

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

HANAE MONMA

COMUNICAÇÃO, TERCEIRO SETOR E CELEBRIDADES:
Uma análise do site do Instituto Ayrton Senna

Porto Alegre
2012

HANAE MONMA

COMUNICAÇÃO, TERCEIRO SETOR E CELEBRIDADES:

Uma análise do site do Instituto Ayrton Senna

Trabalho de conclusão de curso apresentado como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Orientador: Prof. Ms. Basilio Alberto Sartor
Co-orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera

Porto Alegre
2012

Monma, Hanae.

Comunicação, Terceiro Setor e Celebidades: uma
análise do site do Instituto Ayrton Senna / Hanae
Monma. – Porto Alegre, 2012.

130f.

Monografia (Curso de Comunicação Social) –
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

HANAE MONMA

COMUNICAÇÃO, TERCEIRO SETOR E CELEBRIDADES:

Uma análise do site do Instituto Ayrton Senna

Trabalho de conclusão apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel, no curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, sob apreciação da seguinte Banca Examinadora:

Aprovado em 13 de Dezembro de 2012

Prof. Ms. Basilio Alberto Sartor (UFRGS) – Orientador

Prof. Dr. Rudimar Baldissera (UFRGS) – Co-orientador

Prof. Ms. Denise Avancini Alves (PUCRS)

Prof. Ms. Cristine Kaufmann (UFRGS)

Para a Tie, o Tadao e a Yumi, minha família, meus
amigos e minha inspiração.
Para o Immi, who I love with all my heart.

AGRADECIMENTOS

Ao Basilio, por ter aceitado o desafio de ser meu orientador, tarefa que desempenhou com imensa dedicação e empenho, mostrando-se sempre presente para realizar comigo este trabalho. Seu apoio me incentivou a buscar o melhor e foi fundamental a produção desta pesquisa.

Ao Rudimar, meu co-orientador, pela inspiração e pelo apoio durante a realização deste trabalho.

À Denise, por ter sido excelente professora, querida por mim e pelos seus demais alunos.

Aos meus pais e a minha irmã, pelo amor e apoio incondicional, que me deram forças para alcançar este e muitos outros objetivos na minha vida.

Ao meu amor Immi, que esteve ao meu lado durante toda a elaboração desta pesquisa. E por me impulsionar a ir além, a conquistar meus sonhos, a ver o mundo com outros olhos. Uma pessoa única, que me faz ser uma pessoa melhor.

Aos meus amigos, do Brasil, da Costa Rica e de todas as partes do mundo, que comprovam que verdadeiras amizades superam as distâncias.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo compreender como aspectos da identidade e da imagem das celebridades são acionados por organizações do terceiro setor para obter adesão e apoio de seus públicos, a partir de análise dos conteúdos disponíveis no site do Instituto Ayrton Senna. O quadro teórico do estudo compreende as noções de comunicação, comunicação organizacional, imagem, identidade, terceiro setor, celebridades e capital simbólico. Em termos metodológicos, emprega-se a técnica da análise de conteúdo proposta por Bardin (2004) a fim de identificar os aspectos identitários e de imagem da celebridade Ayrton Senna, presentes nos conteúdos do site do Instituto Ayrton Senna. Tais aspectos apresentam-se nas seguintes categorias: ídolo Imortal, Valor Agregado, Campeão Esportista, Líder Brasileiro, Herói e Altruísta. O trabalho conclui que o Instituto Ayrton Senna aciona esses aspectos para promover processos identificatórios e construir uma imagem organizacional positiva e idealizada, tanto para captação de recursos quanto para viabilizar e legitimar sua atuação.

Palavras-chave: Comunicação; Terceiro Setor; Identidade; Imagem; Celebridades.

ABSTRACT

This study aims to analyze how aspects from the identity and image of celebrities are triggered by nonprofit organizations for membership and support of their stakeholders, based on an analysis of the content available on the website of Instituto Ayrton Senna. The theoretical framework of the study includes the concepts of communication, organizational communication, image, identity, third sector, celebrities and symbolic capital. In terms of methodology, will be employed the technique of content analysis proposed by Bardin (2004) to identify aspects of identity and image of the celebrity Ayrton Senna, present in the contents of the Ayrton Senna Institute site. These aspects are presented in the following categories: Immortal Idol, Earned Value, Champion Sportsman, Brazilian Leader, Hero and Selfless. This Study concludes that Instituto Ayrton Senna drives these aspects to promote identification processes and build a positive organizational image and idealized, both for fundraising and to facilitate and legitimize their actions.

Key words: Communication; Third Sector; Identity; Image; Celebrities.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	COMUNICAÇÃO, IDENTIDADE E IMAGEM: CONCEITOS E REFLEXÕES.....	13
2.1	A perspectiva da comunicação organizacional	15
2.2	A Imagem.....	20
2.3	A Identidade	24
3	O TERCEIRO SETOR BRASILEIRO E SUA RELAÇÃO COM AS CELEBRIDADES.....	28
3.1	O Terceiro Setor.....	28
3.1.1	O conceito de Terceiro Setor	30
3.1.2	A captação de recursos no terceiro setor.....	35
3.2	As celebridades e o capital simbólico.....	39
4	A CELEBRIDADE AYRTON SENNA E SEUS ASPECTOS IDENTITÁRIOS E DE IMAGEM NO SITE DO INSTITUTO AYRTON SENNA.....	44
4.1	Ayrton Senna	44
4.2	O Instituto Ayrton Senna	45
4.3	Metodologia.....	48
4.3.1	Pré-análise	49
4.3.2	Exploração de material e tratamento de resultados	51
4.3.2.1	O Ídolo Imortal.....	53
4.3.2.2	O Valor Agregado	54
4.3.2.3	O Campeão Esportista.....	56
4.3.2.4	O Líder Brasileiro	57
4.3.2.5	O Heroi.....	57
4.3.2.6	O Altruísta	58
4.3.3	Inferências.....	59

5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
	REFERÊNCIAS.....	63
	ANEXOS	66

1 INTRODUÇÃO

O terceiro setor se caracteriza pela disposição de indivíduos e organizações em contribuir com a coletividade. É o caso dos que trabalham em prol de causas sociais, que demonstram engajamento civil e promovem geração de redes de relacionamento para atingir propósitos comuns. Nos diferentes contextos, esses sujeitos configuram um setor da sociedade que visa a atender necessidades humanas e lutar por garantias sociais.

Segundo literaturas sobre terceiro setor, dentre os quais Camargo, Szazi, Albuquerque, Canton, Kother, Voltolini e Vaz, o engajamento social sempre parte de uma ideia e da capacidade que uma dada pessoa ou um dado grupo possui de engajar outros para um fim determinado. É a vontade humana voltada a uma finalidade social e capaz de criar condições para que as pessoas possam se expressar e atribuir um sentido de solidariedade a suas ações. Os próprios indivíduos que desenvolvem esse tipo de trabalho social são beneficiados, à medida que se aproximam de outros que compartilham o mesmo interesse em lutar por uma causa. Associar-se é retirar a si mesmo da solidão da consciência individual, é escutar aos outros e inspirar-se para tomar atitudes e gerar mudanças na sociedade. Para isso, existem organizações com diferentes características, tais como as associações e fundações, que possuem finalidades e propostas distintas. Dentre elas, tendem a assumir mais visibilidade aquelas que são fundadas ou inspiradas por personalidades com algum grau de reconhecimento público, como é o caso das celebridades.

No cenário das organizações do terceiro setor, a comunicação assume grande importância, pois é um fator que torna possível a interação social através dos elementos simbólicos estabelecidos e compartilhados socialmente. A comunicação e as práticas a ela relacionadas influenciam na configuração da vida social, uma vez que constituem processos de construção de percepções, imagens e representações. Nesses processos, estão implicadas também as celebridades: personalidades públicas que se tornam modelos representativos para as sociedades em que estão inseridas, inspirando valores através de seus aspectos pessoais. Esse reconhecimento público atribui à celebridade um elevado status social, distinguindo-a na disposição das relações sociais. Sob a perspectiva de Bourdieu (2012), esse agente social é portador de capital simbólico, uma força simbólica relacional, que

permite ao agente social (celebridade) emitir percepções de distinção, de poder, na pirâmide relacional.

Nessa perspectiva, este trabalho apresenta a seguinte questão de pesquisa: que aspectos da identidade e da imagem de uma celebridade são acionados pelas organizações do terceiro setor nos materiais de comunicação presentes em seu site?

Para responder a essa questão a partir de pesquisa empírica, escolheu-se como celebridade Ayrton Senna (piloto tricampeão mundial na categoria Fórmula 1 e considerado referência brasileira nesse esporte) e, como organização do terceiro setor, o Instituto Ayrton Senna (organização sem fins lucrativos voltada para a área da educação, que teve sua fundação inspirada no desejo de Ayrton Senna)

Desse modo, o objetivo geral do estudo é verificar como os materiais de comunicação do site do Instituto Ayrton Senna acionam aspectos da identidade e da imagem do piloto Ayrton Senna. Como objetivos específicos, este trabalho propõe-se a refletir sobre as noções de comunicação organizacional, identidade e imagem, na perspectiva do terceiro setor e a discutir como os aspectos da identidade e da imagem do piloto Ayrton Senna são estrategicamente mobilizados na comunicação materializada nos principais conteúdos presentes na página oficial dessa organização na internet.

A importância deste estudo reside no fato de que ele permite refletir sobre comunicação, identidade e imagem, na perspectiva do terceiro setor e das celebridades, produzindo conhecimento sobre questões implicadas no fazer estratégico dos profissionais de comunicação organizacional e relações públicas. Nessa perspectiva, mostra-se pertinente entender como se dá o processo de construção da imagem-conceito de organizações que estão fortemente relacionadas à aspectos identitários e de imagem das celebridades.

O trabalho está estruturado em cinco capítulos. Além deste capítulo introdutório, analisa-se, no capítulo 2, o papel da comunicação no processo de construção de sentidos. Segundo reflexões teóricas apresentadas, aborda-se a comunicação como constituinte das interações sociais e da relação homem-mundo. O homem, como agente do processo comunicacional, constrói, compartilha e interpreta os sentidos, num processo de constituição da cultura. Ainda nesse capítulo, serão abordadas outras noções importantes para o quadro teórico da pesquisa, tais como as de comunicação organizacional, identidade e imagem, a

partir da abordagem de diferentes autores.

Já no capítulo 3, a temática é voltada para o terceiro setor. Primeiramente, serão apresentados aspectos históricos desse setor no Brasil, desde o surgimento de trabalhos sociais motivados pelas instituições religiosas até a entrada do setor empresarial no debate sobre as questões sociais da sociedade contemporânea. Serão apresentadas diferentes abordagens no sentido de conceituar o terceiro setor e destacar a importância da captação de recursos para esse setor da sociedade. No final do capítulo, serão analisadas as noções de celebridade e capital simbólico, que também contribuem para a construção teórica desta análise.

O capítulo 4 aborda aspectos da biografia de Ayrton Senna e apresenta o Instituto Ayrton Senna, referência dentre as organizações do terceiro setor, sua história e seus principais projetos sociais. Também explica os aspectos metodológicos da pesquisa, baseada na técnica da análise de conteúdo. A partir da análise realizada, apresentam-se os seguintes aspectos da identidade e da imagem do piloto Ayrton Senna: “O Campeão Esportista”, “O Líder Brasileiro”, “O Heroi”, “O Ídolo Imortal”, “O Valor Agregado” e “O Altruísta”. Por fim, discute-se como esses aspectos se relacionam com o Instituto, tornando-os estratégicos para a captação de recursos e geração de visibilidade e legitimidade.

