

# 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  
2000

2.ª FASE

## 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, esses 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 os seguintes aspectos:
  - decodificação da imagem: denotação/conotação;
  - função informativa; apelativa/persuasiva; relação mensagem/público alvo; redundância.
2. Devem ser valorizados a capacidade criativa do aluno, a adequação do *slogan* ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica.

### GRUPO II

1. Explicitar, a partir da análise do organigrama:
  - a constituição e o desenvolvimento de grandes grupos na área da comunicação, reunindo sob o seu controlo diversas actividades (cinema, vídeo, imprensa, rádio, televisão, publicidade e gráficas);
  - a tendência para a sua transformação em conglomerados económicos, com actividades empresariais que transcendem o próprio meio comunicacional, em sintonia com a actual situação económico-política dos *media* em termos internacionais;Relacionar este fenómeno de concentração com o processo de liberalização e com o objectivo de rendibilização dos investimentos.
2. Evidenciar as seguintes características da empresa jornalística:
  - o carácter industrial da produção de informação;
  - a procura do lucro, no quadro de um mercado concorrencial.Salientar a especificidade do produto comercializado (a informação) e o seu interesse público, implicando uma maior flexibilidade das formas de organização, valorizando os recursos humanos.

### GRUPO III

1. Referir o papel da comunicação interna na ligação da empresa aos seus assalariados, através da:
  - difusão de informação relevante que permita uma maior compreensão da realidade da empresa, um desenvolvimento da autonomia e a eficácia no desempenho profissional;
  - promoção da troca de ideias e opiniões, permitindo o reforço do espírito de equipa e o enriquecimento mútuo;
  - difusão da cultura da empresa, favorecendo a adesão aos seus valores e objectivos.
2. Referir como objectivos das publicações externas:
  - a comunicação com o meio envolvente, divulgando a actividade da empresa e os seus produtos junto do público;
  - a promoção da imagem da empresa.

### GRUPO IV

1. Integrar a actividade do jornalista no quadro de um contexto profissional e social que o sujeita a vários condicionalismos, nomeadamente, os relativos:
  - ao factor tempo (cumprimento de prazos);
  - à hierarquia organizacional das empresas mediáticas;
  - à política editorial e aos objectivos e estratégias das mesmas empresas;
  - às pressões de grupos de interesse (económicos, sociais, políticos).Referir a importância do jornalista, face a estes condicionalismos, cumprir os princípios deontológicos, como forma de preservar a sua autonomia.

### GRUPO V

1. Explicitar a importância crescente dos *media* como (re)construtores da realidade social. Mencionar a interacção dos *media* como factor de sociabilidade. Sublinhar o seu papel como factor de condicionamento das relações sociais, nomeadamente na definição de padrões específicos de interdependência entre os indivíduos. Referir a sua influência na formação e no comportamento dos indivíduos.
2. Comentar a crítica expressa no texto quanto à tendência para subordinar «a liberdade de comunicação» às estratégias comerciais das indústrias de comunicação. Valorizar a importância da comunicação como meio de interacção e reaproximação dos cidadãos, favorecendo a construção de uma identidade sociocultural.

V.S.F.F.

105/C/3

---