

---

## **Prova Escrita de Inglês**

---

11.º/12.º Anos de Escolaridade – Continuação – bienal

---

**Prova 550/1.ª Fase**

8 Páginas

---

Duração da Prova: 120 minutos. Tolerância: 30 minutos.

---

**2009**



---

Utilize apenas caneta ou esferográfica de tinta indelével, azul ou preta.

Pode utilizar dicionários unilingues ou bilingues, sem restrições nem especificações.

Não é permitido o uso de corrector. Em caso de engano, deve riscar, de forma inequívoca, aquilo que pretende que não seja classificado.

Escreva de forma legível a identificação das actividades e dos itens, bem como as respectivas respostas. As respostas ilegíveis ou que não possam ser identificadas são classificadas com zero pontos.

Para cada item, apresente apenas uma resposta. Se escrever mais do que uma resposta a um mesmo item, apenas é classificada a resposta apresentada em primeiro lugar.

Responda aos itens pela ordem em que se apresentam, dado que cada um deles se integra numa sequência que contribui para a realização da actividade final. Contudo, não há penalização caso apresente as respostas noutra sequência.

As cotações dos itens encontram-se no final do enunciado da prova.

Sugestões de distribuição do tempo de realização da prova:

<b>Actividade A</b>	20 minutos
<b>Actividade B</b>	50 minutos
<b>Actividade C</b>	40 minutos
<b>Revisão geral</b>	10 minutos

---

---

The final task you are expected to complete is to write a text on the influence advertising has on your choices as a consumer.

Activities A and B will provide you with input for Activity C.

---

### ACTIVITY A

1. Below is a series of ways of attracting potential buyers used in ads/commercials.

Match each of the ways in A with the corresponding example in B. Two of the examples do not apply.

Write only the letters and the numbers.

A	B	Products advertised
a. humour	1. Why don't you put a tiger in your tank?	petrol
b. imperative	2. It keeps going, and going, and going...	batteries
c. metaphor	3. The best a man can get.	razor blades
d. repetitions	4. Skimmed milk does not come from skinny cows.	milk
e. scientific evidence	5. Clinical tests show it works in 75% of the cases.	face cream
	6. Always finger-licking chicken wings!	fast-food
	7. Just do it!	sports clothes

2. Below are words/expressions that are used to connect ideas.

Organise them under the headings given, according to their function. Three of the words/expressions do not relate to any of these functions.

Write only the numbers and the letters.

- a. that's why
- b. therefore
- c. due to
- d. furthermore
- e. first of all
- f. however
- g. for instance
- h. although
- i. besides
- j. thus
- k. despite
- l. as well

1. Addition

2. Consequence

3. Concession

**3. Read the sentences below and fill in the blanks by choosing the appropriate word from the choices given.**

**Write only the letters and the numbers.**

**a.** Advertising aims to create the \_\_\_\_\_ that buying the advertised product is essential.

1. appearance      2. chance      3. illusion      4. unreality

**b.** Advertisers try to find \_\_\_\_\_ strategies to attract the consumer's attention.

1. incredulous      2. ingenious      3. ingenuous      4. genial

**c.** Advertising companies have legal \_\_\_\_\_ to help them resolve problems with consumers.

1. advisors      2. aids      3. councillors      4. counsels

**d.** Advertisements aim to \_\_\_\_\_ the potential customer to buy a product.

1. permit      2. warn      3. intend      4. persuade

## ACTIVITY B

Read the following text.

### TARGETING YOUTH

**ADVERTISEMENTS TARGETING CHILDREN AND ADOLESCENTS ARE PROFOUNDLY INFLUENTIAL. TEENS ARE THE CONSUMERS OF TODAY AND OF THE FUTURE. WHEN A BRAND CONNECTS WITH A TEEN, IT CAN TAP INTO A LIFETIME OF LOYALTY...**

5 While advertising is not the only influence on children's consumer behaviour, research has consistently shown its power. For example, in a study in Dutch schools, 52% of elementary school children specifically mentioned brand names when asked what gifts they wanted for Christmas. A new ground-breaking survey of professionals who work in youth-related fields shows that they feel it is appropriate to begin marketing to children at age 7, on average.

10 Corporations capitalise on the age-old insecurities and self-doubts of tweens (ages 8 to 12) and teens by making them believe that to be truly cool, you need their product. The 1990s corporations discovered that the youth market was able and willing to pay top dollar in order to be 'cool'. So, marketers are targeting tweens and teens also because of their substantial buying power. Today, these youths influence purchases bought for the household.