Para concluir, será apresentado no capítulo 5 um resgate do percurso percorrido pela pesquisa, em que serão apresentadas as considerações finais acerca do trabalho. Por fim, serão apontadas possibilidades de novos estudos que possam surgir a partir da reflexão aqui proposta.

2 COMUNICAÇÃO, IDENTIDADE E IMAGEM: CONCEITOS E REFLEXÕES

Esta pesquisa possui como proposta identificar aspectos da identidade e da imagem das celebridades que são acionados por organizações do terceiro setor em seus sites, conforme já assinalado na introdução. Para atingir esse objetivo, é necessário, inicialmente, discutir alguns conceitos relacionados à temática da pesquisa, tais como as noções de comunicação, comunicação organizacional, identidade e imagem.

É possível observar que a literatura sobre comunicação organizacional apresenta uma multiplicidade de perspectivas e de correntes de pensamento. Na própria expressão, já residem dois elementos complexos: comunicar e organizar. Baldissera (2008) analisa que é necessário pensar sobre a comunicação organizacional como um subsistema da comunicação. Por isso, serão apresentadas a seguir algumas reflexões sobre comunicação em seu sentido mais amplo e seu papel para a sociedade.

A sociedade é constituída pela comunicação, pela habilidade de indivíduos em se associar e se relacionar estabelecendo ideias e interesses comuns. Os indivíduos não agiram em função das coisas, mas a partir do significado que elas passam a ter no processo da comunicação. A comunicação torna viável essa interação através dos processos de construção de sentidos que dão significado para as vivências humanas. Conforme Rudiger (1998) é o acordo entre essas representações que permite constituir uma sociedade:

A vida social não se mantém devido a nenhuma dinâmica interna ou requisito sistêmico, mas sim pelo fato dos seres humanos serem capazes de interpretar seu contexto vital e responderem praticamente aos estímulos de que são destinatários. As pessoas se relacionam através dos símbolos; os símbolos estruturam o processo de comunicação (RUDIGER, 1998, p. 34).

Entende-se com isso que o comportamento humano é orientado diretamente pelos símbolos e que depende de conhecimentos que não provêm em linha direta da realidade, pois são “[...] fruto da mediação dessa realidade pela estrutura simbólica, que coordena sua interação e, assim, constitui o princípio de construção do próprio mundo vivido pelo homem” (RUDIGER, 1998, p. 37).

Nessa perspectiva, a comunicação configura um processo de reconhecimento por meio de símbolos, o que torna possível o estabelecimento de uma relação

social. Nesse processo interpretativo, os sentidos são postos em circulação, apropriados e internalizados de variadas formas, dependendo do contexto em que estão inseridos os sujeitos desse processo. As informações, quando lançadas em um meio, passam a ser decodificadas, assumindo influências próprias de seus interlocutores: “[...] as práticas comunicacionais sempre serão influenciadas por uma série de variáveis psicológicas, econômicas, ideológicas, sociológicas e educacionais, dentre outras, que autorizam a sua materialização” (BALDISSERA 2000, p. 19). Por conta disso, podem existir choques de perspectivas ou de opiniões diferentes:

Assim, nas práticas discursivas, a construção de sentidos é um processo social, historicamente localizado, que implica na mediação de vozes que se alternam entre as instâncias de produção, circulação e consumo, por meio de repertórios interpretativos, que, na dinâmica da alternância, atribuem significações àquilo que se apresenta (OLIVEIRA; PAULA, 2008, p. 94 e 95).

A partir dessa análise, observamos que os sujeitos tornam-se os agentes do processo comunicacional, orientando os sentidos na prática de comunicação. Emissores e receptores têm a possibilidade de direcionar estrategicamente a construção da informação. Por informação, entende-se um conjunto de dados constantes na fonte ou postos em circulação na cadeia de comunicação. Vale ressaltar aqui que a quantidade de informação não determina a qualidade da comunicação, pois o que mais importa é possuir o conhecimento sobre aquilo que orienta essa interpretação, como valores e crenças de determinada sociedade, o que pode resultar em menor resistência, por parte dos destinatários, em relação à informação recebida.

Essa soma de sentidos e de significados atribui à comunicação uma característica de constante metamorfose: “A comunicação corporifica-se na prática e, por ser processo de construção, cada prática pode incorporar novos sentidos, portanto, é fluxo permanente em ininterrupta transformação” (BALDISSERA, 2000, p. 32 e 33). Isso porque, assim como defende Baldissera, os indivíduos e suas bagagens simbólicas são agentes ativos na construção dos processos interpretativos: “Como sistema vivo, [o indivíduo] sofre perturbações dos outros sistemas, do que lhe é externo, mas não é determinado por esse externo; aprende e se organiza” (BALDISSERA, 2008, p. 35).

A estreita relação com a experiência humana confere à comunicação uma

característica de produtora de cultura, uma vez que as práticas comunicativas influenciam na configuração da vida social: “A questão comunicacional muda de estatuto, passando a ser não só o fio que tece o social, mas também seu próprio marco estrutural. A comunicação passa a ser uma espécie de estrutura, redefinindo identidades, instituições e processos sociais” (BARICHELLO, 2001, p. 113).

Ainda em relação à comunicação como produtora de cultura, Kunsch (1997) analisa que essa influência nas formas sociais é fator transformador da sociedade e que tem sido potencializado pelas novas tecnologias, que proporcionam maior acesso à informação. “Nessa conjuntura, a comunicação será a mola propulsora que permitirá viabilizar todo esse processo de mudanças, assumindo uma importância fundamental na globalização da modernidade” (KUNSCH, 1997, p. 139).

A partir do entendimento de comunicação adotado neste trabalho, em que os sujeitos tornam-se agentes do processo comunicacional, será revisado, a seguir, como se dá o processo de comunicação organizacional.

2.1 A perspectiva da comunicação organizacional

Após entender o que se entende por comunicação e seu papel da constituição da sociedade, serão revisados agora os processos comunicativos no âmbito das organizações.

Na atualidade, as organizações assumem cada vez mais relevância e participação no sistema social global, relacionando-se estreitamente com a sociedade também como ativos culturais: “[...] cada vez mais, as organizações vêm-se firmando como agentes de manutenção e/ou transformação de cultura. Essa posição de agente é legitimada pelo reconhecimento feito pelos públicos e tende a estender-se a toda sociedade” (BALDISSERA, 2000, p. 13).

Organizações e comunicação são constituintes das sociedades em um contexto mundial fortemente marcado pela globalização. Historicamente, os primeiros estudos sobre a comunicação organizacional nasceram nas áreas de administração, sociologia e psicologia. As pesquisas pioneiras surgem em um cenário de multiplicação do poder de produção, de desenvolvimento da indústria, do trabalho humano e da sociedade. Devido a avanços nos processos de industrialização, se intensificou a necessidade de entender como acontecia a comunicação no contexto das organizações. Por conta disso, a gestão

organizacional visava explorar os aspectos da comunicação industrial e de negócios, as habilidades comunicativas e as relações humanas existentes nesse meio. Era necessário entender cada vez melhor o conjunto de variáveis que afetam a organização e/ou que são afetadas por ela.

A análise das relações humanas mostrou-se significativa para compreender como ocorrem os processos comunicacionais nas organizações. Baldissera (2008, p. 41) destaca que “[...] em sentido amplo, entende-se por organização a combinação de esforços individuais para a realização de (em torno de) objetivos comuns”. Sendo assim, compreende a um organismo que vai além de uma estrutura física, senão que pessoas em relacionamentos. Os variados elementos que surgem a partir dessa perspectiva conferem uma complexidade ao campo que atualmente avança em estudos e produção científica.

A comunicação viabiliza o intercâmbio de informações internamente e/ou entre suas partes, tornando possível o monitoramento de constantes que atuam diretamente nos resultados organizacionais. O mercado em desenvolvimento em que despontam fatores como competitividade, complexidade e globalização exige cada vez mais que as organizações trabalhem a gestão de relacionamentos e de informação, estimulando a evolução em diferentes perspectivas, incluindo nesse processo explicações, ações e orientações de rumo. Um planejamento estratégico de posicionamento, isto é, a definição de uma personalidade que diferencia a organização das demais, auxilia a construção de laços de identificação com os públicos. A maneira pela qual a informação é colocada em circulação dentro de uma cadeia comunicacional gera impressões de sentido, visando orientar para obter resultados com menos teor de interpretações negativas, buscando sempre agregar um valor positivo à imagem da organização.

Para Kunsch (2008, p. 187), comunicação organizacional “como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global.” Kunsch (2009b) ainda analisa que a comunicação organizacional é o agente que agrega valor às organizações, que ajuda no cumprimento de suas missões, na realização de objetivos globais, na fixação pública dos seus valores e em ações que resguardem princípios éticos. Isso porque as ações comunicativas devem ser guiadas por uma filosofia e uma política de comunicação estabelecidas e integradas, que considerem não só as demandas próprias da empresa, mas também os interesses e as

exigências dos públicos estratégicos e da sociedade.

Para Lasbeck (2009, p. 106), a comunicação organizacional pode ser definida como “o processo de produção, tratamento, transmissão, recepção e retroalimentação de informações que acontecem nos ambientes organizacionais”, que não deve ser considerado como um processo linear e com fins determinados. Lasbeck (2009, p. 106) ainda analisa que “é antes um pensamento comunicativo, uma abstração necessária à compreensão dos fenômenos que, quando tangíveis e aparentes, podem e devem ser administrados [...]”.

Nessa perspectiva, Baldissera (2000), em suas análises, destaca que, por conta de sua complexidade, a comunicação organizacional deve ser considerada como subcampo da comunicação, e que é equivocado reduzi-la a ações isoladas como planos, projetos e programas, mas sim considerá-la como “todo o fluxo de mensagens que compõem a rede de relações da organização” (BALDISSERA, 2000, p. 14). O autor trabalha a partir da perspectiva do paradigma da complexidade, compreendendo a comunicação organizacional como um processo de construção e de disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais. Dessa forma, deve-se ir além da ideia de um processo formal e organizado, contemplando outras dimensões:

Afirma-se que ela [comunicação organizacional] contempla três dimensões tensionadas e interdependentes: a *organização comunicada* (fala autorizada); a *organização comunicante* (fala autorizada e demais processos comunicacionais que se atualizam sempre que alguém estabelecer uma relação direta com a organização); e a *organização ‘falada’* (processos de comunicação que, não sendo a partir de relações diretas com a organização, refere-se a ela) (BALDISSERA, 2009, p. 116).

Com isso, percebe-se que é importante analisar a comunicação não só em seu plano formal e planejado, mas também considerar seu aspecto de fenômeno espontâneo e informal:

Porém, se a comunicação formal, isto é, toda a comunicação oficial da organização, de certo modo, apresenta-se determinada pelas relações entre as necessidades de informação e de comunicação dos públicos e os objetivos da organização e, portanto, com possibilidade e probabilidade de ser planejada e estabelecida, a comunicação informal, presença certa nas organizações, não se submete aos mesmos critérios. Manifesta-se nas relações interpessoais e nos intercâmbios de informações fora dos marcos preestabelecidos, ou seja, fora do âmbito da comunicação programada e estruturada (BALDISSERA, 2000, p. 35).

Essa perspectiva introduz um novo desafio para as organizações: conhecer

como ela é percebida/representada na comunicação que acontece além de seu planejamento. Dessa forma, entende-se que o diálogo aberto com os diferentes grupos fortalece as relações entre instituição e público(s), possibilitando a opção de compreender e não só de repassar informações. A organização existe em um contexto mercadológico e social, que demanda uma disposição sensível e dinâmica a ponto de permitir a absorção de informação em planos interno e externo. Para reforçar essa ideia, Marchiori (2008) menciona ser necessário atuar não somente selecionando as informações pertinentes, que façam parte do contexto vivenciado pela organização e que possuam um sentido para o público, mas principalmente considerando a comunicação como uma possibilidade de (re) construção. Assumir essa perspectiva significa buscar a troca efetiva de informações para construção de um contexto, estimulando atitudes e reflexão nas pessoas para gerar sentido e compartilhar conhecimento.

