

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

1.ª FASE

2001

1.ª CHAMADA

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. Análise do documento, destacando os seguintes aspectos:
  - decodificação da imagem; denotação/conotação;
  - função apelativa/persuasiva; relação mensagem/público-alvo; estereótipo.
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. Referir o carácter progressivamente mais complexo das empresas jornalísticas, destacando:
  - a maior especialização, autonomia e responsabilização, a nível redactorial e editorial;
  - a crescente importância de outros sectores da empresa, em particular o de *marketing* e publicidade, numa perspectiva de optimização dos serviços, num contexto cada vez mais competitivo;
  - o reforço da vertente comercial, conduzindo à clara separação das funções de direcção/administração e de redacção.
2. Explicitar, a partir do conteúdo do texto, que, na produção de informação, os critérios de relevância jornalística se encontram, por vezes, subordinados à lógica da conquista de audiências, para fazer face às pressões do mercado e da concorrência.

Esta situação favorece um certo género de temáticas e, também, um estilo particular de escrita/apresentação das matérias: a espectacularidade, o sensacionalismo, a pessoalização, uma linguagem simplista, sem problemáticas ou *background*, e com uma exigência mínima de reflexão. Referir outros factores que condicionam a propriedade e o controlo dos meios de comunicação, as políticas editoriais/redactoriais, os meios tecnológicos e a qualidade dos recursos humanos.

### GRUPO III

1. A comunicação como factor estratégico no funcionamento de uma empresa, através de:
  - uma adequação da empresa às necessidades do público, promovendo os seus produtos e/ou serviços de acordo com os segmentos de mercados seleccionados;
  - diversificação dos meios de comunicação, visando a afirmação da empresa num contexto cada vez mais concorrencial.
2. Referir a importância da comunicação interna: motivação dos trabalhadores e melhoria do ambiente de trabalho, articulação entre sectores e rentabilização do produto/serviço.

### GRUPO IV

1. Fundamentar a necessidade de cumprimento, por parte do jornalista, de normas deontológicas (rigor, isenção, zelo profissional e respeito para com o público), como forma de salvaguardar os princípios indispensáveis ao exercício da sua actividade (liberdade de informação e rigor de interpretação) face aos condicionalismos existentes no interior da empresa (submissão às diversas hierarquias, redactoriais e administrativas, e às pressões externas a nível político, económico e social).

### GRUPO V

1. O papel da televisão na (re)construção da realidade social e a sua influência na formação da opinião pública.  
O predomínio do carácter emocional e da personalização da informação, ligado à prevalência da imagem e dos seus efeitos sobre os conhecimentos publicamente partilhados e sobre as representações colectivas.
2. Os *media* como subsistema social.  
O poder dos *media* face às outras instituições sociais (nomeadamente as instituições políticas): organização significativa do meio envolvente.

V.S.F.F.

105/C/3

---