

COMUNICAÇÃO

C-6 SEXTA-FEIRA, 28, E FIM DE SEMANA, 29 E 30 DE JULHO DE 2006

PESQUISA

OS INDICADOS

5ª Pesquisa Marcas de Confiança
Revista Seleções/Ibope (em ordem alfabética)

PUBLICITÁRIO MAIS CONFIÁVEL

- Armando Strozemberg (Contemporânea)
- **Christina Carvalho Pinto (Full Jazz)**
- Julio Ribeiro (Talent)
- Luis Lara (Lew,Lara)
- Marcello Serpa (AlmapBDDO)
- Nádia Rebouças (Rebouças & Associados)
- Nizan Guanaes (Grupo Ypy)
- Paulo Giovanni (Giovanni,FCB)
- Roberto Justus (Grupo Newcomm)
- Washington Olivetto (W/Brasil)

EXECUTIVO MAIS CONFIÁVEL

- Antônio Ermirio de Moraes (Votorantim)
- Antônio Maciel Neto (ex-Ford e atual Suzano)
- Constantino Jr (Gol Linhas Aéreas)
- Jorge Gerdau Johannpeter (Gerdau)
- Luiza Helena Trajano (Magazine Luiza)
- Marcio Cypriano (Bradesco)
- Mauricio Botelho (Embraer)
- Pedro Luiz Barreiros Passos (Natura)
- Roger Agnelli (Vale do Rio Doce)
- Sérgio Gabrielli (Petrobrás)

Fonte: Revista Seleções

Seleções faz ranking com publicitários e executivos confiáveis

SANDRA AZEDO
SÃO PAULO

Publicitários e empresários passam a fazer parte da pesquisa feita pela revista Seleções (*Reader's Digest*), que aponta os mais confiáveis. Dez nomes em cada uma das categorias foram apontados por jornalistas e o resultado final será divulgado em setembro, depois de uma eleição feita por leitores da revista. O resultado será publicado na edição de outubro do título, que é mensal.

REALINHAMENTO MUNDIAL

É a 5ª edição da Pesquisa Marcas de Confiança, que pelo segundo ano consecutivo é feita em parceria com o Ibope. "Antes eram 49 categorias, mas decidimos passar para 37 na divisão de marcas", conta a diretora de publicidade, Maria Luiza Zacarias, explicando que se trata de um realinhamento mundial.

Também existem as categorias especiais, que eram dez e

passaram a ser 12, com a inclusão de publicitário e executivo. "Achamos oportuna a novidade, em razão de todos estes acontecimentos políticos", comenta Maria Luiza.

Destes dez nomes finalistas, será feito um ranking com os cinco nomes mais votados exclusivamente pelos assinantes da revista Seleções. Segundo Maria Luiza, são enviadas 18 mil cartas com a pesquisa e a previsão da empresa é ter um retorno de 15%. Os leitores têm 30 dias para enviar as respostas, sendo que no caso das categorias especiais o esquema é de múltipla escolha. "No caso das marcas, a sugestão é do leitor", esclarece Maria Luiza.

De acordo com a diretora, Seleções tem uma circulação paga de 400 mil exemplares no Brasil, sendo que 95% das vendas ocorrem por meio de assinatura. Do total dos leitores, 64% são mulheres e 73% pertencem às classes A e B.