15 Teen anger, activism and attitude have become commodities that marketers appropriate, package and then sell back to teens. It's getting harder to tell which came first: youth culture, or the marketed version of youth culture. For example, advertisers use hip-hop culture to sell products such as Sprite, and the emergence of extreme sports coincided with the branding of associated products such as skateboards.

20 Identity-oriented branding also encourages disapproval of anything different, be it a different generation, different cultural group or different school clique. The way advertising separates kids from their parents is particularly insidious, according to child psychologist Allen Kanner. Essentially, advertisers encourage rejection of the older generation's preferences to the point of trying to create an official statement about what is cool for teenagers.

Teens are brand-conscious and brand-loyal at an early age. They buy brands that reflect their style, and use them to fashion an image for themselves. They say it's perfectly okay to pay extra for a well-known brand, even though some agree that brand isn't always the best indication of quality.

25 In addition to brand consciousness, no other age group displays such an affinity toward shopping. This age group also outpaced others in both the number of times they shop per month, and the average time they spend in stores.

www\_youthXchange.net/main/b262\_advertising\_youth-b.asp (2007)  
(abridged and adapted)

1. List three reasons given in the text as to why advertisers focus on young consumers.

2. Complete the following sentences using the information in the text.

Write only the letters and the corresponding answers.

a. In Holland, just over half of the children interviewed said \_\_\_\_\_.

b. Advertisers exploit teen anger, activism and attitude by \_\_\_\_\_.

c. Some teens are not concerned about the quality of products as long \_\_\_\_\_.

**3. Replace the words/expressions in bold with a suitable equivalent.  
Write only the letters and the corresponding answers.**

a. Corporations **capitalise on**... (l. 6)

b. ... to pay **top dollar**... (l. 8)

c. ... is particularly **insidious**... (l. 18)

**4. Find compound adjectives in the text to complete the following sentences.  
Write only the letters and the corresponding words.**

a. If a method is innovative, it is \_\_\_\_\_.

b. If a product aims at shaping the attitudes and behaviour of a certain group, it is \_\_\_\_\_.

c. If you always buy the same type of product from the same company, you are \_\_\_\_\_.

### **ACTIVITY C**

**Write a text on the influence advertising has on your choices as a consumer. It is to be published in a special issue of an online youth magazine about consumerism.**

**Write between 150 and 220 words.**

**You may use the input provided by activities A and B.**

**FIM**

## COTAÇÕES

### Actividade A

- |         |           |
|---------|-----------|
| 1. .... | 15 pontos |
| 2. .... | 10 pontos |
| 3. .... | 15 pontos |

---

**40 pontos**

### Actividade B

- |         |           |
|---------|-----------|
| 1. .... | 20 pontos |
| 2. .... | 20 pontos |
| 3. .... | 20 pontos |
| 4. .... | 20 pontos |

---

**80 pontos**

### Actividade C

..... 80 pontos

---

**80 pontos**

---

**TOTAL ..... 200 pontos**

## Prova Escrita de Inglês

11.º/12.º Anos de Escolaridade – Continuação – bienal

**Prova 550/1.ª Fase**

5 Páginas

Duração da Prova: 120 minutos. Tolerância: 30 minutos.

**2009**

### COTAÇÕES

#### Actividade A

- |         |           |
|---------|-----------|
| 1. .... | 15 pontos |
| 2. .... | 10 pontos |
| 3. .... | 15 pontos |

**40 pontos**

#### Actividade B

- |         |           |
|---------|-----------|
| 1. .... | 20 pontos |
| 2. .... | 20 pontos |
| 3. .... | 20 pontos |
| 4. .... | 20 pontos |

**80 pontos**

#### Actividade C

..... 80 pontos

**80 pontos**

**TOTAL ..... 200 pontos**

**A classificação da prova deve respeitar integralmente  
os critérios gerais e específicos a seguir apresentados**

### **CRITÉRIOS GERAIS DE CLASSIFICAÇÃO**

A classificação a atribuir a cada item é obrigatoriamente:

- um número inteiro;
- um dos valores resultantes da aplicação dos critérios gerais e específicos de classificação e previstos na respectiva grelha de classificação.