De Toni (2009) analisa que “todo tipo de contato que o indivíduo tiver com a organização, ou com uma de suas representações, contribuirá na construção do modelo mental do indivíduo sobre ela (a imagem)” (DE TONI, 2009, p. 246). A construção de uma “imagem mental”, além de ser influenciada pela organização, é concebida também pela influência do grupo social a que cada indivíduo pertence.

Tendo isso em vista, pode-se recordar da dimensão da organização como associação de pessoas e considerar que a existência de um mundo de diversidade de indivíduos em associação resulta em considerar diferentes percepções para a comunicação dentro da organização. Dentre os processos de comunicação que consideram essa pluralidade existente nas organizações, pode-se citar a cultura organizacional. As interações existentes nas organizações influenciam-se mutuamente em constante processo de construção e desconstrução:

Por cultura organizacional entende-se o conjunto das crenças e valores específicos de uma determinada organização. [...] são aspectos identitários que a fazem única, que permitem diferenciá-las das demais organizações. A cultura organizacional é, especialmente, traduzida por hábitos, mitos, ritos, tabus, mentalidade da organização (da casa), estilo de direção, comportamentos, criações, rompimentos e recodificações (BALDISSERA, 2000, p. 15).

Schein (2009) considera ainda que a cultura organizacional estratégica lida com informações que estão “abaixo da superfície”, possui uma fonte plural, são poderosas e possuem grau considerável de inconsciência: “Nesse sentido, a cultura está para um grupo como que a personalidade ou caráter está para um indivíduo.”

(SCHEIN, 2009, p. 8).

Da mesma forma que a personalidade de um indivíduo orienta sua conduta, a cultura possui o poder de influenciar e orientar o comportamento dos membros de um grupo, de acordo com as perspectivas e normas compartilhadas em sociedade. Marchiori (Gudykunst e Ting-Toomey, 1988, p. 17¹ *apud* 2008, p. 97), menciona que “comunicação e cultura reciprocamente influenciam uma a outra”. Cada indivíduo traz consigo uma cultura e a forma com que ele se comunica com os demais indivíduos pode influenciar a cultura que compartilham. Monitorar essas informações é fundamental para manter a imagem organizacional de acordo com o planejado. Segundo a autora,

É necessário criar mecanismos e processos para que a área de comunicação possa conhecer e envolver os diferentes públicos da organização, buscando seu entendimento, sua consciência, sua compreensão, enfim, sua participação e fidelidade (MARCHIORI, 2008, p. 141).

A partir dessa análise, entende-se que os públicos internos assumem o papel de fontes de informações, sejam elas positivas ou negativas, uma vez que detêm conhecimentos e posicionamento que podem ser reconhecidos pelos demais grupos. Essa perspectiva deve ser considerada no planejamento estratégico das organizações visando auxiliar para o cumprimento de metas, para o desenvolvimento de relações positivas e para geração de credibilidade. No entanto, existem ainda outros elementos que, inter-relacionados, também constituem a cultura organizacional:

Dentre a diversidade, a ‘circunstancialidade’ e a variabilidade de elementos que influenciam a construção de cada cultura organizacional, elementos como a natureza da organização (pública ou privada, regional, nacional ou transnacional, produto e/ou serviço, segmento mercadológico, etc, o entorno, a história da organização e os públicos (consumidores, funcionários, fornecedores, diretores, acionistas etc.) podem ser considerados constantes para as construções culturais de todas as organizações. É pela inter-relação desses e outros elementos, variáveis ou não, que cada organização vai assumindo ‘traços peculiares’ na construção de sua cultura organizacional (BALDISSERA, 2000, 15).

Nessa perspectiva, Almeida (2008) afirma que a organização deve estabelecer um processo contínuo de alinhamento entre percepções internas e externas e que essa é a base para uma reputação consolidada.

¹ GUDYKUNST, William; TING-TOOMEY, Stella. **Culture and interpersonal communication**. London: Sage, 1988.

Em relação à questão de percepção, existem ainda dois conceitos importantes que definem o posicionamento das organizações: a identidade e a imagem organizacional.

As respostas às questões sobre 'quem somos enquanto organização' e 'como somos vistos' ajudam a clarear os papéis, políticas, regras e procedimentos formais e informais que contribuem com a construção de sentido da imagem e reputação organizacional. Sabemos que a identidade interfere na imagem e reputação e, por sua vez, imagem e reputação interferem na construção e manutenção da identidade (ALMEIDA, 2008, p. 31).

Entende-se assim que a comunicação auxilia diretamente à organização a conhecer como ela é percebida (imagem organizacional) pelos seus públicos e a relação às variáveis que definem como ela realmente é (identidade). Considerando a relevância desse assunto para esta pesquisa, no capítulo a seguir, serão apresentadas duas noções de imagem e de identidade, tendo em vista que esta pesquisa mobiliza conceitos a partir de duas perspectivas: aspectos da identidade e da imagem em âmbitos individual (Ayrton Senna) e organizacional (Instituto Ayrton Senna).

2.2 A Imagem

Mesmo que a organização tenha bem definida quais são as suas características particulares e exerça um planejamento e um controle em relação a sua comunicação formal, os receptores dessas informações, localizados nos diversos grupos de interesse, interpretarão a mensagem de diferentes maneiras, atribuindo distintos significados segundo suas próprias visões de mundo, construindo representações (imagens) do objeto em questão.

Baldissera (2000) analisa que imagem organizacional é entendida como a ideia ou o modo como os públicos percebem a organização:

Os públicos constroem a imagem, seja positiva ou negativa, mediante um processo de elaboração que contempla a relação de suas experiências com as informações advindas, oficialmente ou não, da organização. Portanto, não são, necessariamente, condizentes com a realidade ou objetivos da organização (BALDISSERA, 2000, p. 13).

No entanto, explorando ainda mais o significado de imagem, encontra-se uma análise do autor que propõe classificá-la em três distintas categorias: a imagem-física (visível), a imagem-linguagem e a imagem-conceito.

Imagem-física trata-se do sentido da imagem no plano físico. O ser humano, através de seu aparelho óptico, recebe a impressão de uma projeção visível resultante de raios luminosos refletidos em um objeto. O estímulo físico provoca um efeito de percepção, que por si só não denota nenhum significado, mas que se transforma em impressão:

Multidirecionais, os raios o envolvem e o atravessam, causando desordem, mas também, e concomitantemente, constituem-se em impressões que, quando articuladas e dotadas de significação, podem constituir-se em informações para o (re) conhecimento do mundo sensível. [...] Assim, como construção físico-luminosa, a imagem física parece ser privada de juízo de valor, de apreciação simbólica; fenômeno físico-sensível, a imagem física é a instância básica da categoria da imagem (BALDISSERA, 2008, p. 197).

A imagem-linguagem é a imagem como representação visual. Ao se tornarem físicas, recebem uma significação, são codificadas e inseridas em um processo comunicacional. Tratam-se dos signos, cujos significados são estabelecidos em convenções socioculturais, projetados na mente humana através a articulação de linguagens que viabiliza o processo de tornar o visível em verbal (BALDISSERA, 2008).

A terceira noção apresentada pelo autor é a imagem-conceito:

Além de se realizarem como imagem física ou como imagem-linguagem, as imagens podem manifestar-se como juízo de valor, apreciação, conceito que uma mente humana (ou grupo) atribui a alguém, a algo ou a alguma coisa (pessoa, instituição, organização, processo, objeto) (BALDISSERA, 2008, p. 198).

A imagem-conceito corresponde a uma construção simbólica, complexa, que existe a partir de um julgamento e que vai além da percepção física e da representação empregada em mensagens (imagem-linguagem). Ela acontece no âmbito da significação e, assim como o próprio termo indica, é a imagem como representação conceitual.

A construção simbólica acerca da imagem-conceito existe na alteridade da representação, acontece no processo de recepção comunicacional, mesmo que exista, no contexto, a intenção de engendrar uma percepção. “Observa-se que a imagem-conceito não é construída sobre a identidade em si, mas com base na percepção que a alteridade tem sobre ela, isto é, sobre o que parece ser.” (RUDIMAR, 2008, p. 198). Nesse sentido, se explica a característica judicativa da imagem como conceito:

No (re) tecer da imagem-conceito (em seu caráter de permanente plasmação), julgam-se pessoas, comportamentos, ideias, administrações e empresas, dentre outros, a partir do lugar que cada indivíduo ou público julgador assume no seu sistema sociocultural (BALDISSERA, 2008, p. 198).

Nessa instância, a imagem-conceito se relaciona com a imagem visual somente por ambas constituírem representações, pois a forma conceitual nem sempre é traduzida visualmente. Acerca dessa perspectiva, pode-se considerar a comunicação como processo potencializador, tendo em vista que não se pode construir uma imagem efetivamente, mas propor sentidos e atomizar percepções para tal.

[...] os valores agregados à imagem permitem que as organizações exerçam um determinado poder que é sempre relacional e circunstancial. Assim podem interagir para a manutenção de regras, crenças e valores ou, se for o caso, apontar para a consolidação de relações que inauguram novas representações ou significações (BALDISSERA, 2000, p. 13).

Sob a mesma ótica, De Toni (2009) analisa que a imagem mental elaborada em relação a uma organização é um conjunto de dados interligados e colocados em conexão através de um núcleo central. Ou seja, quando um indivíduo lembrar-se do conceito de uma organização (núcleo central), a ideia remeterá a outros dados que, ao serem memorizados, serão associados. O autor analisa que a construção da imagem dependerá:

- a) das informações que o indivíduo possui sobre a organização;
- b) da forma pela qual ele obteve a informação;
- c) de sua maneira pessoal de reunir as informações segundo categorias;
- d) da relação que ele constrói entre essas informações e outras existentes em sua memória;
- e) da percepção da ligação que ele faz sobre a informação;
- f) do modo pessoal de pensar sobre dados, analisá-los e colocá-los em comparações com modelos mentais.

De Toni (2009, p. 246) afirma que todo o contato que o indivíduo possa ter com a organização, “seja por meio de experiência direta, dos sentidos ou de representações destes (por exemplo: nome, logotipo, comunicações diversas, ouvir falar, etc.)” contribuirá para a construção de um modelo mental, sendo que só parte dessas aproximações pode ser influenciada pela organização. Para o autor, os

atributos para a construção de uma imagem organizacional são de ordens racionais, emocionais, sensoriais e simbólicas.

[...] é inteligente e estratégico que esteja (a organização) bem consciente de que todas as pessoas e organizações do ambiente irão regular a sua maneira de agir, em relação a essa organização, pela imagem que tiverem dela, e não somente pelo que ela é (ou pelo que seus dirigentes pensam que ela é) (DE TONI, 2009, p. 237, grifos do autor)

Para Lasbeck (2007), a imagem é uma interpretação ou configuração mental e afetiva produzida, baseada na informação (discurso) recebida por um receptor em conjunto com seus próprios valores, experiências e noções de mundo:

A imagem é estudada como construção mental, fugaz e inconstante, pautada em sensações e afetividades, ao passo que a reputação é entendida e questionada como imagem consolidada, como resposta à impressão causada pelos estímulos discursivos (IASBECK, 2007, p. 86).

O objeto da percepção se mescla com os dados do imaginário do percebedor e o resultado é a impressão causada nessa mente interpretante: “Assim, quando nos referimos à ‘imagem’, falamos do produto dinâmico da elaboração mental (imaginação) de quem mantém com o objeto de sua percepção e experiência uma relação comunicativa” (IASBECK, 2007, p. 91).

