

CrITÉrios EspecÍficos de ClassificaÇão

LISTENING TEST 1

ACTIVITY A

SCRIPTS	
“You belong with me” You're on the phone with your girlfriend, she's upset She's going off about something that you said 'Cause she doesn't get your humor like I do I'm in my room, it's a typical Tuesday night I'm listening to the kind of music she doesn't like And she'll never know your story like I do But she wears short skirts, I wear t-shirts She's cheer captain and I'm on the bleachers	Dreaming 'bout the day when you wake up and find That what you're looking for has been here the whole time If you could see that I'm the one who understands you Been here all along, so why can't you see? You belong with me You belong with me Taylor Swift, “You belong with me” (shortened) https://www.youtube.com/watch?v=VuNIsY6JdUw
“Celebrities have come to play a major part in modern culture” (PART 1) For many people, film and TV stars, athletes, pop stars, the royal family, chefs and business “sharks” serve as arbiters of taste, morality and public opinion, thus impacting on buying behaviour. Celebrities range from globally renowned artists to reality TV stars, who sometimes become an overnight success through appearing in shows such as <i>The X Factor</i>, <i>Big Brother</i>, <i>Masterchef</i> or on MTV. The phenomenal growth of social networking has also launched self-styled celebrities, who have made a name for themselves on video-sharing websites; sometimes without any discernible talent. Companies exploit the power of celebrities and employ them to advertise just about everything. As famous people are instantly recognisable and attract consumer interest, they can bring attention to a brand in a way that no other type of advertising can. As long as the celebrity is authentic, he or she can help to lend credibility to a brand and influence the way it is perceived. Many consumers believe that if a product is good enough for a star, it is good enough for them. Celebrity influence exists across all age groups, though it is more apparent among the younger generation. Tweens and teens idolise the icons of the moment, such as Justin Bieber, Taylor Swift or One Direction, whereas adults tend to admire older celebrities. https://www.euromonitor.com/celebrity-power-and-its-influence-on-global-consumer-behaviour/report (abridged and slightly adapted)	

1.			
N 5	Completa 5 espaços corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão. Chave: (1) <i>on the phone with your girlfriend</i> ; (2) <i>to the kind of music</i> ; (3) <i>wears short skirts, I wear t-shirts</i> ; (4) <i>what you're looking for</i> ; (5) <i>why can't you see</i>		50
N 4	Completa 4 espaços corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.		40
N 3	Completa 3 espaços corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.		30
N 2	Completa 2 espaços corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.		20
N 1	Completa 1 espaço corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.		10

2.			
N 3	Indica corretamente os 3 assuntos referidos pelo autor do texto. Chave: a; c; d		50
N 2	Indica corretamente apenas 2 assuntos referidos pelo autor do texto.		30
N 1	Indica corretamente apenas 1 assunto referido pelo autor do texto.		10

ACTIVITY B

SCRIPT

“Celebrities have come to play a major part in modern culture” (PART 2)

The level of celebrity influence is difficult to gauge. However, it is estimated that while as many as one in four advertisements features celebrities in the US, the percentage is much lower in Europe. In Germany, for example, the rate is around 16%.

The celebrity culture is widespread in Asia. In both South Korea and Japan, it is thought that as many as 70% of commercials now feature a celebrity. The phenomenon is newer in China and India, where it has gained momentum in a relatively short space of time.

In South Korea, entertainment companies work hand-in-hand with the advertising industry in a unique way. Hundreds of “K-pop” stars are trained from a young age not only to sing and perform in concerts, but also to endorse products and promote corporate brands.

China, as a collectivist society, has in the past put its trust in leaders and elders for guidance. However, under the new socialist market economy model, it is celebrities rather than military heroes who now symbolise knowledge, trust and aspiration in the eyes of consumers.

Celebrity power has also taken off in a big way in India, and companies are clamouring to secure contracts with the big Bollywood actors.

<https://www.euromonitor.com/celebrity-power-and-its-influence-on-global-consumer-behaviour/report> (abridged and slightly adapted)

3.			
	N 5	Identifica e corrige os 5 erros. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão. Chave: a. easy - difficult ; b. 60% - 16%; c. Africa - Asia; d. Italy - India; e. Military Heroes - Celebrities	50
	N 4	Identifica e corrige 4 erros. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	40
	N 3	Identifica e corrige 3 erros. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	30
	N 2	Identifica e corrige 2 erros. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	20
	N 1	Identifica e corrige 1 erro. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	10

4.			
	N 5	Completa as 5 frases corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão. Chave: a. <i>in four advertisements</i> ; b. <i>lower in Europe</i> ; c. <i>feature a celebrity</i> ; d. <i>with the advertising industry</i> ; e. <i>sing and perform in concerts</i>	50
	N 4	Completa 4 frases corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	40
	N 3	Completa 3 frases corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	30
	N 2	Completa 2 frases corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	20
	N 1	Completa 1 frase corretamente. Pode escrever com incorreções linguísticas não impeditivas da compreensão.	10

TEST 1

ACTIVITY A

1.	N 5	Completa corretamente 9 ou 10 espaços. Chave: a) <i>fashion</i> ; b) <i>individuality</i> ; c) <i>marketplace</i> ; d) <i>consumers</i> ; e) <i>shop</i> ; f) <i>boutiques</i> ; g) <i>brands</i> ; h) <i>designers</i> ; i) <i>world</i> ; h) <i>experience</i>	18/20
	N 4	Completa corretamente 7 ou 8 espaços.	14/16
	N 3	Completa corretamente 5 ou 6 espaços.	10/12
	N 2	Completa corretamente 3 ou 4 espaços.	6/8
	N 1	Completa corretamente 1 ou 2 espaços.	2/4

