

## Leitura RECOMENDADA



**MÁRIO CASTELAR**

### O MARKETING DA NOVA GERAÇÃO

**Editora Elsevier**  
São Paulo – 2008  
152 p. – R\$ 43,00

A proposta deste livro é discutir a relação entre a estratégia de marketing e a comunicação como solução para a apresentação de idéias e a comercialização de mercadorias e serviços.

Mário Castelar é diretor de comunicação, inovação e serviços de marketing da Nestlé Brasil – eleita por diversas vezes como a empresa que mais respeita o consumidor. Desde 2001 a Nestlé tem conquistado muitos prêmios de marketing no Brasil, por sua atuação diferenciada, que privilegia a interferência na vida das pessoas à realização de campanhas ortodoxas de propaganda. Castelar utilizou a experiência adquirida em mais de 30 anos de vida profissional, com passagem por companhias como Souza Cruz, Rhodia Têxtil, Norton Publicidade, Young & Rubicam e Marplan Pesquisas de Mercado.

O autor é Bacharel em Direito pela Universidade Federal Fluminense e tem cursos de aperfeiçoamento profissional nos Estados Unidos e na França. É vice-presidente da ABA (Associação Brasileira de Anunciantes) e membro do Conselho Consultivo do CENP, Conselho Executivo das Normas Padrão) e ganhou o Prêmio Caboré na categoria Profissional de Marketing em 2003.

“O livro de Mário Castelar traz oportunas reflexões sobre o marketing e sua influência na vida contemporânea.” – Jacques Marcovitch Professor da Universidade de São Paulo.



**ERNESTO MICHELANGELO GIGLIO**

### O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

**Editora Cengage Learning**  
São Paulo – 2008  
254 p. – R\$ 62,90

Este livro apresenta um estudo atualizado das teorias dominantes do comportamento humano ligado ao consumo, das metodologias de pesquisa resultantes de tais quadros teóricos e algumas indicações das práticas que as acompanham. Mantendo uma postura crítica em relação às teorias existentes sobre o comportamento do consumidor, o autor aponta sugestões de novos desenvolvimentos para o tema, procurando referenciar, sempre que possível, autores e casos brasileiros.

O livro estimula o debate entre estudantes, professores e profissionais que desejem compreender a importância do estudo do consumidor contemporâneo como ferramenta estratégica no cenário atual de acirrada concorrência.

**Ernesto Michelangelo Giglio** é professor da ESPM e da UNIP, pesquisador e consultor do comportamento do consumidor na área de serviços imobiliários.



**ORGANIZADOR:  
PAULO PIRATININGA**

### COMO USAR A MÍDIA A SEU FAVOR – AS MELHORES PRÁTICAS PARA SER NOTÍCIA

**Editora CLA**  
São Paulo – 2008  
172 p. – R\$ 36,00

Trata-se de um livro voltado para pequenos e médios empresários, com dicas práticas extraídas do dia-a-dia dos profissionais de uma importante agência de comunicação.

Como pequenos e médios empresários podem ser notícias? Como tomar seus produtos conhecidos sem gastar muito? O livro propõe respostas para essas e outras perguntas ligadas à comunicação empresarial e ao relacionamento com a imprensa.

A obra apresenta, também, didaticamente, os principais conceitos e práticas para conquistar espaços na imprensa, mostrando a importância de ser notícia. Seu objetivo é ser um guia de referência sobre comunicação empresarial para empresários e executivos. Como destaque, o livro é composto por duas seções. Em *Formando Porta-Vozes*, o leitor recebe dicas para a formação de interlocutores e seu comportamento diante da imprensa em diversas situações. Já o capítulo *Práticas de Assessoria de Imprensa* focaliza as rotinas do consultor de comunicação e o uso de estratégias como o *off* e a notícia exclusiva.

**Paulo Piratininga** é formado em Jornalismo pela Escola de Comunicação e Artes da USP. Foi repórter e editor de várias publicações, antes de estabilizar-se como assessor de imprensa. Dirige desde 1992 a Scritta – Serviço de Imprensa. ▶