**Questão 01**

A Olimpíada de Tóquio, que estava programada para julho de 2020, foi adiada para este ano de 2021. Considere que você foi incumbido da cobertura da editoria de Esportes de um site de notícias e sua missão é mostrar as chances dos atletas brasileiros nas competições de skate, caratê, e surfe, modalidades que estreiam na próxima edição dos jogos.

Escolha uma das três modalidades, e sugira duas pautas e a forma como elas devem ser executadas, levando em consideração as características do jornalismo on-line.

**Questão 02**

O press release é um texto feito por um assessor de imprensa após pesquisas e entrevistas com o objetivo de pautar os veículos de comunicação. Produto, pessoa, ou evento que venha a ser motivo de um release precisa ser apresentado por meio de um texto noticioso. O mote vai depender da peculiaridade de cada um. Por exemplo: Se a tarefa é fazer um release para o lançamento de um carro, sua missão é definir, em meio a tantas qualidades do veículo, quais têm mais potencial para chamar a atenção da imprensa.

Em termos técnicos de redação, cite cinco características que o release precisa ter para ser mais eficiente

**Estudo de caso**

O empresário Junior Durski, dono da rede de restaurantes Madero, criticou, por meio de um vídeo publicado no Instagram em março de 2020, o fechamento parcial do comércio, no início da pandemia do Covid-19 no Brasil.

"Eu sei que temos que chorar e vamos chorar pelas pessoas que morreram por conta do coronavírus. Vamos isolar os idosos, aqueles com problemas de saúde, mas não podemos por conta de 5 mil pessoas que vão morrer...” (Fonte: https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/23/coronavirus-dono-do-madero-critica-fechamento-parcial-do-comercio.htm)

Após a publicação, milhares de internauta se manifestaram nas redes sociais e convocaram um boicote. O empresário pediu desculpas e, em nova mensagem, afirmou estar preocupado com as pessoas que estão sofrendo por causa do coronavírus.

No dia seguinte, em entrevista ao jornal O Globo, no entanto, Durski afirmou que não se arrepende da fala em que criticou as medidas recentes de governadores. “Não me arrependi em nada do que falei. O confinamento, do jeito que está, é um absurdo”. (Fonte: https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/dono-do-madero-nao-me-arrependi-em-nada-do-que-falei.html)

Dois meses depois, em nova entrevista, o empresário disse que o faturamento do Madero despencou e que a marca vai precisar se reinventar após a pandemia. (fonte: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2020/05/16/interna-brasil,855563/dono-do-madero-se-surpreende-com-queda-nas-vendas-durante-pandemia.shtml)

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 as grandes crises de imagem**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

A partir da análise do caso de crise de imagem do Restaurante Madeiro e da definição formulada por Mário Rosa, em A Era do Escândalo, redija um texto dissertativo 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) o papel do assessor de imprensa nesse processo

b) gerenciamento de crise como forma de forma de “apagar incêndios” e recuperar a reputação do assessorado