

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

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

V.S.F.F.

105/C/1

CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO

Nota: os critérios de correcção/classificação a seguir apresentados devem ser entendidos essencialmente como **sugestões de resposta**. Assim, se o aluno apresentar argumentos diferentes dos previstos, mas considerados pertinentes e logicamente organizados, estes deverão ser tidos em conta.

Na avaliação/classificação das diferentes respostas devem ser valorizados o domínio de conceitos e de vocabulário, a capacidade de análise e interpretação dos documentos introdutórios das questões, a capacidade de problematização/argumentação, a correcção da expressão escrita e a forma de estruturação das respostas.

GRUPO I

1. Analisar o documento, salientando as seguintes características: função informativa/cognitiva; frase curta, clara e concisa; instantaneidade e simultaneidade; estereótipo; adequação ao público-alvo.
2. Devem ser valorizados a capacidade criativa do aluno, a adequação do título criado ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica.

GRUPO II

1. Relacionar a política de desregulamentação e de abertura do audiovisual ao sector privado como favorecedora da constituição e desenvolvimento de grandes grupos na área da comunicação.
Descrever a tendência destes grupos para a diversificação de actividades (cinema, vídeo, televisão, rádio e publicidade), transformando-se em conglomerados económicos, em sintonia com a evolução dos *media*, em termos internacionais.
2. Evidenciar, a partir do texto, que a produção de informação, embora decorra da actividade de um grupo de profissionais, é condicionada por uma série de factores, designadamente:
 - as políticas e as estratégias editoriais das empresas mediáticas;
 - as suas políticas comerciais e financeiras;
 - as suas capacidades técnicas e financeiras;
 - os seus objectivos, relativamente aos poderes económicos, políticos e financeiros;
 - a concretização da sua imagem junto da opinião pública.

GRUPO III

1. Explicitar, com base no texto, o papel das relações públicas, enquanto departamento de comunicação, na comunicação externa das empresas, no que respeita à:
 - articulação com o mercado, visando a adequação da empresa às necessidades/interesses do público;
 - promoção dos produtos e/ou serviços da empresa;
 - criação de uma imagem de marca determinante para o sucesso da empresa;
 - importância da existência de profissionais competentes, no quadro do relacionamento com os órgãos de comunicação social e com outras instituições.
2. Referir como objectivos das publicações internas:
 - a divulgação de informações sobre os objectivos e as actividades da empresa;
 - a coesão e a motivação dos trabalhadores, com vista à criação de um bom ambiente de trabalho e à rendibilização dos serviços.

GRUPO IV

1. Referir como características definidoras do jornalista:
 - adequada formação nos domínios técnico, cultural e humano;
 - rigor na recolha e selecção da informação e no relato dos factos;
 - capacidade de percepção e interpretação da realidade social;
 - capacidade de expressão de ideias e opiniões.

GRUPO V

1. Analisar a opinião do autor quanto à:
 - importância crescente dos *media* na ocupação dos tempos livres dos indivíduos, nomeadamente, no que respeita à sua função lúdica;
 - influência dos *media* na definição e difusão de valores, juízos normativos, atitudes e comportamentos sociais;
 - ambivalência dos produtos mediáticos, no que respeita à sua maior diversidade e padronização.

Referir a capacidade de reflexão/reacção dos indivíduos face às mensagens difundidas pelos *media*.

2. Comentar o texto, tendo em conta:
 - a função dos *media* como intermediários institucionais entre o público e a realidade;
 - o seu papel na (re)construção da realidade social, através da selecção e hierarquização dos temas informativos da actualidade;
 - a sua influência na construção da identidade sociocultural dos cidadãos.

V.S.F.F.

105/C/3