

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
 2003

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, evidenciando o predomínio da função informativa/cognitiva, a frase clara e concisa, a adequação ao público-alvo, a instantaneidade e a simultaneidade.
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. Referir, a partir da análise do organograma:
 - o tipo de empresa e as suas características – hierarquia e organização por sectores (d direcção do jornal e da produção, direcção comercial e direcção administrativa e financeira);
 - a importância específica de cada departamento.
2. Explicitar, a partir das considerações formuladas no texto, a necessidade de existência de um serviço público, como alternativa às estratégias de carácter consumista dos canais comerciais. Evidenciar o papel educativo e formativo desse serviço público, através da referência a uma programação diversificada e de qualidade e a uma informação isenta e plural, propiciadora do desenvolvimento da cidadania.

GRUPO III

1. Explicar a importância da comunicação externa na ligação da empresa ao mercado:
 - adequando a empresa aos interesses e necessidades dos consumidores;
 - promovendo os seus produtos e serviços;
 - criando uma imagem de marca.
2. Referir a sua importância na:
 - difusão de informação relevante sobre a empresa;
 - partilha de ideias e opiniões, reforçando o espírito de equipa;
 - articulação e rendibilização da actividade dos diferentes departamentos.

GRUPO IV

1. Fundamentar a necessidade de cumprimento, por parte dos jornalistas, de normas deontológicas (rigor na selecção, organização e apresentação da informação, zelo profissional e respeito para com o público), como forma de salvaguardar os princípios indispensáveis ao exercício da sua actividade, face aos condicionalismos e pressões a que estão sujeitos.

GRUPO V

1. Equacionar a perspectiva do autor quanto à influência dos *media* na alteração dos comportamentos e atitudes dos indivíduos, referindo que a possibilidade de reagirem, ou não, às mensagens produzidas e aos modelos veiculados pelos *media* depende, nesses indivíduos, da sua maior ou menor capacidade selectiva e da formulação de juízos críticos.
2. Identificar, a partir da análise do texto, os *media* como intermediários (mediadores) entre o público e a realidade social.
Referir o papel dos *media* na gestão/resolução dos conflitos sociais, através da expressão simbólica, divulgação pública e elaboração argumentativa, tendo em conta as suas diferentes instâncias de mediação.