

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
 2005

1.ª FASE

PROVA ESCRITA DE COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO

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

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 considerados.

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, destacando os seguintes aspectos:
 - decodificação da imagem; denotação/conotação;
 - função apelativa/persuasiva e informativa; relação mensagem/público-alvo; estereótipo; redundância.
2. Devem ser valorizados:
 - a capacidade criativa do aluno, a adequação do *slogan* criado ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica;
 - a capacidade argumentativa do aluno no que diz respeito à justificação da sua proposta.

GRUPO II

1. Referir como factores conducentes à constituição de megagrupos de comunicação, articulando diversas áreas de actividade (imprensa, rádio, televisão, vídeo, cinema, publicidade, gráficas), numa lógica de rendibilização dos investimentos:
 - o rápido desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, geradoras de uma maior rapidez na transmissão/circulação da informação e de uma crescente interacção entre os diferentes media;
 - o desenvolvimento, a partir dos anos 80, de políticas de liberalização e de desregulamentação do mercado, nomeadamente ao nível do sector dos media.
2. Evidenciar, a partir do texto, o carácter industrial da empresa jornalística, ao nível de:
 - adopção de um modelo organizativo hierarquizado e dividido em departamentos (administração, redacção, administrativo e financeiro, comercial e gráfico);
 - papel específico de cada departamento no âmbito do funcionamento da empresa;
 - predomínio de uma lógica de lucro, no quadro de um mercado concorrencial.

GRUPO III

1. Interpretar o esquema, explicitando:
 - o papel da comunicação interna na optimização dos recursos humanos e na rendibilização dos serviços;
 - o papel da comunicação externa na ligação da empresa aos seus públicos e na adequação da sua oferta às necessidades do mercado;
 - a importância das ferramentas de comunicação (ascendente, descendente, transversal) na concretização da política de comunicação da empresa.
2. Considerar como correcta a resposta que refira duas das seguintes finalidades:
 - melhorar a comunicação entre a direcção e os trabalhadores ou promover a integração dos mesmos;
 - apoiar a promoção de produtos e serviços, junto de clientes e revendedores;
 - estabelecer o suporte de acções de *lobbying*, beneficiando as estratégias delineadas;
 - contribuir para a melhoria da imagem interna e externa da empresa.

GRUPO IV

1. Inserir a actividade do jornalista num contexto profissional e social marcado pela industrialização da informação (que parceliza a sua actividade e lhe impõe uma alteração do ritmo e condições de trabalho, visando a rentabilidade imediata).
Referir a importância, neste contexto, do cumprimento de princípios deontológicos como forma de salvaguardar a sua autonomia e de assegurar o cumprimento das suas obrigações para com o público, em especial:
 - a informação rigorosa e actualizada;
 - o pluralismo de opiniões;
 - a interpretação crítica da realidade;
 - a vigilância dos actos de governação.

GRUPO V

1. Analisar o papel dos media na (re)construção da realidade social, através da definição, selecção e hierarquização dos temas informativos e da produção da notícia.
Evidenciar o papel dos media na formação da opinião pública.
A capacidade de reflexão e avaliação pelos indivíduos do discurso produzido pelos media.
2. Evidenciar o poder da televisão nas sociedades actuais, face aos outros media.
Destacar as práticas informativas da televisão: a valorização da imagem e da sua espectacularidade e os efeitos emocionais e de personalização a ela associados; a tendência para a transmissão de uma visão redutora e dicotómica da realidade.
Problematizar a (in)capacidade de reacção dos indivíduos face às mensagens difundidas pela televisão, nomeadamente através da percepção selectiva da informação.