As respostas que se revelem ilegíveis ou que não possam ser claramente identificadas são classificadas com zero pontos. No entanto, em caso de omissão ou de engano na identificação de um item, o mesmo pode ser classificado se, pela resposta apresentada, for possível identificá-lo inequivocamente.

Se o examinando responder a um mesmo item mais do que uma vez, não eliminando inequivocamente a(s) resposta(s) que não deseja que seja(m) classificada(s), deve ser apenas considerada a resposta que surgir em primeiro lugar.

Os critérios de classificação estão organizados por níveis de desempenho. A cada um desses níveis é atribuída uma única pontuação.

Para a generalidade dos itens, são considerados de um a três níveis (N3, N2 e N1); para a tarefa final são considerados cinco níveis em cada parâmetro – competência pragmática e competência linguística (N5, N4, N3, N2 e N1). Estão previstos níveis de desempenho intercalares não descritos. Nestes casos, sempre que uma resposta revele um desempenho que não se integre em nenhum de dois níveis descritos consecutivos deve ser-lhe atribuída a pontuação correspondente ao nível intercalar que os separa.

Qualquer resposta que não corresponda ao nível mais alto descrito é integrada num dos níveis inferiores, de acordo com o nível de desempenho observado. É classificada com zero pontos qualquer resposta que não atinja o nível 1 de desempenho no domínio específico da disciplina.

Qualquer resposta que contenha elementos não incluídos nos critérios específicos do respectivo item, e que seja cientificamente correcta e adequada ao solicitado, é também classificada de acordo com os procedimentos previstos nos diferentes níveis de desempenho.

Nos itens de resposta fechada, qualquer resposta indicada de forma equívoca, por exemplo, fornecendo mais respostas do que a(s) pedida(s), é classificada com zero pontos. No caso dos itens constituídos por várias alíneas, a classificação é feita de acordo com o nível de desempenho observado na sua totalidade.

Nos itens de resposta aberta, é atribuída a classificação de zero pontos a respostas que não correspondam ao solicitado, independentemente da qualidade do texto produzido, nomeadamente na tarefa final, onde a competência linguística só é avaliada se o examinando tiver tratado o tema proposto e se tiver obtido, pelo menos, a classificação mínima na competência pragmática.

## CRITÉRIOS ESPECÍFICOS

### Actividade A

1.	N3	Associa as 5 frases às respectivas formas de atrair potenciais compradores. <i>Chave: a. – 4. b. – 7. c. – 1. d. – 2. e. – 5.</i>	15
	N2		10
	N1	Associa apenas 2 frases às respectivas formas de atrair potenciais compradores. Erra ou omite as restantes associações.	5
2.	N3	Associa 8 ou 9 palavras/expressões às respectivas funções. <i>Chave: 1. – d., i., l. 2. – a., b., j. 3. – f., h., k.</i>	10
	N2		7
	N1	Associa apenas 4 palavras/expressões às respectivas funções. Erra ou omite as restantes associações.	4
3.	N3	Completa as 4 frases indicando as palavras correctas. <i>Chave: a. – 3.            c. – 1. b. – 2.                d. – 4.</i>	15
	N2		10
	N1	Completa apenas 1 frase indicando a palavra correcta. Erra ou omite as restantes.	5

## Actividade B

<b>1.</b>	<b>N3</b>	Identifica correctamente as 3 razões pedidas, de acordo com o texto. Pode escrever com incorrecções linguísticas não impeditivas da compreensão. <i>Ex.: – investment in the future</i> <i>– substantial buying power</i> <i>– teens' liking for shopping</i>	<b>20</b>
	<b>N2</b>		<b>14</b>
	<b>N1</b>	Identifica correctamente apenas 1 das razões pedidas, de acordo com o texto. Pode escrever com incorrecções linguísticas não impeditivas da compreensão. Erra ou omite as restantes.	<b>8</b>

<b>2.</b>	<b>N3</b>	Completa as 3 frases com correcção linguística e de acordo com a informação do texto. <i>Ex.: a. – ...(that) they wanted specific brands for their Christmas presents.</i> <i>b. – ...appropriating, packaging and then selling them back to teens.</i> <i>c. – ...as they are brand items.</i>	<b>20</b>
	<b>N2</b>		<b>14</b>
	<b>N1</b>	Completa apenas 1 frase com correcção linguística e de acordo com a informação do texto. Erra ou omite as restantes.	<b>8</b>