2.	N 3	Identifica e corrige 8, 9 ou 10 erros. Chave: a. <i>Many shoppers who are money-rich but time-poor have been increasingly looking to buy from online fashion companies rather than traditional boutiques.</i> b. <i>Farfetch has come a long way since it was founded. It was created by José Neves, who was the owner of a shoe shop in Portugal. It has been a highly successful business, which is great news for José Neves.</i>	10
	N 2	Identifica e corrige 4, 5, 6 ou 7 erros.	7
	N 1	Identifica e corrige 1, 2 ou 3 erros.	3

3.	N 3	Indica 5 razões. Escreve com correção linguística. Ex.: - <i>possibility of buying several brands and products all in one place</i> ; - <i>better prices are available online</i> ; - <i>you don't have to leave the comfort of your house</i> ; - <i>you can do your shopping in minutes</i> ; - <i>you can shop whenever you want to</i> .	10
	N 2	Indica 3 ou 4 razões. Escreve com correção linguística.	6/8
	N 1	Indica 1 ou 2 razões. Escreve com correção linguística.	2/4

ACTIVITY B

1.	N 3	Completa as 3 frases com correção linguística e de acordo com a informação do texto. Pode escrever com incorreções de grafia e de pontuação não impeditivas da compreensão. Ex.: a. <i>Teen style is no longer determined by what teenagers see at school or on TV.</i> b. <i>Teen style has changed due to teenagers' constant access to information.</i> c. <i>Teen fashion tribes find their inspiration in articles, videos and social media.</i>	18
	N 2	Completa 2 frases com correção linguística e de acordo com a informação do texto. Pode escrever com incorreções de grafia e de pontuação não impeditivas da compreensão.	12
	N 1	Completa apenas 1 frase com correção linguística e de acordo com a informação do texto. Pode escrever com incorreções de grafia e de pontuação não impeditivas da compreensão.	6

2.	N 3	Estabelece as 5 correspondências corretamente. Chave: a.3; b.1; c.5; d.4 e. f.2	15
	N 2	Estabelece 3 ou 4 correspondências corretamente.	9/12
	N 1	Estabelece 1 ou 2 correspondências corretamente.	3/6

3.	N 3	Identifica os sinónimos adequados para 5 ou 6 palavras. Chave: <i>a. mandated; b. cliques/ squads; c. has shifted; d. consciousness; e. truly; f. focused on</i>	15/18
	N 2	Identifica os sinónimos adequados para 3 ou 4 palavras.	9/12
	N 1	Identifica os sinónimos adequados para 1 ou 2 palavras.	3/6

4.	N 3	Responde à pergunta com correção linguística e de acordo com a informação do texto. Pode escrever com incorreções de grafia e de pontuação não impeditivas da compreensão. Ex.: <i>I think I could describe myself as a Fashion Jock. I love streetwear and sneakers. I like certain brands, with visible logos and an original design.</i>	20
	N 2		14
	N 1	Responde de forma incompleta. Erra ou omite informação.	8

5.	N 2	Reescreve as 2 frases corretamente. Chave: <i>a. Even though she is quite old, she loves shopping online.</i> <i>b. Despite being very rich, he isn't a big spender.</i>	6
	N 1	Reescreve 1 frase corretamente.	3

ACTIVITY C

Competência Pragmática			
1.	N 5	Escreve um texto, respeitando as instruções dadas, fornecendo pormenores e destacando aspetos relevantes. Utiliza um número ainda limitado de mecanismos de coesão, mas articula as ideias de forma adequada num texto organizado, claro e coerente. Respeita os limites de palavras indicados.	50
	N 4		40
	N 3	Escreve um texto simples, respeitando as instruções dadas e destacando alguns aspetos relevantes. Utiliza conectores simples, articulando as ideias num texto coeso embora ainda constituído por uma sequência linear de informações. Pode não respeitar os limites de palavras indicados.	30
	N 2		20
	N 1	Escreve um texto simples, abordando o tema de forma genérica e recorrendo a repetições e pormenores pouco relevantes. Utiliza conectores simples para ligar frases elementares, mas estrutura deficientemente o texto. Pode não respeitar os limites de palavras indicados.	10

Competência Linguística*			
2.	N 5	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. Utiliza vocabulário suficiente para se exprimir, podendo suprir algumas lacunas com a ajuda de circunlocuções. Revela geralmente bom domínio do vocabulário. Pode ocorrer alguma confusão e escolha incorreta de palavras. Revela geralmente bom domínio das estruturas e formas gramaticais, não cometendo erros gramaticais que possam causar incompreensão. A ortografia é razoavelmente precisa. A pontuação é adequada.	30
	N 4		24
	N 3	Escreve um texto simples, utilizando recursos linguísticos adequados ao que pretende transmitir. Pode ainda revelar alguma influência da língua materna. Utiliza vocabulário	18

		suficiente para se exprimir com a ajuda de circunlocuções. Revela bom domínio do vocabulário elementar, cometendo erros graves apenas quando exprime um pensamento mais complexo. Utiliza, com correção, estruturas simples, não cometendo erros gramaticais elementares de forma sistemática. A ortografia é suficientemente precisa para não afetar a inteligibilidade do texto. A pontuação é adequada.	
	N 2		12
	N 1	Escreve um texto simples, utilizando padrões frásicos elementares. Utiliza vocabulário elementar suficiente para se exprimir com a ajuda de circunlocuções. Utiliza, com correção, estruturas simples, mas ainda comete alguns erros gramaticais elementares de forma sistemática, sem que isso impeça a compreensão global da mensagem. Revela algum conhecimento das convenções ortográficas. A pontuação nem sempre é adequada.	6

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