

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
2.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.	45 pontos
2.	45 pontos
Subtotal	45 pontos

GRUPO III

Resposta obrigatória a UMA questão

1.	40 pontos
2.	40 pontos
Subtotal	40 pontos

GRUPO IV

Resposta obrigatória às DUAS questões

1.	35 pontos
2.	35 pontos
Subtotal	70 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**.

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 das características do documento, tendo em conta os seguintes aspectos:
 - imagem/conotação; descodificação da imagem; função apelativa/persuasiva; estereótipo; redundância; carácter indeterminado do público destinatário.
2. Devem ser valorizados a atitude criativa do aluno, a adequação do *slogan* à imagem e o domínio da linguagem específica.

GRUPO II

1. A partir da interpretação do esquema, salientar os seguintes aspectos:
 - o carácter hierarquizado da organização interna;
 - a divisão por sectores (redactorial, técnico, administrativo e comercial);
 - a articulação dos vários sectores na concepção, promoção e venda do produto;
 - o papel nuclear do sector redactorial, atendendo às finalidades da empresa.
2. - Função da comunicação numa empresa e o seu carácter organizacional interno (motivação dos trabalhadores; influência na produtividade; ambiente de trabalho);
 - tipos de comunicação no interior da empresa (horizontal/vertical; formal/informal);
 - estilos de comunicação (autoritários e democráticos);
 - meios de comunicação simples e directos (convocatória; *placard*; ordem de serviço...).

GRUPO III

1. Analisar o contributo do jornalista quanto a:
 - capacidade de pesquisa, selecção e narração dos factos;
 - correcta avaliação das fontes de informação;
 - rigor e objectividade na transmissão da informação.
 - Referir a necessidade de elaboração do produto informativo de forma sistemática e temporizada.
2. Fundamentar a crítica expressa no texto com base na obrigatoriedade de cumprimento do código deontológico, designadamente no que respeita à preservação do sigilo de informação; à recusa do sensacionalismo; à importância de uma sólida formação ética e profissional e à necessidade de imparcialidade na transmissão da informação e de respeito para com o outro.

GRUPO IV

1. O impacto social da informação veiculada pelos *media*.
 - A possibilidade de reacção do indivíduo a essa informação, através do direito de resposta e de outras formas.
 - A necessidade de vigilância social sobre os *media*, face ao seu poder.
2. Análise da concepção do autor, quanto ao poder da televisão, equacionando a responsabilidade social dos *media* no quadro da sociedade de informação.