

**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

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	
Subtotal .....		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 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, destacando as seguintes características e funções:
  - funções informativa e apelativa; frase curta, concisa e clara; instantaneidade; simultaneidade; estereótipo.
2. Devem ser valorizados a capacidade criativa do aluno, a adequação do título criado ao conteúdo da mensagem e o domínio da linguagem específica.

### GRUPO II

1. Evidenciar, a partir da análise do texto, a importância crescente das receitas da publicidade no financiamento dos principais meios de comunicação.  
Relacionar esse facto com a concorrência pela hegemonia ao nível das audiências e referir as consequências daí decorrentes para as características do produto mediático.
2. Sublinhar o papel desempenhado pelo Estado no aparecimento/desenvolvimento de grupos económicos com tendências de concentração, através de uma política de abertura à iniciativa privada de sectores da comunicação social, nomeadamente da televisão.  
Sublinhar a crescente tendência para a liberalização deste sector à escala internacional, geradora da constituição de grandes grupos transnacionais, dotados de elevados meios financeiros e tecnológicos, e para a inserção dos grupos nacionais nas estratégias por eles definidas.

### GRUPO III

1. Identificação dos dois níveis de públicos, salientando a importância das relações públicas no processo de comunicação interna e externa:
  - a comunicação com o público interno, visando a identificação com os objectivos da empresa, a motivação dos trabalhadores e o desenvolvimento harmonioso da mesma;
  - a comunicação com o público externo, destinada à promoção dos produtos da empresa e à sua afirmação no mercado.
2. Realçar a importância do relacionamento interpessoal e social na definição da imagem da empresa.

#### **GRUPO IV**

1. Mencionar o papel do jornalista quanto a:
  - função informativa;
  - rigor, zelo profissional, respeito e dever para com a opinião pública.

#### **GRUPO V**

1. Analisar a comunicação mediática como um processo social e não técnico.  
Referir que a reacção do público às mensagens depende da integração social do indivíduo e dos contextos concretos e particulares de recepção deste género de mensagens.
2. Criticar:
  - a influência crescente dos *media* nas sociedades contemporâneas, com a globalização da comunicação;
  - a tendência para a uniformização da informação, mas simultaneamente para a sua democratização;
  - o estabelecimento de amplas redes de relações sociais (muito alargadas, mas que dispensam qualquer tipo de contacto/conhecimento directo dos indivíduos entre si).