

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
 1998

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	<u>45 pontos</u>

GRUPO II

Resposta obrigatória a UMA questão

1.	45 pontos
2.	45 pontos
Subtotal	<u>45 pontos</u>

GRUPO III

Resposta obrigatória a UMA questão

1.	40 pontos
2.	40 pontos
Subtotal	<u>40 pontos</u>

GRUPO IV

Resposta obrigatória às DUAS questões

1.	35 pontos
2.	35 pontos
Subtotal	<u>70 pontos</u>
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**.

Na avaliação/classificação das diferentes respostas devem ser valorizados o domínio de conceitos e de vocabulário, a capacidade de análise e de 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:
 - função informativa; frase curta, concisa e clara; instantaneidade e simultaneidade; estereótipo; relação mensagem/público alvo.
2. Devem ser valorizados a capacidade criativa do aluno, a adequação do título ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica.

GRUPO II

1. Explicitar a importância da televisão como meio de informação e socialização nas sociedades actuais. Relacionar essa importância com o conceito de «serviço público», justificando as medidas de carácter legislativo destinadas a preservar o pluralismo ideológico e o rigor e a objectividade da informação.
2. Indicar o papel das Relações Públicas:
 - na ligação da empresa com o meio (estudos de mercado, sondagens de opinião) e na definição de uma política de comunicação, com vista à promoção dos produtos/serviços e à criação de uma imagem de marca;
 - na articulação das diferentes formas de comunicação no interior da empresa (vertical/horizontal; formal/informal), com o objectivo de rentabilizar os serviços e as relações interpessoais.

GRUPO III

1. A informação audiovisual como um produto colectivo resultante da colaboração de diferentes profissionais a nível de:
 - definição de objectivos e finalidades;
 - organização, gestão e metodologia de trabalho;
 - trabalho em equipa;
 - integração da criatividade pessoal no trabalho colectivo.
2. Evidenciar, em função da análise do texto:
 - o papel do jornalista na construção da realidade social, através da selecção, hierarquização e tratamento da informação;
 - a necessidade de rigor, fidelidade e imparcialidade na transmissão de informação, com base no respeito e dever pelo público;
 - a importância da crítica e vigilância social na actividade jornalística, no respeito pela ética e pela deontologia.

GRUPO IV

1. • A interacção *media*/sociedade.
 - Os *media* como (re)construtores da realidade social e reprodutores dos valores e comportamentos dominantes.
 - A possibilidade da reacção face aos *media*, em função do enquadramento sociocultural dos indivíduos.
2. • Explicitação dos pressupostos fundamentais da concepção de McLuhan.
 - Crítica dessa concepção, tendo em consideração o papel dos *media* na sociedade actual.