<b>3.</b>	<b>N3</b>	Substitui as 3 palavras/expressões do texto por outras equivalentes. Pode escrever com erros de grafia não impeditivos da compreensão. <i>Ex.: a. – profit from</i> <i>b. – a lot of money</i> <i>c. – harmful</i>	<b>20</b>
	<b>N2</b>		<b>14</b>
	<b>N1</b>	Substitui apenas 1 palavra /expressão do texto por outra equivalente. Pode escrever com erros de grafia não impeditivos da compreensão. Erra ou omite as restantes.	<b>8</b>

<b>4.</b>	<b>N3</b>	Completa as 3 frases com os adjectivos correctos. <i>Chave: a. – ground-breaking</i> <i>b. – identity-oriented</i> <i>c. – brand-loyal</i>	<b>20</b>
	<b>N2</b>		<b>14</b>
	<b>N1</b>	Completa apenas 1 frase com o adjectivo correcto. Erra ou omite os restantes.	<b>8</b>

### Actividade C

<b>Competência pragmática</b>	<b>N5</b>	<p>Escreve um texto descritivo, respeitando as instruções dadas, fornecendo pormenores e destacando aspectos relevantes.</p> <p>Utiliza um número ainda limitado de mecanismos de coesão, mas articula as ideias de forma adequada num texto claro e coerente.</p> <p>Respeita os limites de palavras indicados.</p>	<b>50</b>
	<b>N4</b>		<b>40</b>
	<b>N3</b>	<p>Escreve um texto descritivo simples, respeitando as instruções dadas e destacando alguns aspectos relevantes.</p> <p>Utiliza conectores simples, articulando as ideias num texto coeso embora ainda constituído por uma sequência linear de informações.</p> <p>Pode não respeitar os limites de palavras indicados.</p>	<b>30</b>
	<b>N2</b>		<b>20</b>
	<b>N1</b>	<p>Escreve um texto descritivo simples, abordando o tema de forma genérica e recorrendo a repetições e pormenores pouco relevantes.</p> <p>Utiliza conectores simples para ligar frases elementares, mas estrutura deficientemente o texto.</p> <p>Pode não respeitar os limites de palavras indicados.</p>	<b>10</b>

<b>Competência linguística*</b>	<b>N5</b>	<p>Escreve um texto razoavelmente elaborado, utilizando recursos linguísticos adequados que lhe permitem transmitir a informação de forma precisa. Pode ainda revelar alguma influência da língua materna.</p> <p>Utiliza vocabulário suficiente para se exprimir, podendo suprir algumas lacunas com a ajuda de circunlocações. Revela geralmente bom domínio do vocabulário. Pode ocorrer alguma confusão e escolha incorrecta de palavras.</p> <p>Revela geralmente bom domínio das estruturas e formas gramaticais, não cometendo erros gramaticais que possam causar incompreensão.</p> <p>A ortografia é razoavelmente precisa.</p> <p>A pontuação é adequada.</p>	<b>30</b>
	<b>N4</b>		<b>24</b>
	<b>N3</b>	<p>Escreve um texto simples, utilizando recursos linguísticos adequados ao que pretende transmitir. Pode ainda revelar alguma influência da língua materna.</p> <p>Utiliza vocabulário suficiente para se exprimir com a ajuda de circunlocações. Revela bom domínio do vocabulário elementar, cometendo erros graves apenas quando exprime um pensamento mais complexo.</p> <p>Utiliza, com correcção, estruturas simples, não cometendo erros gramaticais elementares de forma sistemática.</p> <p>A ortografia é suficientemente precisa para não afectar a inteligibilidade do texto.</p> <p>A pontuação é adequada.</p>	<b>18</b>
	<b>N2</b>		<b>12</b>
	<b>N1</b>	<p>Escreve um texto simples, utilizando padrões frásicos elementares.</p> <p>Utiliza vocabulário elementar suficiente para se exprimir com a ajuda de circunlocações.</p> <p>Utiliza, com correcção, estruturas simples, mas ainda comete alguns erros gramaticais elementares de forma sistemática, sem que isso impeça a compreensão global da mensagem.</p> <p>Revela algum conhecimento das convenções ortográficas.</p> <p>A pontuação nem sempre é adequada.</p>	<b>6</b>

\* A competência linguística só será avaliada se o examinando tiver tratado o tema proposto, situando-se o seu texto pelo menos no nível 1 da competência pragmática.