

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
2001

1.ª FASE
2.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: função informativa e apelativa; linguagem predominantemente denotativa; frase curta, concisa e clara; instantaneidade; simultaneidade e estereótipo.
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. Inserir a constituição desta *holding* num contexto de evolução do sector da comunicação social, caracterizado pela tendência para a concentração vertical, através da criação de grandes grupos empresariais, com ligações a grupos internacionais.
Explicar este processo como resultante, por um lado, do rápido desenvolvimento tecnológico, em particular na área do audiovisual, implicando um maior investimento de capital, e, por outro, das políticas de liberalização e de desregulamentação do mercado, traduzidas num aumento da concorrência.
2. Evidenciar a especificidade da empresa jornalística:
 - a produção e comercialização da informação para o público;
 - a produção para um mercado concorrencial;
 - a necessidade de uma estrutura organizativa flexível, que concilie a obtenção de receitas publicitárias com as exigências da prestação de um serviço público.

GRUPO III

1. Explicitar que uma política de comunicação global se deve basear na articulação entre a comunicação interna e a externa:
 - a comunicação interna visando a rentabilização dos serviços e das relações interpessoais;
 - a comunicação externa visando uma adequação da empresa às necessidades de mercado e a afirmação da imagem da empresa face a um contexto crescentemente concorrencial.

2. Justificar a afirmação, tendo em conta:

- a maior clareza, a perenidade, a eficácia e a ausência de ambiguidade da comunicação escrita;
- as suas múltiplas possibilidades de adaptação, em termos de suporte e de formas de apresentação das mensagens.

GRUPO IV

1. O papel do jornalista: transformar os acontecimentos em notícia.

O jornalista como reconstrutor da realidade, através da transformação dos acontecimentos em notícia.

A reconstrução da realidade como a interpretação e a produção de um sentido, exigindo do jornalista saber e formação adequados, em particular no domínio das ciências sociais e humanas. A necessidade de rigor e imparcialidade na pesquisa, selecção e tratamento da informação difundida ao público.

GRUPO V

1. Análise do poder da televisão em termos sociais, através da sua forte capacidade de influência ao nível das estruturas cognitivas dos indivíduos (visões do mundo, quadros mentais da compreensão da realidade e quadros simbólicos do entendimento humano).

A menor capacidade de percepção selectiva da informação e de formulação de juízos críticos por parte dos indivíduos, face à especificidade da televisão (predomínio do carácter emocional e da personalização da informação, ligado à prevalência da imagem).

2. Os *media* como agentes de socialização dos indivíduos.

As suas repercussões em termos de processos de adaptação e de integração social.

A homogeneização de formas de pensamento e a padronização de comportamentos.

O papel da informação na construção/formação da identidade sociocultural dos indivíduos.

As incidências da acção dos *media* ao nível da reprodução cultural, em geral.