

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
1999

1.ª FASE
1.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.	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. Análise do documento, destacando os seguintes aspectos:
 - descodificação da imagem; denotação/conotação;
 - função apelativa/persuasiva; relação mensagem/público-alvo; estereótipo, redundância e carácter lúdico da imagem.
2. Devem ser valorizadas a capacidade criativa do aluno, a adequação do *slogan* criado ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica.

GRUPO II

1. Análise do documento, atendendo aos seguintes aspectos:
 - a RTP como serviço público de qualidade (nas dimensões informativa, de desenvolvimento social, cultural e lúdico e de desenvolvimento de valores de cidadania);
 - a capacidade de rigor na gestão financeira e de competitividade no quadro de um mercado concorrencial.
2. Relacionar a reivindicação da «libertação» dos meios de comunicação com a evolução recente na área das tecnologias de informação, destacando:
 - o desenvolvimento tecnológico e o alargamento do mercado consumidor, em particular na área das comunicações e do audiovisual;
 - o desenvolvimento de políticas liberais e desregulamentadoras;
 - os eventuais aspectos negativos desta evolução na sua relação com a subordinação a interesses de grupos económicos.

GRUPO III

1. Salientar a importância da definição de alvos na política de comunicação de uma empresa nas seguintes vertentes:
 - comunicação interna – comunicação vertical/horizontal, formal e informal, visando uma rentabilização dos serviços e das relações interpessoais;
 - comunicação externa, procurando uma adequação da empresa às necessidades do mercado e promovendo os seus produtos e/ou serviços de acordo com os segmentos de mercado seleccionados.

2.

A função das relações públicas no quadro organizacional de uma empresa.

As relações públicas como elo de ligação e factor de coesão entre a empresa e o público.

GRUPO IV

1.

Evidenciar, em função da análise do texto:

- as dificuldades do jornalista em ser objectivo, face aos seus valores éticos e socioculturais;
- as necessidades de, no âmbito da sua actividade, ter rigor na selecção, tratamento e transmissão dos acontecimentos, ser capaz de ter uma percepção crítica da realidade social e de exprimir ideias e opiniões, num posicionamento de respeito para com o público.

GRUPO V

1.

O poder e a influência dos *media* na formação da opinião pública.

A prática informativa dos *media*, em particular a da televisão.

A capacidade de resposta dos indivíduos face aos *media*, através da percepção selectiva da informação e de um espírito crítico de avaliação dos discursos produzidos.

2.

Os *media* como subsistema social.

A relação dos *media* com as outras instituições do poder.