

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  
2000

1.ª FASE  
1.ª CHAMADA

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, esses argumentos 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. Análise do documento, destacando os seguintes aspectos:
  - descodificação 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.

### GRUPO II

1. Identificar, a partir da análise do organigrama:
  - o tipo de empresa e as suas características organizativas – hierarquia e organização por sectores (*marketing*, contacto, meios, criativo e produção);
  - a importância específica dos diferentes departamentos (*marketing*, contacto, meios, criativo e produção) em ligação com os objectivos e as finalidades da empresa.
2. Relacionar a reorientação do papel do Estado, traduzida em políticas liberalizadoras e desregulamentadoras, com:
  - a globalização crescente da economia;
  - o desenvolvimento tecnológico e o alargamento do consumo, em particular na área das comunicações e do audiovisual;
  - as dificuldades acumuladas e de várias ordens que o modelo convencional de serviço público de comunicação apresentava nesse período.

### GRUPO III

1. Descrever a comunicação como factor estratégico no funcionamento de uma empresa, destacando a importância da:
  - comunicação interna, visando a articulação entre sectores, a rendibilização de serviços, a motivação dos trabalhadores e a melhoria do ambiente de trabalho;
  - comunicação externa, procurando uma adequação da empresa às necessidades do público e promovendo os produtos e/ou serviços, de acordo com os segmentos de mercado seleccionados;

– diversificação dos suportes e meios de comunicação, como forma de afirmação e de personalização da empresa, para fazer face à concorrência, no quadro da mediatização crescente da sociedade.

2. Analisar a função do boletim informativo na vida de uma empresa, enquanto meio rápido e económico de transmissão de informações, no interior da mesma.

O boletim informativo como elo de ligação e factor de coesão entre a empresa e os seus empregados.

O papel do boletim informativo (de empresa) enquanto instrumento essencial de eficácia no exercício da direcção da empresa e como auxiliar dos processos de decisão.

#### GRUPO IV

1. Evidenciar, em função da análise do texto, as seguintes características do jornalista:

- sólida formação cultural;
- capacidade de percepção e de interpretação da realidade social;
- rigor na recolha e selecção de informação e na narração dos factos;
- capacidade de expressar ideias e opiniões.

#### GRUPO V

1. Analisar criticamente a opinião do autor quanto:

- aos efeitos dos *media* como (re)construtores da realidade social;
- aos efeitos cognitivos da imprensa (ao nível da forma de estruturação dos universos mentais dos indivíduos, dos quadros simbólicos de percepção do mundo e da realidade em geral), nas suas diferentes dimensões.

A possibilidade de reacção face aos *media*, em função do enquadramento sociocultural dos indivíduos.

A capacidade de reflexão dos indivíduos no que respeita à compreensão das mensagens e dos assuntos em geral abordados pelos *media*.

2. Comentar o poder crescente dos *media* na sociedade actual, quanto a:

- polarização de tensões éticas generalizadas;
- promoção da participação e da intervenção cívicas;
- carácter dualista patente no campo dos conflitos morais entre os agentes sociais;
- possibilidades que os *media* criam de desenvolvimento de mecanismos de gestão e controlo sociais mais apertados.