

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
2002

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, 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, salientando as seguintes características:
 - Função informativa/cognitiva; frase curta, clara e concisa; instantaneidade e simultaneidade; 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. Identificar, neste excerto da legislação, uma intervenção do Estado, visando delimitar claramente os espaços e o tempo reservados à publicidade nos *media*.
Relacionar esta actuação com a necessidade de salvaguardar os direitos dos cidadãos (nomeadamente de livre expressão e informação), essencialmente interessados no usufruto dos diferentes programas, impondo ao mesmo tempo limites à lógica comercial dos *media*.
2. Identificar, a partir do texto, a adopção do modelo empresarial com a introdução da publicidade comercial.
Relacionar esse modelo com a alteração dos objectivos das empresas jornalísticas, orientados prioritariamente para a obtenção de lucros.
Referir como consequências deste processo a tendência para concentração/centralização, a inovação tecnológica, a perda de autonomia do sector redactorial e a subordinação do produto informativo às estratégias comerciais das empresas: simplificação e encurtamento das mensagens, extraordinária sofisticação no plano formal (imagem, grafismos, etc.), em detrimento do conteúdo, recurso corrente aos estereótipos e baixo grau de exigências reflexivas.

GRUPO III

1. Fundamentar a relação estabelecida no texto entre a política de comunicação e o êxito da empresa, referindo a importância da:
 - comunicação interna (ascendente/descendente), através da difusão de informação e da troca de opiniões, no reforço da autonomia dos trabalhadores e no aumento da rentabilidade;
 - comunicação externa, na adequação da empresa ao mercado, na promoção dos seus produtos/serviços e na criação de uma imagem de marca.
2. Referir como objectivo dos estudos de mercado o conhecimento dos públicos que o constituem, com vista à:
 - adequação dos produtos/serviços aos interesses e necessidades desses públicos;
 - definição de objectivos de promoção e publicidade.

GRUPO IV

1. Referir, a partir do texto, o papel do jornalista como intermediário entre a realidade e o público. Mencionar, no âmbito do exercício da sua profissão, a importância de:
 - uma adequada formação nos domínios técnico, cultural e humano;
 - respeito por regras éticas e deontológicas;
 - rigor na recolha e selecção da informação e no relato dos factos;
 - capacidade de percepção e interpretação da realidade social;
 - interesse, motivação e versatilidade;
 - capacidade de expressão de ideias e opiniões.

GRUPO V

1. Analisar a perspectiva do autor quanto aos efeitos do excesso de informação sobre os comportamentos do público, designadamente no que respeita à dificuldade de percepção/compreensão da realidade.
Problematizar a (in)capacidade de 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 formação da opinião pública, através da selecção e hierarquização dos temas informativos da actualidade;
 - a sua importância na formação cívica e política dos cidadãos.

V.S.F.F.

105/C/3