Também Almeida (2008) entende a imagem como uma impressão subjetiva, composta por experiências e sensações que se projetam e reproduzem novas imagens:

Ampliando esse conceito, pode-se dizer que imagem é o conjunto de significados pelo qual um objeto é conhecido e que o indivíduo utiliza para descrevê-lo, relembra-lo e com ele se relacionar. É o resultado de crenças, idéias, sentimentos e impressões do indivíduo sobre o objeto, sendo que o objeto pode ser substituído por marca ou organização, e pessoas diferentes podem ter imagens diferentes de um mesmo objeto (ALMEIDA, 2008, p. 38).

A comunicação, dessa forma, constitui-se como coadjuvante da construção da imagem como conceito, pois este depende diretamente de competências próprias do homem como habilidades psíquicas e cognitivas que o fazem apto a julgar e estabelecer conceitos e atribuir uma significação ao mundo. “A realização de uma imagem-conceito consiste, então, em reconhecer um conjunto de propriedades que se supõem caracterizantes de uma dada identidade-sujeito da imagem” (BALDISSERA, 2008, p. 199). Entende-se assim que a percepção dos públicos está diretamente relacionada com a forma na qual as organizações visam se identificar e

se posicionar, diferenciando-se das demais organizações.

2.3 A Identidade

Para iniciar a análise sobre identidade, recorre-se a Hall (2006), que trabalha com três diferentes concepções de identidade: do sujeito do Iluminismo, do sujeito sociológico e do sujeito pós-moderno. A primeira baseia-se na percepção individualista do sujeito, em que ele é concebido como uma pessoa unificada e dotada de capacidades de razão e consciência cujo próprio entendimento do *eu* era sua identidade: “[...] “centro” consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou idêntico a ele – ao longo da existência do indivíduo.” (HALL, 2006, p. 10). Já a segunda aceção (sociológica) entende o sujeito como fruto das relações sociais que resulta na construção das culturas, através do estabelecimento de valores, sentidos e símbolos. Compreende-se o sujeito ainda como portador do *eu*, ou seja, como núcleo de sua identidade, porém se reflete sobre ele o produto da sua interação com a sociedade, tornando-o passível de sofrer mudanças.

O fato de que projetamos a “nós próprios” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando-os “parte de nós”, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultura (HALL, 2006, p. 12).

A identidade, nessa perspectiva, liga o sujeito à estrutura que habita. Contudo, é justamente essa estrutura da sociedade contemporânea que está sofrendo modificações desde o final do século XX. O sujeito passa a construir sua identidade de forma variável e provisória, sem torná-la essencial, sendo continuamente transformada a partir de representações dos sistemas culturais. “É definida historicamente, não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor do “eu” coerente.” (HALL, 2006, p. 13). O resultado são contradições: identidades que se direcionam para diferentes ângulos, a partir da multiplicidade de significações e representações culturais oferecidas.

As três percepções se conectam: a Iluminista entende o sujeito como dotado de um núcleo que define seu “eu”; a sociológica é um diálogo entre esse núcleo e a

sociedade; enquanto a terceira baseia-se no entendimento de identidade como processo interativo, porém reflete sobre a existência de múltiplas representações na sociedade moderna, o que implica considerar o sujeito como possuidor de diferentes – e até contraditórias – identidades. A partir dessa análise, entende-se identidade como uma construção simbólica que reúne o conjunto de características do indivíduo, que o torna diferenciado segundo sua interpretação da realidade. Entendido isso, parte-se para a abordagem da identidade no contexto das organizações.

Nessa perspectiva, é importante entender que há uma linha de autores que reforça que a identidade reside em um grupo de indivíduos que se identificam com o objeto em questão. Já outros estudiosos concluem que não há uma só identidade, nem uma só cultura, pois as diferentes perspectivas individuais constroem diferentes percepções. Por outro lado, há pesquisadores que julgam a organização como possuidora de uma só identidade, mesmo que possua múltiplos subgrupos coexistindo. Isso demonstra que a definição de um conceito de identidade organizacional depende diretamente do ângulo pelo qual ela é analisada.

Almeida (Van Riel, 2004 *apud* 2008), que apresenta quatro tipos principais de identidade. A *identidade percebida* é o conjunto de atributos considerados pelos membros da organização como específicos; as características essencialmente dela, que a faz distinta das outras. A *identidade projetada*, definida como a comunicação formal da organização, ou seja, como ela se auto-divulga; quais são os atributos principais transmitidos planejadamente aos seus públicos. A *identidade desejada*, que é a projeção pretendida a partir da liderança da organização, que almeja entender como os públicos compreendem a organização a partir de seus líderes. E por fim a *identidade aplicada*, que são os sinais transmitidos pelos membros de uma organização consciente ou inconscientemente através de seus comportamentos. “Entender o processo de construção da identidade, pode contribuir para que a organização gerencie aspectos sob os quais ela tem condições de exercer um certo controle, o que pode vir a significar uma vantagem competitiva.” (ALMEIDA, 2008, p. 36). Com diferentes perspectivas coexistindo, encontrar uma definição para organização, ou seja, encontrar a solução sobre “quem somos enquanto organização”, aconteceria a partir de uma análise auto-reflexiva inspirada nas atividades, crenças e valores culturais próprios da organização.

A resposta a essa questão encontra-se na definição clara e explícita da identidade organizacional, entendida como a coleção de atributos vistos como específicos daquela organização por seus membros, não sendo necessariamente comum a todos, mas, sim, mantida por grupos específicos, que definem papéis, símbolos, políticas, regras e procedimentos, tanto formais quanto informais (ALMEIDA, 2008, p. 34).

Conhecer o resultado dessa relação é um elemento chave para a construção do relacionamento entre organização e partes interessadas. Segundo Kunsch (2009b, p. 9, grifos da autora), “identificar alguém corresponde a *reconhecer*, mas não necessariamente a *ser reconhecido* [...]”, portanto nem sempre há uma contaminação mútua no processo comunicativo. Ou seja, entender não é ser necessariamente entendido e por isso as organizações preocupam-se cada vez mais com o gerenciamento – intercâmbio, acompanhamento e produção – de informação, assim como com o conteúdo simbólico gerado pelas mensagens.

[...] é possível manter sob algum controle e coordenação a identidade organizacional desde que saibamos, de um lado, otimizar os recursos de comunicação de que dispomos e, de outro, monitorar as naturais oscilações que ocorrem na recepção desse discurso por parte dos diversos públicos que os recebem (KUNSCH 2009b, p. 8).

Existe uma diferença entre a relação imagem-identidade e discurso-prática, sendo esta última relacionada diretamente ao processo de construção de reputação. Nesse sentido, Kunsch (2009), que analisa que a identidade organizacional é a analogia estabelecida entre o verdadeiro ser e o atuar das organizações. “É a relação entre o discurso estratégico e a imagem ou conceito formado na mente do público” (KUNSCH 2009, p. 8 vol. 2). A autora defende que existe um conjunto de atributos que definem as organizações como ela é, mas que, porém, pode adotar diferentes significados dependendo do contexto:

Ela é uma única identidade, por se tratar de uma só organização, mas é vista, vivida e praticada por indivíduos com percepções, visões e perspectivas distintas, que vão construindo seus significados e (re) significando-os em um ambiente cultural exposto às influências socioeconômicas (KUNSCH, 2009, vol. 2, p. 217).

Em relação às influências socioeconômicas mencionadas pela autora, pode-se citar as mudanças recorrentes em organizações relacionadas à sua composição, como implementação de novas tecnologias, criação de novas parcerias e fusões, mutações que fazem necessária uma constante adaptação por parte da empresa. Porém, ao mesmo tempo, mostra-se prudente manter uma estabilidade em relação a essas mudanças, pois uma quantidade considerável de transformações poderia ser

negativa quando comprometem o ser e a percepção externa de uma organização.

Nesse mesmo sentido, lasbeck (2007, p. 86), discorre que a identidade organizacional surge a partir da concordância entre intenção do discurso e impressões interpretantes (imagem).

Optamos pela possibilidade de conceituarmos identidade como o resultado da relação produtiva entre discurso e imagem, ou seja, o que surge de afinidade entre as intenções do discurso e as impressões do receptor. Essa “afinidade” não se dá apenas por congruências, mas também pelas diferenças geradas e esperadas por ambos os lados da relação (IASBECK, 2007, p. 90).

Isso porque as interações sociais, conforme visto anteriormente, são influenciadas pelas projeções individuais construídas no processo de relacionamento.

Para a organização, dentre os benefícios de uma identidade organizacional bem sucedida estão: estratégias mais eficazes de posicionamento e relacionamento, construção de imagens mais consistentes e coerentes e fortalecimento da reputação. A comunicação, nesse sentido, é empregada para reforçar e preservar a identidade organizacional, assim como impulsionar ações que levem a transformações desejadas. Após refletir sobre comunicação organizacional, identidade e imagem, é importante, para esta pesquisa, também entender sobre os conceitos de terceiro setor, celebridade e capital simbólico, que serão apresentados no próximo capítulo.

3 O TERCEIRO SETOR BRASILEIRO E SUA RELAÇÃO COM AS CELEBRIDADES

Este capítulo apresenta como focos principais o terceiro setor no Brasil e a noção de celebridades. Além de conceituar o assunto, serão apresentados breve resgate histórico do surgimento das organizações sem fins lucrativos no país e reflexão sobre captação de recursos por essas organizações. Por fim, são exploradas a questão das celebridades e capital simbólico.

Atualmente, o Brasil apresenta um crescimento da esfera de atuação pública não estatal, também definida como terceiro setor, composta por organizações de iniciativa privada de utilidade pública com origem na sociedade civil. Sob o ponto de vista acadêmico, o debate sobre o terceiro setor, embora recente, já demonstra constituir um novo campo de estudo com características próprias (ALBUQUERQUE, 2006).

3.1 O Terceiro Setor

No panorama mundial, os movimentos sociais tiveram origem entre os séculos XVI e XVII, nos países da Europa e da América. Possuíam natureza religiosa ou política e eram fortemente influenciados pelos governos e políticas vigentes. Preservando suas características regionais, a evolução das organizações sociais aconteceu de forma não homogênea, e isso se refletiu nas diferentes formas de organização e de atuação dessas entidades nas sociedades. A seguir será apresentada uma breve revisão da história do terceiro setor no Brasil a partir de dados disponíveis no Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDS).

A participação mais ativa das chamadas organizações sem fins lucrativos no Brasil acontece no final do século XIX. As primeiras entidades, datadas do período colonial, prestavam apoio às comunidades carentes desatendidas e atuavam através da Igreja Católica presente no país. Isso porque, durante o período colonial, havia grande influência não só do poder do Estado, mas também da Igreja, sendo o catolicismo a religião oficial. Essa associação entre Estado e Igreja em prol da assistência social foi presente e dominante até início do século XIX.

Nos períodos seguintes (com a Independência do Brasil, a Proclamação da República e, mais tarde, a Revolução de 1930), houve o crescimento das

organizações civis, tais como associações de classe e sindicatos. Outras religiões não católicas passaram também a promover a caridade como prática religiosa. Deve-se considerar nesse cenário outros fatores importantes para o surgimento de organizações com perfil social, tais como o fim do trabalho escravo, início do desenvolvimento da industrialização no país, urbanização, etc.

