

## 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  
1999

1.ª FASE  
1.ª CHAMADA

### PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

LEIA ATENTAMENTE O ENUNCIADO.

#### GRUPO I

É obrigatória a resposta às duas questões.



**Alitalia**

### 1.ª Questão

Enumere as características e as funções da forma de comunicação expressa no documento.

### 2.ª Questão

Crie um *slogan* adequado ao documento.

## GRUPO II

Das duas questões apresentadas, responda apenas a uma.

### 1.ª Questão

«A missão da Rádio Televisão Portuguesa é, sobretudo, o serviço público de qualidade, mantendo audiências e com o menor custo possível para o erário público e para os portugueses.»

Arons de Carvalho, Secretário de Estado da Comunicação Social, in *Diário de Notícias*, 22 de Outubro de 1998

Evidencie, face às considerações formuladas no texto, a importância da televisão como serviço público.

### 2.ª Questão

«“Libertar a comunicação” de todas as tutelas e, em primeiro lugar, da principal de todas, a do Estado, mesmo que essa liberdade política se faça acompanhar de uma nova dependência, desta vez económica. E ainda que, paralelamente, muita gente continue a reclamar sistemas de subsídios para a imprensa escrita. Por que será que as ajudas desejáveis para um sector específico da comunicação – a imprensa escrita – não o são para os outros? Sem dúvida, porque a televisão e a comunicação em geral são sectores aparentemente mais rentáveis do que o da imprensa escrita.»

Dominique Walton, «As contradições do espaço público mediatizado», in *Comunicação e Política*, n.º 21-22, Edições Cosmos, Lisboa, 1995

Tendo em conta as afirmações fornecidas pelo texto, identifique os factores que condicionam o processo de «libertação» dos meios de comunicação de todas as tutelas.

### GRUPO III

**É obrigatória a resposta às duas questões.**

#### 1.ª Questão

«A comunicação deve ser dirigida a alvos bem definidos.

A empresa define os seus alvos de acordo com os objectivos de comunicação que pretende realizar. Esses alvos podem ser todos ou parte dos clientes, os agentes distribuidores, os agentes financeiros, os trabalhadores da empresa ou o público em geral.

A precisão com que se definem os alvos, se estes forem os clientes ou distribuidores, depende da segmentação de mercado realizada. Segmentos bem definidos e seleccionados constituem alvos claros para a empresa atingir com a sua comunicação. Sem segmentação é difícil conseguir uma política de comunicação eficaz.»

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

Refira a importância da comunicação interna e da comunicação externa na concretização dos objectivos de uma empresa.

#### 2.ª Questão

«As relações públicas constituem o esforço deliberado, planeado e continuado para estabelecer e manter o melhor entendimento entre uma organização e os seus públicos.»

Jacques Lendrevie, Denis Lindon, Pedro Dionísio, Vicente Rodrigues, *Mercator*, Círculo de Leitores, Lisboa, 1995

Justifique de forma sucinta a afirmação, sublinhando o papel das relações públicas no quadro organizacional de uma empresa.

### GRUPO IV

#### Questão de resposta obrigatória

«Ser jornalista e ser repórter é aceitar não ter a objectividade de uma máquina, mas utilizar também a subjectividade, a personalidade para captar, compreender e transmitir um acontecimento. Tudo isso, mantendo a cabeça fria e tendo consciência de que se é testemunha profissional e não um simples transeunte.»

Pierre Ganz, *A Reportagem em Rádio e Televisão*, Editorial Inquérito, Lisboa, 1995 (adaptado)

Explicite, atendendo ao texto, as características fundamentais subjacentes à actividade jornalística.

**V.S.F.F.**

105/3



## GRUPO V

Das duas questões apresentadas, **responda apenas a uma.**

### 1.ª Questão

«A esta televisão de propaganda veio acrescentar-se uma televisão de manipulação da informação. Com falsas reportagens, falsas informações e falsos líderes de ideias pseudo-novas. Com objectivos evidentes: distrair, provocar sensações, produzir emoções. Com o objectivo de levar os espectadores a aceitar o discurso direitista, poujadista e racista como um discurso de razão inevitavelmente natural.

Mas os *media*, e a televisão em particular, constituem provavelmente uma arma de dois gumes. E, não tendo embora uma percepção necessariamente consciente e inteligível das coisas, o espectador reage, recusando as directivas de uma televisão que "exagera". Uma televisão que manifestamente o trata como um perfeito idiota. Uma televisão que, uma vez mais, o levará a votar ao contrário daquilo que os senhores do pequeno ecrã tantas vezes lhe sugeriram que fizesse.»

J. M. Nobre-Correia, *Expresso*, 26 de Julho de 1997

Analise a opinião expressa no texto quanto à capacidade de reacção dos indivíduos face aos *media*.

### 2.ª Questão

«(...) Afirmar que os *media* reflectem a sociedade ("são um espelho da sociedade", como se diz actualmente) não se deve interpretar como a acção de reflectir objectivamente as necessidades sentidas pela população; pelo contrário, os *media* reflectem as condições existentes num sistema social (incluindo as manifestações externas do poder político e económico) e os interesses do poder socialmente dominante.»

Enric Saperas, *Os Efeitos Cognitivos das Comunicações de Massas*, Porto, 1993

Comente criticamente a afirmação, tendo em conta a relação entre os *media* e os sistemas social, político e económico.

**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

<b>TOTAL .....</b>	<b>200 pontos</b>
--------------------	-------------------