

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
2004

2.ª FASE

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;
 - a capacidade argumentativa do aluno no que diz respeito à justificação da sua proposta.

GRUPO II

1. Identificação, com base no texto, das seguintes características particulares das empresas de comunicação:
 - a especificidade do produto, que assume a forma de um protótipo;
 - o papel essencial do sector criativo (redacção) na sua concepção;
 - a maior flexibilidade das formas de organização e de produção;
 - a necessidade de uma organização empresarial (existência de uma hierarquia e de uma organização por departamentos), com vista à difusão do produto.
2. Problematizar, tendo em conta o texto, os seguintes aspectos:
 - por um lado, a diversificação da oferta televisiva e a maior possibilidade de escolha oferecida aos telespectadores, em termos de programação (informação, cultura, entretenimento);
 - por outro, a tendência para a concentração neste sector e a sua subordinação a uma lógica comercial, tendo como consequência o privilegiar a programação voltada para a conquista de audiências.

GRUPO III

1. Explicitar o papel do departamento de comunicação/*marketing*:
 - no conhecimento dos interesses/*expectativas* dos consumidores, através de estudos de mercado;
 - na divulgação de informação pertinente sobre a empresa;
 - na definição de uma política de comunicação, com vista à promoção e venda dos produtos.

2. Referir como vantagens do *placard* informativo:
 - o custo reduzido;
 - a relativa facilidade de organização e renovação;
 - a possibilidade de combinar informações sobre o trabalho com informações sociais, envolvendo os funcionários da empresa.

GRUPO IV

1. Salientar a especificidade do jornalista, tendo em conta:
 - a diversificação dos produtos informativos e a natureza das mensagens difundidas;
 - o rigor e a imparcialidade na pesquisa, na selecção e hierarquização da informação;
 - o seu papel clarificador na construção da notícia e da representação da realidade social;
 - a sua função como intermediário entre o público e a realidade social;
 - a sua adequada formação no domínio técnico, cultural e humano.

GRUPO V

1. Referir, tendo em conta os pressupostos do texto, o poder dos *media* na representação da realidade social e a sua influência na formação da opinião pública.
Salientar a possibilidade de reacção dos indivíduos a esse poder, através da selecção e da leitura crítica da informação produzida e a importância de uma acção sobre os próprios *media*, exercida pela sua participação directa, nomeadamente através do correio dos leitores.

2. Comentar o texto, tendo em conta, por um lado, a importância dos *media* na divulgação de realidades socioculturais diferentes, permitindo a interacção e a reaproximação dos indivíduos e, por outro, a tendência para a padronização dos valores e comportamentos dominantes nas sociedades industrializadas.

EXAMES NACIONAIS DO ENSINO SECUNDÁRIO – 2004, 2.ª FASE
GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO – COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO (Cód. 105)

Código Confidencial da Escola	Número Convencional da Prova	GRUPO I		GRUPO II*		GRUPO III		GRUPO IV	GRUPO V*		TOTAL da PROVA (0-200)
		1.	2.	1.	2.	1.	2.	1.	1.	2.	
		(30)	(15)	(40)	(40)	(30)	(15)	(35)	(35)	(35)	

* O professor deverá indicar, nestas colunas, os números das questões, 1. ou 2., a que o examinando respondeu.

Data ____/____/____

O Professor Classificador _____