No período de 1930, o Brasil atravessava por uma era de consolidação nacional e de centralização, em que o Estado passou a intervir diretamente na sociedade e na economia. Consolidam-se as organizações com fins públicos e o Terceiro Setor inicia um processo de grande expansão, que culminaria na criação de leis específicas para as organizações que eram definidas como não governamentais, sem fins lucrativos e de finalidade pública. Também foi instituída a Legião Brasileira de Assistência (LBA), órgão do governo responsável por prestar a assistência necessária aos setores desatendidos da população, que viria a estabelecer convênios com organizações do terceiro setor existentes no país.

Nos anos seguintes, a sociedade se remodelava frente ao regime militar e o Brasil experimentava um processo de centralização de setores que até esse momento apresentavam-se desunificados, como no caso das áreas de serviços sociais básicos. Os movimentos sociais passaram a ser reprimidos em detrimento dos investimentos privados nos setores atendidos até então por eles. É somente nos anos 1970 e 1980, quando o Brasil passa por uma profunda crise econômica, política e social, que a sociedade começa a questionar a atuação do regime militar e suas formas assistenciais. Essa movimentação resulta em um fortalecimento dos sindicatos e das associações civis, assim como dos movimentos sociais urbanos e rurais. As organizações passaram a ter origens e finalidades múltiplas, agregando pluralidade e diversidades aos movimentos sociais. A Nova Constituição de 1988 também garantiu maiores direitos principalmente nos âmbitos trabalhista e de cidadania política, abrindo espaço extra para a atuação de organizações não governamentais.

Na década de 1990, a desigualdade socioeconômica se agravava enquanto os programas estatais de assistência social apresentavam cada vez menos representatividade. Essa demanda social crescente não deixou alternativa senão que reunir os diferentes setores da sociedade, promovendo a participação e a cooperação entre as diferentes partes. As organizações sociais, que até então trabalhavam paralelamente a empresas e governo, aliaram-se a eles frente ao

debate sobre questões sociais. Um dos resultados foi a entrada do setor empresarial nos projetos e programas sociais, com a criação de Instituições e Fundações aliadas a empresas de capital privado que trabalhariam para uma finalidade pública.

Em face do reposicionamento do papel do Estado e do fortalecimento da sociedade civil organizada, as empresas privadas não raro passaram a incluir em seus objetivos institucionais aquilo que se convencionou chamar de “responsabilidade social”, conceito que se originou do entendimento da distinção entre empresa e negócio (SZAZI, 2000, p. 22).

Essa nova participação também acrescentou uma nova visão de mercado ao setor em geral, com possibilidades de novas parcerias e fontes de recursos para fomentar as ações do terceiro setor, assim como agregou atributos de modernização e de técnicas de administração. Tornou-se possível estimular a participação mais ativa de seus públicos de interesse, desenvolvendo estratégias para alcançá-los de forma mais eficaz. Estratégias de *marketing* passaram a ser aplicadas nos processos formais e planejados de comunicação dessas organizações, da mesma forma que noções de qualidade em processos, de transparência na demonstração de informações e resultados também foram acrescidos nos setores administrativos dessas organizações. Uma explicação mais detalhada sobre essas estratégias serão abordadas posteriormente neste capítulo.

3.1.1 O conceito de Terceiro Setor

No Brasil, a organização social do trabalho é dividida em três setores: O Primeiro Setor, definido como as ações do Estado, em que a origem e o destino dos recursos são públicos; o Segundo Setor, que é referente ao capital privado, que investe seus recursos para benefício próprio; e ainda o Terceiro Setor, determinado como a esfera de atuação pública e não estatal, que atua concomitantemente ao outros dois setores, e que é formado por organizações de iniciativa privada que agem voluntariamente em prol do bem comum e sem fins lucrativos.

Já no campo social, as transformações no mercado e na sociedade brasileira verificada nos últimos trinta anos conduziram a uma redistribuição dos papéis de cada ator social no alcance do bem comum, onde, progressivamente, a sociedade civil organizada assumiu novas responsabilidades pela proteção e defesa de direitos, antes inseridas na órbita do Estado (Primeiro Setor), posto que, até aquele momento, a empresa privada (Segundo Setor) entendia que sua função social era limitada ao pagamento de impostos e geração de emprego (SZAZI, 2000, p. 22).

Segundo Albuquerque (2006), a expressão “terceiro setor” trata-se de uma tradução do inglês *third sector*, originada nos Estados Unidos, assim como “organizações sem fins lucrativos” (*nonprofit organizations*) e “setor voluntário” (*voluntary sector*). Na América Latina, também existe a expressão “sociedade civil”, originada no século XVIII, que atualmente designa “um conjunto de associações e organizações livres, não pertencentes ao Estado e não econômicas que, entretanto, têm comunicação com o campo público e com os componentes sociais.” (ALBUQUERQUE, 2006, p. 19). O autor (2006), baseado no Manual sobre as instituições sem fins lucrativos no sistema de contas nacionais (*Handbook on nonprofit institutions of national account*), cita como critérios que definem entidades do terceiro setor:

- a) Devem possuir uma composição formal, incluindo determinação de uma estrutura interna, objetivos formais e definições que caracterizam seus associados;
- b) São institucionalmente separadas do governo;
- c) Devem ser capazes de administrar as próprias atividades;
- d) Não devem se configurar como fonte de lucro para seus proprietários ou administradores;
- e) A participação civil deve ser em alto grau, constituída por qualquer grupo de pessoas (membros) que definem suas atividades.

Albuquerque (2006) ainda analisa que esse tipo de organização possui características comuns em relação ao seu tipo de atuação e de posicionamento:

- a) Apresentam contraposição em relação às ações do primeiro setor, demonstrando que bens e serviços públicos não são resultado de ações exclusivamente do Estado, mas também de iniciativas particulares;
- b) Apresentam contraposição em relação às ações do segundo setor, fomentando as ações coletivas a partir de iniciativas individuais;
- c) Realçam os valores políticos e sociais de ações voluntárias sem fins lucrativos, dando maior dimensão a esses elementos;
- d) Promovem o aspecto integrador de ações complementares entre setores público e privado.

Em relação à classificação das organizações do terceiro setor no Brasil, encontram-se diferentes formas jurídicas segundo o patrimônio que se pretende

dispor, o número de pessoas que se conta para colaborar e os propósitos e práticas de gestão que se planejam eleger. Interessa especialmente para esta pesquisa, por conta do objeto a ser analisado, a definição de instituto, apresentada a seguir.

Segundo Szazi (2000), os institutos não são espécie de pessoa jurídica, sendo possível um instituto pertencer tanto a uma entidade governamental quanto a uma empresa privada, sendo ela lucrativa ou não. Os institutos podem ser constituídos sob a forma de fundação ou associação (como no caso do Instituto Ayrton Senna). “Usualmente, vemos o termo “instituto” associado a entidades dedicadas à educação e pesquisa ou produção científica” (SZAZI, 2000, p. 27).

Como *associação*, pode-se entender: “[...] uma pessoa jurídica criada a partir da união de ideias e esforços de pessoas em torno de um propósito que não tenha finalidade lucrativa.” (SZAZI, 2000, p. 27). Pode-se abordar também Camargo et al. (2001) complementando a noção conceitual do termo associação: “A associação é uma pessoa jurídica de direito privado voltada à realização de atividades culturais, sociais, religiosas e recreativas [...] desde que tenha objetivos lícitos e esteja regularmente organizada.” (CAMARGO et al., 2001, p. 36). Trata-se, então, da congregação de pessoas que compartilham conhecimentos e serviços, trabalhando em prol de um mesmo ideal para alcançar um objetivo único, por associação econômica ou não, com capital próprio ou não, porém sem finalidade lucrativa. A finalidade pode ser altruística – com atendimento sem restrições de participação – ou egoística – restringida a um grupo seletivo e homogêneo de associados. Sua constituição ocorre por meio de um estatuto social, que, segundo Camargo et al. (2001), pode ser definido como um conjunto de cláusulas contratuais em que fica descrita a relação entre entidade, fundadores, dirigentes e associados, designando-lhes direitos e obrigações. Os associados devem manifestar o interesse em unir-se em prol de um objetivo comum, sem interesses financeiros.

Para Camargo (2001), o principal motivo da existência (e sobrevivência) desse setor no Brasil dá-se pelo fato de que é composto pela parte civil da sociedade que possui um grande teor de conhecimento em relação às necessidades específicas de uma comunidade; e tal consciência seria de difícil alcance para o Estado por conta de sua centralidade e burocracia. A globalização tem gerado um crescimento das desigualdades sociais, dado o fato de que, ao mesmo tempo em que a riqueza é gerada, acentua-se a pobreza dos que não participam desse processo. A autora ainda menciona que sob a ótica do mercado, “o Terceiro Setor é

um conjunto de iniciativas individuais para abraçar os interesses coletivos, democratizando o debate dos problemas sociais” (CAMARGO et al. 2001, p. 20). Nesse sentido, importa ainda observar que o setor privado não possui capacidade de suprir todas as necessidades manifestadas, inclusive porque os interesses coletivos, na maior parte dos casos, não compensam os investimentos lucrativos.

É importante destacar que não se trata de uma competição com os demais setores da sociedade, senão que uma forma de cooperação através de engajamento e políticas sociais. Através da formação de grupos colaborativos, se torna possível dialogar e desenvolver ações para tratar de questões relativas à sociedade e como trabalhá-las de forma solidária e contributiva, trazendo à tona as responsabilidades individual e comunitária perante os problemas sociais existentes, gerando alternativas à margem da esfera governamental.

[...] pode-se considerar o Terceiro Setor comum um meio termo² do ambiente político-econômico, intermediando as relações entre o Estado e o mercado no que tange às questões da melhora social. Seu principal mérito é agregar modelos organizacionais eficientes aos seus objetivos voltados à filantropia. [...] Ser Terceiro Setor é atuar como agente transformador social, que, com sua missão ímpar de prestar um benefício coletivo, constrói uma nova consciência caracterizada pela urgência de reverter indicadores sociais paradoxais à grandeza econômica e à diversidade imensa de recursos naturais que detém o Brasil (CAMARGO et al., 2001, p.15).

Canton (2002) analisa que atualmente a atitude voluntária, ou seja, o envolvimento com atividades sociais gera visibilidade, pois é um assunto muito abordado nas mídias. Para o agente, ou seja, o indivíduo que se envolve em atividades voluntárias, a prática é uma via de mão dupla: enquanto por um lado resulta em recursos para a organização, por outro oportuniza a ele experiências pessoais e oportunidades de crescimento, sensação de utilidade e de responsabilidade social, além de criação de novos vínculos. A autora explica que voluntários, doadores e parceiros são os principais públicos para entidades do terceiro setor, pois sua atuação depende diretamente da participação desses grupos.

O grupo dos voluntários é formado por indivíduos interessados em contribuir com causas sociais, como o “[...] cidadão que, motivado pelos valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento de maneira

² Meio Termo: expressão utilizada por CAMARGO et al., 2001, p.15, para expressar uma “ideia de equilíbrio de valores, buscando entre os extremos opostos de uma ideologia, um caminho central conciliador, que seja composto por premissas de ambos os lados, de tal forma que harmonize ou até mesmo integre os elementos em debate, tendo em vista pontos comuns entre si.”.

espontânea e não remunerada, para causas de interesse social e comunitário” (CANTON, 2002, p.37).

Os *doadores* constituem as fontes de recursos financeiros necessários para manter em funcionamento uma organização do terceiro setor. No setor privado, esses recursos são obtidos pelos clientes que pagam pelos bens e pelos serviços. Já no setor público, os recursos são alcançados através da população principalmente na forma de impostos. No caso do terceiro setor, os recursos são provenientes de doações, sendo quase totalmente dependente de ações de pessoas físicas ou jurídicas que sustentam suas atividades.

