**1ª. Questão –**Instantaneidade, perenidade, interatividade, hipertextualidade, customização. Essas são algumas das características do jornalismo on-line. De posse dessa questão teórica, considere que você precisa produzir um conteúdo especial sobre a praia de Jericoacora, localizada no município de Jijoca de Jiricoacoara, no Ceará, para a editoria de turismo de um portal jornalístico. Abordando as características do jornalismo on-line citadas acima, sugira uma reportagem e explique como ela deve ser executada a fim de produzir um guia para turistas que desejam visitar o local.

**2ª. Questão –** Considere que você faz parte da equipe de assessoria de imprensa responsável pela divulgação, na mídia local, da inauguração de uma nova unidade de atendimento do Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Decon) em Fortaleza. Sendo assim, proponha três ações (produtos e serviços) para compor um Plano de Comunicação. Explique como será executada cada ação.

**ESTUDO DE CASO**

Após o assassinato de um homem negro de 40 anos de idade por seguranças, dentro de uma das lojas do supermercado Carrefour, na cidade de Porto Alegre (RS), no dia 19 de novembro de 2020, foi anunciado, dia 23/11, que o Carrefour Brasil havia perdido R$ 2,16 bilhões em valor de mercado.

"As ações do Carrefour Brasil, que subiram 0,5% na sexta, caíram 5,35% nesta segunda, a R$ 19,30, a maior queda do Ibovespa, principal índice acionário do Brasil, no pregão. A empresa passou de R$ 40,478 bilhões para R$ 38,314 bilhões em valor de mercado.” (fonte: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/11/acoes-do-carrefour-caem-mais-de-5-apos-assassinato-de-homem-negro.shtml)

A morte de João Alberto Silveira Freitas gerou protestos pelo Brasil no Dia da Consciência Negra (20). Algumas lojas da rede foram apedrejadas, pichadas e ocupadas por manifestantes. Também ocorreram incêndios em algumas unidades.

O jornal francês Le Monde, que usou a frase “*Carrefour assassin!*” ao anunciar o caso disse, na quarta-feira (25/11), que o Carrefour tem imagem "manchada de sangue" e que nem as desculpas oficiais, nem a criação de um fundo de R$ 25 milhões para lutar contra o racismo no Brasil, nem o rompimento do contrato com a empresa de segurança Vector, onde trabalhavam os dois vigias, foram suficientes para apagar o incêndio.

Especialistas em gestão de negócios atrelaram a perda bilionária à má reputação que o caso trouxe à marca. “A liderança da organização está em xeque. O caso destrói os pilares sociais e de governança nas práticas ESG e tudo isso faz com que os investidores entendam que há um grande risco reputacional para a companhia. Hoje esse risco reputacional está precificado,” explicou Dario Menezes, diretor executivo da Caliber no Brasil, consultoria internacional com sede na Dinamarca e foco em gestão de reputação corporativa. (fonte: https://www.forbes.com.br/forbesesg/2020/11/carrefour-perde-r-2-bilhoes-em-valor-de-mercado-e-anuncia-fundo-para-combate-ao-racismo/)

Já houve um tempo em que a propaganda era a alma do negócio. Hoje, a alma do negócio é a reputação porque não basta ser conhecido. É preciso ser respeitado, admirado, para conquistar a confiança dos outros. (ROSA, Mário. **A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu asgrandes crises de imagem**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

A partir da análise do caso de crise de imagem do supermercado Carrefour e da definição formulada por Mário Rosa, em A Era do Escândalo, redija um texto de 15 linhas a respeito da importância da boa reputação para as empresas e autoridades públicas.

**Em sua abordagem, deverão ser contemplados os seguintes aspectos:**

a) Como o gerenciamento de crise pode ajudar a recuperar a reputação do assessorado

b) Qual o papel da assessoria de imprensa nesse processo