

## 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  
2.ª CHAMADA

### PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

LEIA ATENTAMENTE O ENUNCIADO.

#### GRUPO I

É obrigatória a resposta às duas questões.

Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia  
Gabinete do Vereador

#### COMUNICADO

Comunica-se que vão ser alterados os sentidos de trânsito nas **Ruas João de Deus, Ramalho Ortigão, Oliveira e Silva e Joaquim Nicolau de Almeida**, na **Freguesia de Mafamude**, a partir do próximo dia 12 de Dezembro de 1998 (sábado):

**Rua João de Deus** – (entre a Rua Pádua Correia e a Rua Pinto Mourão) o trânsito processava-se no sentido norte → sul, passando a processar-se no sentido **sul → norte** (entre a Rua Pádua Correia e a Rua Ramalho Ortigão), mantendo-se a circulação no sentido norte → sul entre a Rua Pinto Mourão e a Rua Ramalho Ortigão.

**Rua Ramalho Ortigão** – o trânsito processava-se no sentido sul → norte (entre a Rua Pádua Correia e a Rua Fialho de Almeida), passando a processar-se no sentido **norte → sul**, mantendo-se a circulação existente entre a Rua João de Deus e a Rua Fialho de Almeida.

**Rua Oliveira e Silva** – o trânsito processava-se no sentido poente → nascente, passando a processar-se no sentido **nascente → poente**.

**Rua Joaquim Nicolau de Almeida** – (entre a Avenida da República e a Rua de Angola) o trânsito processava-se nos dois sentidos, passando a processar-se no sentido **sul → norte**.

Vila Nova de Gaia, 2 de Dezembro de 1998

O Vereador das Obras Municipais  
*Firmino Pereira*

(adaptado)

#### 1.ª Questão

Identifique as funções e as características da forma de comunicação apresentada no documento.

#### 2.ª Questão

Crie um título que se adegue ao documento.

V.S.F.F.

## GRUPO II

Das duas questões apresentadas, responda apenas a uma.

### 1.ª Questão

«O mecanismo da radiotelevisão enquanto corpo social constituído é em si um sistema fechado [...]. Como em todas as empresas industriais, comporta um sistema de direcção de conjunto: direcção, conselho de administração, etc., que toma decisões globais relativas à natureza, ao conteúdo e ao nível dos programas em pormenor, integrando um certo número de valores mais ou menos contraditórios, traduzindo-os por imperativos culturais, estéticos, legais, financeiros, de concorrência e um certo número de mensagens recebidas de diversos "grupos de pressão"..."»

Adriano D. Rodrigues, Eduarda Dionísio, Helena G. Neves, *Comunicação Social e Jornalismo*, 3.º Vol., A Regra do Jogo, Lisboa, 1982

Caracterize a especificidade do modelo de empresa apresentado no texto.

### 2.ª Questão

#### Artigo 25.º

##### Inserção da publicidade na televisão

1. A publicidade televisiva deve ser inserida entre programas.
2. A publicidade só pode ser inserida durante os programas desde que não atente contra a sua integridade e tenha em conta as suas interrupções naturais, bem como a sua duração e natureza, e de forma a não lesar os direitos de quaisquer titulares.
3. A publicidade não pode ser inserida durante a transmissão de serviços religiosos.
4. Os telejornais, os programas de informação política, as revistas de actualidade, as emissões religiosas e os programas para as crianças, com duração programada inferior a 30 minutos, não podem ser interrompidos por publicidade.

*Código da Publicidade*, D.L. n.º 330/90, de 23 de Outubro

Justifique, com base no excerto do Decreto-Lei acima citado, a necessidade de uma intervenção legislativa do Estado no domínio da publicidade televisiva.

### GRUPO III

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

#### 1.ª Questão

«Em algumas grandes empresas onde a comunicação desempenha uma função essencial, os serviços especializados de publicidade, de promoção, de compra de espaço ou de relações públicas são criados no seio da direcção de *marketing* para ajudar os gestores de produto no exercício das suas funções de comunicação.»

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

Partindo do texto, explicita o papel da comunicação no quadro de funcionamento de uma empresa.

#### 2.ª Questão

«A introdução e a divulgação das marcas têm constituído um factor crítico no desenvolvimento comercial, sendo vitais para muitas empresas multinacionais no aproveitamento dos seus mercados.»

John Stapleton, *Marketing*, Editorial Presença, 4.ª edição, Lisboa, 1994

Refira, sucintamente, a importância da criação de uma imagem de marca no quadro do desenvolvimento de uma empresa.

### GRUPO IV

**Questão de resposta obrigatória.**

«A utilização do microfone escondido coloca evidentes problemas deontológicos. O jornalista que o utiliza invoca um título ou uma qualidade imaginários para obter uma informação. A boa-fé de quem fala em *off* é traída: o som é roubado.»

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

Comente criticamente a opinião expressa no texto quanto à consciência ética e deontológica do profissional de comunicação.

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

105/3

## GRUPO V

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

### 1.ª Questão

«[...] Nestas coisas da comunicação, o espectador, o ouvinte, o leitor devem estar sujeitos ao duplo desafio da escolha e da crítica. Isto é, o espectador deve ter a sua personalidade própria e deveria assumir a condição que apenas a comunicação desonesta, demagógica ou medíocre lhe nega: a de também ele ser agente activo, directo ou indirecto, da acção de comunicar [...] Reconhecido e assumido o espectador naquela condição, a qualidade, utilidade e eficácia da Comunicação Social se desenvolveriam em favor da sociedade.»

Adriano D. Rodrigues, Eduarda Dionísio, Helena G. Neves, *Comunicação Social e Jornalismo*, 3.º Vol., A Regra do Jogo, Lisboa, 1982

Analise a posição defendida no texto quanto à possibilidade de acção do público face aos *media*.

### 2.ª Questão

«A rádio e a televisão, pelo seu carácter omnipresente, pelo seu poder de sugestão, pelo seu nível relativamente grande de acessibilidade, pela sua inserção estreita e familiar no quadro da vida moderna, constituem um dos factores fundamentais na cultura de massa e concentram, nas mãos de alguns, a educação adulta da maioria.»

Adriano D. Rodrigues, Eduarda Dionísio, Helena G. Neves, *Comunicação Social e Jornalismo*, 3.º Vol., A Regra do Jogo, Lisboa, 1982

Faça um comentário crítico ao texto, tendo em conta o papel sociocultural dos *media* na sociedade contemporânea.

**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 |
|---------|-----------|

Subtotal .....	35 pontos
----------------	-----------

### **GRUPO V**

Resposta obrigatória a UMA questão

- |         |           |
|---------|-----------|
| 1. .... | 35 pontos |
| 2. .... | 35 pontos |

Subtotal .....	35 pontos
----------------	-----------

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