As *parcerias*, por sua vez, são as relações de colaboração com uma finalidade comum, que podem ocorrer entre governo, sociedade civil e empresas privadas. Um exemplo é o caso de empresários ou empresas apoiando movimentos e/ou organizações sociais. As parcerias podem ser utilizadas como forma de participação, contribuição e compromisso social, atribuindo à empresa características de responsabilidade social e estimulando os investimentos não somente voltados para os lucros próprios. Segundo Canton (2002, p. 45), uma “autentica parceria deve procurar instrumentos para superar os desequilíbrios de poder para que, ao sentarem à mesa, todas as partes tenham o mesmo direito de expressão”. Em uma parceria, as partes colaborativas adquirem uma posição de relação entre elas, resultando em valor agregado a imagem institucional de ambas as partes.

Na perspectiva do terceiro setor, importa ainda observar outro aspecto. A sociedade possui atualmente acesso mais facilitado à informação e dispensa maior atenção e preocupação com questões sociais e ambientais, acontecimentos políticos e fatos econômicos que assumem visibilidade através dos meios de comunicação. Nesse contexto, tende a haver maior cobrança por parte dos públicos no sentido de que as organizações também estejam atentas a fatores além dos envolvidos com seu lucro e seus negócios. E essa consciência não só é no âmbito da organização como instituição, senão que também deve ser refletida no comportamento de seus funcionários, fornecedores, parceiros, etc, pois como visto anteriormente, são fontes informais de comunicação das organizações.

Nesse sentido, um número cada vez maior de empresas se envolve com ações sociais, seja por meio de campanhas, parcerias com organizações do terceiro setor, ou até mesmo fundando suas próprias instituições sociais, comportamento

considerado benéfico para sua imagem pública. Porém, com o crescimento da visibilidade dessas ações, é possível pensar que, para além da real preocupação com questões sociais, o engajamento também pode ser motivado pela busca de uma imagem-conceito positiva, capaz de legitimar a atuação da empresa no mercado. Da mesma forma, pode-se indagar sobre o envolvimento de celebridades no terceiro setor, que não se fundamenta apenas numa preocupação legítima com a desigualdade social do país, por exemplo, mas também pode se tratar de uma estratégia para gerar aceitação pública. Entende-se assim que o envolvimento com questões sociais pode representar ganhos de imagem, uma vez que os públicos constroem seus conceitos acerca da organização justamente fazendo juízo de valores e aspectos que ela representa, sendo responsabilidade social um desses valores percebidos socialmente como importantes.

3.1.2 A captação de recursos no terceiro setor

O fato de possuírem identidade filantrópica não significa que as organizações do terceiro setor não necessitem de estratégias de captação de recursos para sua existência, pois elas dependem de doações, sejam elas na forma de mão de obra ou bens. Não se trata de um processo resumido em transações financeiras e mercadológicas, senão que a captação de recursos seria “o uso de um mecanismo financeiro com objetivo final e pré-estabelecido de auxiliar ações de filantropia” (KOTHER 2007, p. 11). Segundo Camargo (2001), no caso dessas organizações, “dinheiro” possui um significado diferente do considerado nas sociedades mercantis, mas é igualmente fundamental para a sua existência: “ele é um meio; um instrumento para a realização dos reais objetivos das entidades” (Camargo et al., 2001, p. 59). Doação, de acordo com a noção disposta por Kother (2007), é a origem do processo de captação de recursos em organizações do Terceiro Setor, com premissas na atitude das igrejas católicas, que incentivavam a seus fiéis a prática de doação ao próximo, como forma de caridade.

Até os anos 1990, as estratégias de marketing aplicadas nas organizações do terceiro setor não eram usuais, desenvolvendo-se somente a partir da entrada das empresas privadas que passaram a participar mais ativamente no debate sobre os problemas sociais. Por conta disso, existe atualmente um número relativamente pequeno de pesquisadores e especialistas nessa prática, também denominada

como marketing institucional. (VOLTOLINI, 2004).

Assim, o marketing e a comunicação, amplamente utilizados como técnicas de captação de recursos por empresas com fins lucrativos, passaram a ser utilizados também como estratégia de entidades do Terceiro Setor:

As Organizações Sem Fins Lucrativos (OSFL) passaram a adotar conceitos e técnicas de Marketing para atingir, manter e aumentar os públicos a que se destinam ou servem, para oferecerem seus produtos e aumentarem a sua participação na sociedade, melhorando a arrecadação e ampliando o quadro associativo. Elas começaram a se preocupar com os desejos e expectativas das pessoas quanto ao papel que cada instituição deve desempenhar, e redefinem os seus serviços para satisfazer tais exigências (VAZ, 1995, p. 16).

Porém, é importante ressaltar que os mecanismos adotados para essa finalidade são essencialmente distintos do formato conhecido no mercado de bens e serviços por tratar-se de uma esfera que envolve diferentes valores da sociedade, que possui outras finalidades e em entidades que não são de natureza econômica. “Na tarefa não muito nova de atrair a participação de indivíduos para as causas que defendiam, essas organizações, que não tinham produtos, mas ideias a ‘vender’, passaram a adotar conceitos e técnicas de marketing” (VOLTOLINI 2003, p.143).

Nesse sentido, Vaz (1995) analisa que as entidades sem fins lucrativos trabalharam durante séculos com os recursos tradicionais de pregação para angariar recursos e somente no século XX perceberam que poderiam definir sua atividade ou motivo de existência como um produto simbólico, ou seja, tratá-lo como uma ideia-produto e a partir daí utilizá-la em uma mecânica mais mercadológica. Para atuar nessas condições, o autor distingue a existência de dois tipos principais de mercado: o Mercado Material, que possui como atividade econômica predominante as trocas de bens por moedas, em que é exercido o Marketing Empresarial; e o Mercado Simbólico, no qual as atividades de marketing buscam, da mesma forma, garantir a existência e o crescimento das organizações, mas operando em um mercado em que “os ‘produtos’ são bens intelectuais [...] e a moeda de troca é o interesse de grupos de indivíduos por elas” (VAZ, 1995, p. 12), configurando-se em uma ferramenta viável encontrada pelas entidades sem fins lucrativos para expandir sua participação.

[as organizações sem fins lucrativos] Percebem que o mercado simbólico em que atuam, e no qual a retórica³ é a atividade dominante, opera uma

³ Retórica é definida por Vaz (1995, p. 26) como “arte e técnica milenar de convencer o semelhante

troca simbólica que é consumada quando uma ideia, divulgada junto a uma pessoa ou comunidade, desperta nesta um determinado interesse sobre a ideologia⁴ proposta. O contexto de atuação das instituições não econômicas, dentro de suas características próprias, não prescinde de um sistema de trocas. A diferença é que, enquanto as empresas realizam trocas materiais [bens economicamente mensuráveis], as demais instituições realizam trocas de bens intelectuais [ideias] (VAZ, 1995, p. 16).

As entidades do terceiro setor passaram a utilizar esses princípios para construir suas estratégias, planejando sua comunicação a partir de detalhes institucionais da entidade, como valores e preceitos, suas ideias, atividades e resultados; e principalmente divulgando a relevância que seu serviço assume perante a sociedade.

A divulgação ampla das atividades institucionais proporciona uma maior transparência à sociedade sobre as aplicações de recursos. [...] Não se trata apenas de promover sua 'marca' como item que lhe confere *status* social perante os consumidores, mas demonstrar eticamente garantias de que há uma alternativa de descentralizar os recursos e a renda nacional em prol da igualdade de condições, garantida como direito individual na Constituição Federal (CAMARGO *et al.*, 2001, p. 61).

Nesse sentido, a comunicação seria também utilizada para possibilitar o intercâmbio de conhecimentos e a geração e manutenção das relações entre os que captam e os que doam os recursos necessários, reforçando a imagem da organização perante os públicos. O relacionamento com diferentes grupos facilitaria o processo de captação de recursos, permitindo também a relação entre organização e comunidade, promovendo maior diálogo e interação entre ambos.

A ação de comunicação dessas organizações, ao iniciarem sua função de comunicar, auto-ativa-se como processo social dinâmico e contínuo, saindo da organização (sua sede e ponto de partida) em busca da ressonância de identificação e confiança, decorrência da intenção que emerge e vai lhe proporcionar um retorno de parceria com a comunidade, sedimentada na

pelo poder da palavra, da persuasão, da argumentação, sem uso da força física.”. A utilização do termo possui enfoque na sua importância como instrumento para acordo e adesão de grupos sociais ou indivíduos, excluindo uma possível abordagem do termo como forma de autoritarismo. Segundo o autor, a essência do pensamento retórico seria a crença, construída a partir da existência de valores como credibilidade e confiança em alguém ou a uma ideia. Esses valores ou ideias, possuindo de virtudes consagradas por uma determinada cultura, possuem mais possibilidades de serem aceitos.

⁴ Os indivíduos e a sociedade, quando possuem um conjunto de representações, dispõem, segundo Vaz (1995), de uma Ideologia. Ou seja, o termo utilizado pelo autor refere-se ao conjunto de ideias e princípios que caracterizam o pensamento de um grupo ou pessoa: “É o universo do saber do destinatário e do grupo a que pertence, o seu universo de expectativas psicológicas, suas atitudes mentais e experiências por ele adquiridas. Vem daí a parcialidade de cada ideologia, como quadro de referências e valores específicos de um indivíduo ou de uma comunidade.” (VAZ, 1995, p. 28). Nessa abordagem, o autor evita aproximar-se a concepções tradicionais que se relacionam com forma de dominação social, econômica e política, como a marxista, a althusseriana e a gramsciana, centrando-se nos aspectos semiológicos do discurso, sem aproximar-se das percepções sobre dominante e dominada.

credibilidade de que o produto comunicado atingiu seus objetivos e obterá os resultados buscados (KOTHER, 2007, p. 45).

A receita sustentável surge principalmente quando existe a consciência por parte dos doadores em relação aos benefícios que sua doação gera. “A comunicação é importante uma vez que motiva as pessoas a ficarem mais propensas à sensibilização pela causa” (KOTHER, 2007, p. 53). Esquemas de cooperação bem administrados auxiliariam a construção de credibilidade no mercado simbólico em que essas organizações atuam e que com a evolução da prática passaram a complementar as suas ações específicas com estratégias típicas de outros setores.

Segundo Vaz (1995), o processo de construção do marketing institucional é definido em três etapas. O primeiro passo, *conscientizar*, possui como base a informação e constitui-se em levantar o questionamento sobre como tornar possível a mudança, instigando a revisão individual de valores e atitudes. “A ênfase desse tipo de ação está na formulação de um apelo que sensibilize o público-alvo, fazendo-o refletir sobre seus atos e comportamentos” (VAZ, 1995, p. 287). Após questionar os indivíduos, parte-se para a busca da ação, da *mobilização* frente a um problema social. Esse engajamento pode ser em eventos isolados ou relacionados a um comportamento social frente a uma causa. Quando mobilizados, os indivíduos devem ser instigados a manter ativas as práticas ou comportamentos (*sustentação*), seja de ação ou de doação: “[...] os esforços que visam à sustentação de um programa de Marketing Social voltam-se para possíveis patrocinadores da causa, normalmente procurados no empresariado e em órgãos governamentais” (VAZ, 1995, p. 293).

Nesse cenário, encontram-se também estratégias que ligam a imagem de uma organização a uma personalidade, normalmente seu fundador. O produto (ideia) é relacionado ao produtor (pessoa), personalizando a proposta e resultando na possível existência de um forte apelo imaginativo: “[...] as propostas acabam sendo personalizadas nas figuras dos candidatos, exigindo especial atenção para a imagem pública dessas pessoas” (VAZ, 1995, p. 307). Um fator positivo em relação a esse tipo de marketing é a obtenção de visibilidade e espaços nas mídias, considerando a figura pública e sua participação em evento e atividades sociais. “A pessoa busca a evidência e o destaque para despertar a atenção dos públicos de interesse” (VAZ, 1995, p. 316).

