

## 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

2.ª FASE

---

**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 salientando as seguintes características:
  - relação texto/imagem; denotação/conotação; predomínio da função apelativa/persuasiva; estereótipo; relação mensagem/público alvo.
2. Devem ser valorizados a capacidade criativa do aluno, a adequação do *slogan* criado ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica.

### GRUPO II

1. Descrição das características e das tendências para a concentração das empresas:
  - tendência para a concentração vertical, através da criação de grupos empresariais multimédia, com vista à rentabilização de investimentos.Desenvolvimento deste processo em articulação com o rápido desenvolvimento tecnológico, designadamente na área do audiovisual, e com as políticas de liberalização e de desregulamentação do mercado.
2. Referência ao papel de um departamento ou serviço de comunicação, nas seguintes vertentes:
  - concepção dos produtos e/ou serviços em função dos interesses do público (estudo e prospecção de mercados);
  - definição das estratégias de promoção dos produtos e serviços;
  - criação de uma imagem de marca.

### GRUPO III

1. Justificar o disposto neste artigo, tendo em conta:
  - o papel da comunicação social e do jornalista na tarefa de criação/formação da opinião pública;
  - a criação de novos valores no domínio do direito à informação;
  - a necessidade de não subordinar o exercício da actividade jornalística a quaisquer formas de pressão ou de censura.
2. Partindo da identificação das concepções patentes no texto, salientar a importância no âmbito da actividade jornalística, dos seguintes critérios:
  - rigor na selecção e transmissão da informação;
  - análise crítica da realidade social;
  - exercício de uma função pedagógica e formativa da opinião pública.

### GRUPO IV

1. Os *media* como (re)construtores da realidade social (selecção e hierarquização dos temas informativos, fabrico da notícia) e o condicionamento que exercem sobre o público.  
A possibilidade de reacção dos indivíduos face aos *media*.
2. O papel dos *media* como agentes de socialização.  
Os *media* como subsistema social.