, irá proceder a trabalhos de repavimentação no acesso de Lisboa para a Costa de Caparica no sentido Norte/Sul, que obrigam ao corte total do referido acesso, entre a 01h00 e as 06h00.

No dia 9 de Outubro, os trabalhos de repavimentação serão efectuados no acesso de Lisboa para Almada, obrigando igualmente ao encerramento total deste acesso, entre a 01h00 e as 06h00.

Mais se informa que os percursos alternativos estarão devidamente identificados.

A Lusoponte agradece, desde já, a compreensão de todos os senhores automobilistas para os eventuais incómodos que esta intervenção possa vir a causar.

1. Refira as características e as funções da forma de comunicação patente no documento.

2. Crie um título adequado ao documento e justifique a pertinência do mesmo.

GRUPO II

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

Os media encontram-se sujeitos a uma concorrência cada vez mais feroz; as pressões comerciais intensificam-se. Hoje, muitos quadros dirigentes dos media vêm do mundo empresarial, e não do mundo do jornalismo. São menos sensíveis à veracidade da informação. Aos olhos deles, o *news business*, o mercado da informação, é, acima de tudo, um meio de obter lucro.

Ignacio Ramonet, *A Tirania da Comunicação*,
Campo das Letras, Porto, 1999 (adaptado)

1. Explicite, a partir do texto, a evolução verificada nas empresas mediáticas e as suas consequências na produção da informação.

«Considerando:

Que deve ser garantida a existência de uma televisão nacional de referência, tendo como base a legitimidade do serviço público de televisão, que se deve caracterizar pela afirmação de uma identidade própria;

Que é obrigação do serviço público de televisão ser uma fonte de programação alternativa à televisão comercial;

Que o serviço público de televisão está obrigado a satisfazer as múltiplas necessidades culturais, educativas, informativas e recreativas dos diversos públicos específicos; [...]»

Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão celebrado entre o Estado e a RTP, em 31.12.1996

2. Tendo em conta o conteúdo do documento, justifique a necessidade de celebração de um contrato de serviço público de televisão.

GRUPO III

É obrigatória a resposta às duas questões deste grupo.

O sucesso de uma empresa depende fundamentalmente da forma como os indivíduos e as organizações exteriores à empresa valorizam aquilo que a empresa tem para oferecer.

(...) O centro de gravidade da gestão está no exterior da empresa, nos mercados que atinge, nos concorrentes, nos agentes sociais que podem influenciar a sua actividade. A identificação das necessidades dos mercados, da posição concorrencial da empresa, da evolução do contexto socioeconómico define como a empresa se deve organizar, os bens que deve oferecer e a forma de o fazer, os recursos materiais e humanos necessários que deve possuir.

A. Pires, Marketing – *Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão*, Editorial Verbo, Lisboa, 1992 (adaptado)

1. Tendo em conta o conteúdo do texto, explique o papel de um departamento/serviço de comunicação na articulação da empresa com o exterior.

«Uma empresa que atinja algumas centenas de empregados deve considerar seriamente a possibilidade de lançar uma publicação.»

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

2. Refira sucintamente as vantagens do lançamento de uma publicação, como instrumento de comunicação, em empresas de média ou grande dimensão.

GRUPO IV

Questão de resposta obrigatória.

Ser sensível quando procurar ou usar entrevistas ou fotografias dos que forem afectados pela tragédia ou pelo sofrimento.

Reconhecer que a recolha e a divulgação de informação podem provocar dano ou desconforto. A procura da notícia não é uma autorização para a arrogância.

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

1. Justifique, 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 têm, indiscutivelmente, um efeito considerável ao fornecer informação, ao escolher quais os acontecimentos, e quais as pessoas que são importantes. Acontece, aliás, que a simples publicação desencadeia uma acção dos poderes políticos, ainda antes dos utentes reagirem. É inegável que fixam a ordem do dia da sociedade.»

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

1. Analise a opinião expressa no texto quanto à influência dos media sobre o público.

«A televisão (e os *mass media* em geral) não só se constitui como um importante agente de socialização, rivalizando com a família, como cumpre essa função no interior da própria família e com o seu contributo. (...) As conversas dos espectadores sobre os conteúdos dos programas são uma das mais poderosas formas de evidência empírica a ser considerada em qualquer apreciação substantiva e revelação dos aspectos sociais e culturais da televisão. É através da conversa sobre a televisão que a audiência se forma em determinadas direcções, com determinadas características.»

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

2. Comente a posição defendida pelo autor relativamente à influência da televisão sobre os comportamentos sociais e culturais dos indivíduos.

FIM

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**