É importante lembrar que essas estratégias somente inspiram indivíduos e grupos, mas não determinam seu modo de agir perante uma situação. Mesmo que uma mensagem seja minuciosamente construída, não se pode inferir que resultará em um comportamento específico, tendo em vista que seu poder é sugestivo. Assim como analisado no capítulo 2, são diversos fatores que são confrontados ao moldar a percepção sobre um objeto ou ao agir.

No contexto em que atuam as organizações do terceiro setor, também existem grupos que exercem influência sobre os indivíduos, definidos por Vaz (1995) como Primário, Cultural e Referencial:

O Grupo Primário é definido como o grupo de pessoas do círculo social próximo do indivíduo e que possui contato direto com ele, isto é, as pessoas que pertencem às instituições ao qual ele faz parte, como sua família, trabalho, bairro.

No Grupo Cultural, estão as instituições que influenciam o modo de pensar e agir de um indivíduo, que apresentam valores e crenças resultando em um modelo padrão de ação e de costumes sociais. Estão neste grupo instituições como a Igreja, que influencia as práticas sociais dos indivíduos que a ela pertencem segundo seus princípios e tradições.

Por fim, o Grupo de Referência são as pessoas que pertencem às instituições que o indivíduo deseja fazer parte, que o influenciam, mas não de maneira direta. Pode haver contato direto com este grupo, mas de maneira geral não é uma conexão natural. Estão nesse grupo pessoas públicas, personalidades políticas e celebridades em geral que se configuram em modelos de projeção social, figuras que apresentam um padrão de comportamento valorado pelo indivíduo.

3.2 As celebridades e o capital simbólico

Pode-se perceber que existe uma gama de organizações do terceiro setor vinculadas a personalidades públicas, assinalando a existência de um fenômeno que relaciona a organização a uma projeção social. Essas personalidades públicas podem ser políticos, empresários reconhecidos pela sociedade e as próprias celebridades, que são o foco deste trabalho. Para entender melhor esse processo, discute-se a seguir a noção de celebridades.

Assim como revisado anteriormente, a comunicação assume um papel cada vez mais importante na vida social contemporânea, possuindo relação direta com os

processos de construção de culturas. Nesse sentido, pode ser abordada a importância dos meios de comunicação, instituição socialmente onipresente, que proporciona novos tipos de interação entre indivíduos e evidenciam aspectos individuais no ambiente coletivo. A perspectiva da comunicação como participante da construção de sentidos e como processo de interação social permite visualizá-los como instauradores de interlocuções relacionais na sociedade em que se inscrevem, influenciando as sociedades:

O desenvolvimento dos meios de comunicação alterou profundamente as experiências dos indivíduos, os modos de lidar com as temporalidades, a percepção que temos do mundo, possibilitando novos tipos de interações entre os sujeitos (SIMÕES, 2009, p. 68).

Através das atividades midiáticas, nota-se o surgimento de uma perspectiva comum entre agentes, uma vez que disponibilizam significados que são assumidos pela sociedade nas práticas sociais e veiculados na mídia a partir de dispositivos midiáticos, construindo um processo de mútua influência:

Atenta-se assim para a circularidade que marca essa relação: a vivência e a prática dos indivíduos são configuradores dos produtos midiáticos e, ao mesmo tempo, os significados produzidos pela mídia configuram as experiências dos atores sociais (SIMÕES, 2009, p. 75).

É justamente nessa interação que, segundo Simões (2009), surge a noção de celebridades, que podem ser consideradas como “figuras públicas que ocupam o espaço de visibilidade da mídia e são construídas discursivamente” (MARSHALL, 1997, p. 75 *apud* SIMÕES, 2009).

Essas figuras são constituídas a partir de um conjunto de forças (percepção individual, mídia, cenário social, dentre outra), que dentro de um contexto cultural conferem às representações apresentadas nas mídias significações que as relacionam com percepções de notabilidade e singularidade. “As intenções e as motivações dos indivíduos não existem prontas *a priori*, mas emergem e se atualizam na própria constituição das interações entre a mídia e a vida social.” (SIMÕES, 2009, p. 75).

Segundo Primo (2009), o termo celebridade surge no século XVI, derivado da expressão latina *celebritas*, e possui as mesmas raízes que “célebre” (*celeber*), ou seja, aquele/aquilo que possui fama, que é notável. Atualmente, o é utilizado principalmente para denominar o indivíduo afamado, que aparece em evidência no ambiente público. Liesenberg (2012) *apud* Rojek (2008) ainda explica que a raiz da

expressão também indica a relação de “possuidor de uma singularidade” em relação aos demais. O fator distintivo da pessoa, ou seja, o que a destaca dos demais, pode também ser relacionado a talentos específicos, como habilidades, conhecimentos ou execução: atletas, pesquisadores e executivos de empresas, respectivamente, que se tornam celebridades a partir de sua exposição. É o caso de Ayrton Senna, que embora profissionalmente tenha sido piloto de Fórmula 1, representa, em sua personalidade pública, aspectos que vão além de suas habilidades como atleta.

No mesmo sentido de representação social, pode-se citar Morin (1989), em sua análise sobre como os atores de cinema se transformaram em “estrelas” no apogeu dos filmes de Hollywood. Os heróis representados nas telas de cinema aspiravam representações de grandeza através de feitos acima do nível normal de experiências ou realizações, carregados de proezas físicas e espirituais, tornando-se referência aos espectadores. Porém, os aspectos dos personagens de filme passaram para o plano real: os próprios atores passaram a ganhar visibilidade e maior *status* nas relações entre sujeitos: “A câmara de filmar parecia destinada a decalcar o real: começou a fabricar sonhos. A tela parecia dever apresentar ao ser humano um espelho: ela ofereceu ao século XX semideuses, as estrelas de cinema.” (MORIN, 1989, p. X). O conteúdo apresentado no cinema passa para um segundo plano, dando espaço à elevação do ator em relação ao(s) seu(s) personagem(s), oferecendo ao espectador uma projeção-identificação⁵.

Está próxima a etapa decisiva na qual a figura do intérprete se libertará da personagem, como de uma crisálida; será também necessário que as personagens se diversifiquem, que o herói único das séries dê lugar a múltiplos heróis, diferentes embora parecidos, segundo filmes. À medida que o nome do intérprete se torna tão ou mais forte que o da personagem, começa a se operar enfim a dialética do ator e do papel, na qual surgirá a estrela (MORIN, 1989, p. 6).

Esse misto entre realidade e fantasia, segundo Morin (1989), também é assumido pelo próprio ator: nos filmes, determinam aos seus diretores detalhes de seus personagens e, na esfera real, assumem uma vida com quesitos extravagantes:

Ao apogeu na tela corresponde o apogeu na vida mítico-real das estrelas de Hollywood. Sublimes, excêntricas, mandam construir imitações de castelos feudais, mansões em forma de templos antigos, com piscinas de mármore, estábulos, estrada de ferro particulares. Vivem muito longe, acima dos mortais (MORIN, 1989, p. 8 e 9).

⁵ Expressão empregada por Morin (1989).

Na contemporaneidade, as celebridades existem também em outras formas e constituem-se a partir de diferentes ambientes e campos sociais. As celebridades espontâneas, analisadas por Pena (2002), são pessoas anônimas que se tornam célebres a partir de sua exposição na mídia. A crescente reprodução da realidade em encenação, como os *reality shows* em que é televisionada a vida de pessoas confinadas em uma casa, tornam-se “novelas da vida real”: os espectadores buscam cada vez mais representações que permitam uma identificação mais imediata. As figuras construídas nos personagens, tais como o atleta vencedor, o jovem solidário, a mulher inteligente, dentre outras caracterizações, geram identificações em seus públicos ao personificarem valores na imagem do ator.

As celebridades [nos reality shows] são as estrelas do cotidiano, o eu espetacularizado. Elas acabam sobrepondo-se às próprias estrelas produzidas pela mídia no âmbito das tradicionais formas de entretenimento, como o teatro, o cinema e a TV (PENA, 2002, p. 153).

Segundo o autor, esse fenômeno não acontece somente nas produções de entretenimento, senão que se estende nos aspectos do ator na vida particular. A exposição e exploração da vida pessoal do ator pode intensificar sensações de intimidade e auto-semelhança, fornecendo ainda mais conteúdo simbólico para a construção de relação entre celebridade e espectador, mesmo que essa relação seja puramente do campo das representações. Por outro lado, aguçar os sentidos que tornam o ator uma celebridade permite a sobrevivência de um fascínio sobre a sua imagem e, conseqüentemente, mantém seu reconhecimento público.

A vida é midiática e deve ser vivida como um espetáculo em que todo o dia há um novo capítulo, e onde, invariavelmente, a intimidade está presente. [...] Se, no passado, era preciso ler a bibliografia de uma estrela para conhecer passagens de sua intimidade que ela julgasse conveniente divulgar, hoje a biografia é escrita diariamente na mídia (PENA, 2002, p. 155).

Essas noções apresentadas permitem entender como o conteúdo disponível nos meios de comunicação pode oferecer sentidos para a construção de modelos representativos da realidade, valorizando ou desvalorizando indivíduos e seus aspectos. Essas distinções podem resultar na geração de forças relacionais que são diretamente associadas a um status social: o capital simbólico. Esse tipo de capital, considerado invisível, só pode ser exercido quando compartilhado entre sujeitos que o reconhecem. Para aprofundar a noção sobre esse tipo de poder, pode-se abordar Bourdieu (2012) e sua perspectiva a partir de um panorama sociológico.

Para o autor, o espaço social pode ser considerado uma dimensão em que coexistem agentes sociais em mesmos ou diferentes níveis, e que é constituída a partir de forças existentes nessas relações. A posição assumida por cada agente é definida pelo volume de capital que ele possui. Por capital entende-se um poder subjetivo, que determina a probabilidade de ganho em diferentes ocasiões. O capital simbólico, segundo essa perspectiva, é o “prestígio, reputação, fama, etc. que é a forma percebida e reconhecida como legítima das diferentes espécies de capital” (BOURDIEU, 2012, p. 135). Essa força torna-se importante uma vez que a estrutura do espaço social é do campo da percepção, dos produtos e das forças simbólicas, sujeito a diferentes significações. O portador de capital simbólico torna-se distinto dos demais agentes a partir da força simbólica relacional que ele possui.

A partir dessa análise, pode-se concluir que as celebridades, uma vez que estão em posição de destaque no universo social, adquirem uma força simbólica que incide sobre os demais indivíduos da sociedade. As representações assumidas por elas podem orientar as relações e incidir nos processos interpretativos, assim como será abordado no capítulo seguinte, em que serão apresentados os resultados da pesquisa empírica.

4 A CELEBRIDADE AYRTON SENNA E SEUS ASPECTOS IDENTITÁRIOS E DE IMAGEM NO SITE DO INSTITUTO AYRTON SENNA

Para analisar a presença de aspectos da identidade e da imagem das celebridades no conteúdo de sites de organizações do terceiro setor, este trabalho tem como objeto de análise o Instituto Ayrton Senna. A decisão foi motivada pelas seguintes razões:

- a) O piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna pode ser considerado celebridade: sua carreira profissional é marcada pela exposição pública, foi bem sucedida e com posições de destaque dentro de seu campo de atuação (tri campeão brasileiro). A história, a figura e o nome do piloto são conhecidos popularmente no Brasil e no exterior;
- b) A organização que leva seu nome pertence ao terceiro setor da sociedade brasileira, foi fundada pela vontade do piloto, apresenta estrutura organizacional formal, veículo de comunicação acessível (site), desempenho significativo frente a problemas sociais e reconhecimento em nível nacional e internacional.

Antes de iniciar a exploração efetiva do *corpus* de análise, é importante conhecer um pouco mais sobre a celebridade e a instituição em questão. Os objetivos desta pesquisa possuem relação com aspectos pessoais do piloto e por isso importa fazer uma breve retrospectiva de sua carreira, que irá auxiliar a entender também porque se tornou uma figura pública brasileira.

4.1 Ayrton Senna

Ayrton Senna da Silva, também conhecido como Senna, paulistano nascido em 1960, foi piloto de Fórmula 1, tri campeão mundial de sua categoria e considerado uma referência nessa modalidade de esporte. Em seus 10 anos de carreira, estão incluídas 41 vitórias, 65 *pole positions* (primeiras posições de largada) e os três campeonatos mundiais que venceu.

Nas pistas de corrida, iniciou na modalidade de Kart, passando por Fórmula Ford, Fórmula 3, até chegar ao nível considerado como o mais alto do esporte de automobilismo no mundo, a Fórmula 1. Em todas as modalidades, acumulou prêmios e demonstrou representativos resultados que o fizeram se desenvolver e se destacar, tornando o seu nome conhecido e cada vez mais aclamado. Ao vencer

corridas de F1, o piloto costumava segurar a bandeira do Brasil e fazê-la tremular, incitando valores de patriotismo e ganhando ainda mais destaque em seu país. Também assumia publicamente os valores motivação, dedicação, determinação e superação, os quais procurava refletir pessoal e profissionalmente. O alto desempenho do atleta somado à exposição de sua imagem nos veículos de comunicação, resultado da popularidade da modalidade F1 no Brasil e no mundo, contribuíram ainda mais para que ele se tornasse ícone brasileiro. A carreira promissora, no entanto, foi interrompida em 1994, quando Senna sofreu um acidente mortal no autódromo de Ímola na Itália. O incidente ocorreu justamente em meio a debate sobre o nível de segurança nas corridas e foi antecedido por dois outros acidentes na mesma pista, um deles também mortal. Foi a partir desse ano, com o acontecimento desses fatos trágicos, que a modalidade de Fórmula 1 decidiu revisar o nível de segurança dos pilotos e das pistas, o que foi considerado como divisor de águas para o esporte.

Os eventos fúnebres do atleta foram transmitidos por meios de comunicação nacionais e internacionais e acompanhados por milhares de pessoas que foram às ruas demonstrar seu afeto a um ícone do esporte brasileiro. Esse reconhecimento pode ser confirmado, entre outros fatos, pelas 21 avenidas, seis estradas, cinco praças, sete ruas, três viadutos, duas pontes, duas ciclovias, um túnel e quatro monumentos, em diferentes cidades do Brasil, que levam o nome Ayrton Senna. Mesmo passados 18 anos de sua morte, Senna ainda possui fãs clubes no Brasil e em outros países e é tema de 83 livros já traduzidos em cinco línguas⁶.

4.2 O Instituto Ayrton Senna

Além de piloto, Senna desempenhou a carreira de empresário através da criação do personagem Senninha e da marca Senna e inspirou a criação de um instituto homônimo.

O Instituto Ayrton Senna foi fundado em 1994, fruto do desejo de Senna, por iniciativa de sua irmã, Viviane Senna, que atualmente preside a instituição. O piloto, em conversa com Viviane, declarou sua vontade de desenvolver uma solução para dar oportunidades de desenvolvimento humano a crianças e jovens de baixa renda,

⁶ Fonte dos dados: Memorial Ayrton Senna. Disponível em: http://senna.globo.com/memorialayrtonsenna/home_port.shtm. Acesso em 18 de Nov. de 2012.

tornando possível o crescimento de seu nível econômico e social através da educação. Correspondendo às intenções do irmão que não concretizou seu plano em decorrência do acidente fatal de 1994, Viviane, ainda no mesmo ano, criou o Instituto.

O Instituto Ayrton Senna é uma organização sem fins lucrativos financiada com recursos próprios, doações e a partir de parcerias com a iniciativa privada. O instituto atua no campo da educação, através de projetos ligados à pesquisa e à produção de conhecimento, todos visando atuar em larga escala no território brasileiro. Seus programas alcançam 1.300 municípios no Brasil, capacitam 60 mil educadores e beneficiam diretamente a dois milhões de alunos. Os programas oferecidos pela instituição são divididos nas áreas de educação formal, complementar e de educação e tecnologia. São eles:

Acelera Brasil: criado em 1997, trata-se de um programa com metodologia de ensino própria que visa corrigir o fluxo do Ensino Fundamental para alunos que se encontram atrasados em sua formação escolar, o que normalmente ocorre por reprovação e que pode levar ao abandono escolar. Os estudantes recebem acompanhamento especial de gestores da área da educação visando avançar em sua escolaridade e adequar-se à série respectiva para a sua idade. Está presente em 727 municípios de 25 estados, além do Distrito Federal.

Se Liga: criado em 1999, trabalha também na correção do fluxo de ensino, porém com foco nas séries iniciais, alfabetizando crianças que não foram aprovadas em sua série escolar por não saberem ler nem escrever. Está presente em 802 municípios de 25 estados, além do Distrito Federal.

Circuito Campeão: programa de políticas de alfabetização e de acompanhamento focado na qualidade de ensino, oferecido nas escolas. Atua através de cultura de gestão escolar para obter resultados de aprendizagem. As ferramentas são introduzidas nas primeiras séries do Ensino Fundamental e visam garantir o efetivo desenvolvimento de habilidades como leitura, escrita e cálculos matemáticos. Está presente em 596 municípios de 22 Estados.

Gestão Nota 10: programa que oferece capacitação e ferramentas gerenciais a gestores de educação (diretores de escola e profissionais da equipe das secretarias de ensino). Entre seus objetivos, estão o fortalecimento da competência técnica das lideranças e das equipes, e eficácia dos processos educacionais nas redes públicas de ensino. Está presente em 556 municípios de 19 Estados.

Fórmula da Vitória: foco em alunos de 5^a a 8^a série que apresentam dificuldade parcial ou total nas habilidades de escrita e leitura. O programa oferece material especial de Língua Portuguesa para incentivar sua alfabetização. Acontece em dois municípios de dois estados brasileiros.

SuperAção Jovem: programa voltado à educação integral para estudantes de 7^a e 8^a séries do ensino fundamental e do ensino médio. O programa desenvolve times de trabalho que contribuem para a melhora de questões centrais relacionadas ao aprendizado escolar tais como interesse, convívio e habilidades de pensamento. Essa proposta também objetiva capacitar gestores a fim de que estejam alinhados aos objetivos do programa, como o de reconhecer o potencial da juventude. Acontece em 184 municípios do estado de São Paulo e no Distrito Federal.

Educação pela Arte: desde 1999, este programa objetiva qualificar a educação complementar à escola, oportunizando o desenvolvimento de habilidades relacionadas à arte como sensibilidade, percepção e criatividade. Além das atividades realizadas com as crianças, o programa também capacita educadores para que entendam os objetivos da iniciativa e em como realizá-la. Está presente em nove municípios de oito Estados através de parcerias com 14 ONGs.

Educação pelo Esporte: desde 1995, o programa utiliza o viés do esporte para mobilizar dimensões psicológicas, cognitivas e emocionais de crianças e adolescentes, através de atividades recreativas coordenadas por professores de educação física com apoio de educadores de outras disciplinas e que estimulam e relacionam práticas esportivas a outras atividades, como as artísticas e as pedagógicas, de forma interdisciplinar. É presente em 15 municípios de sete estados.

Escola Conectada: Atua na educação formal utilizando-se da tecnologia digital para promover uma nova abordagem de ensino e novas relações entre alunos e educadores. O objetivo é desenvolver habilidades como a leitura e a escrita dos alunos, a interpretação, e o compartilhamento de ideias e soluções, melhorando assim seu rendimento escolar. Atinge 11 municípios de cinco estados.

Comunidade Conectada: Desde 2006, o programa promove a inclusão digital através da utilização e domínio de novas tecnologias de comunicação e informação. O programa oferece orientação, cursos de capacitação e oficinas para comunidades, ampliando a interação entre esta e o mercado de trabalho. Acontece em oito municípios de sete estados.

Brinquedoteca: Espaços criados dentro de hospitais que, através de profissionais e voluntários devidamente preparados, realiza oficinas psicopedagógicas, brincadeiras e atividades lúdicas para crianças e jovens em tratamento oncológico. Também oferece orientação psicológica aos pais dos pacientes internados. O espaço está em três hospitais de dois estados.

Nota-se, assim, que o Instituto busca investir no potencial das novas gerações, especificamente na formação escolar dos estudantes para que estejam aptos a corresponder às questões profissionais, culturais, econômicas e políticas do século 21. Além disso, o Instituto disponibiliza serviços de gestão do processo educacional para administrações públicas, oferecendo gratuitamente o desenvolvimento de diagnóstico, planejamento, formação, dentre outras etapas que têm por objetivo promover a educação integral.

Por conta de sua representatividade e de seus programas, o instituto é integrante do Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), da cátedra da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), além de colaborar diretamente com o resultado do Brasil em relação às metas propostas pela Organização das Nações Unidas (ONU) para áreas de educação, dentre outras.⁷

4.3 Metodologia

Para desenvolver o estudo empírico e responder ao problema de pesquisa será utilizada a técnica de análise de conteúdo, segundo princípios propostos por Bardin (2004). A autora define análise de conteúdo como uma observação interpretativa de materiais de comunicação em que se podem evidenciar possíveis polissemias presentes no contexto de mensagens. A técnica parte do princípio de que a primeira leitura de uma mensagem possibilita uma compreensão espontânea, porém uma apreciação mais profunda desse material pode oportunizar o enriquecimento de seus sentidos e a emergência de elementos subjetivos. Esse método possui um alto teor empírico e objetiva, de forma sistemática e interpretativa, analisar um conteúdo, identificando a presença ou ausência de determinados elementos. A análise acontece em três fases: pré-análise, exploração de material e

⁷ Fonte dos Dados: Instituto Ayrton Senna: Quem Somos. Disponível em: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/quem_somos/index.asp. Acesso em 18 Nov. 2012.

tratamento dos resultados (inferência e interpretação). A validação da análise acontece a partir dos dados quantitativos e qualitativos recolhidos na observação do objeto, que serão interpretados para construção de uma inferência. Espera-se que, a partir do resultado, seja possível construir uma correspondência entre estrutura semântica da mensagem e representações psicológicas ou sociológicas de uma sociedade.

Esta pesquisa parte da perspectiva que elementos presentes em mensagens apresentadas por agentes sociais podem incidir na construção de uma inspiração subjetiva e, possivelmente, influenciar seus receptores.

Considerando que, acerca do objeto de pesquisa, existem muitos meios de comunicação do instituto com seus públicos, foi definido para este trabalho analisar o *site* do Instituto Ayrton Senna, especificamente o conteúdo da página institucional e as notícias do primeiro semestre de 2012 (janeiro a julho). Determina-se assim um *corpus* de análise que será apresentado no anexo do trabalho.

A escolha de site para a análise dessa pesquisa dá-se pelos seguintes fatos: apresenta comunicações oficiais em um instrumento não seletivo (visa a todos os públicos da organização); e por conta de seu nível de abrangências geográfica e demográfica, é considerada uma mídia que possibilita maior acesso à informação e pode auxiliar no exercício da cidadania e da inclusão social.

As páginas escolhidas demonstram maior relação temática com o problema de pesquisa e, conseqüentemente, apresentam conteúdos pertinentes para este trabalho. Considerando as regras indicadas por Bardin (2004) para definição do *corpus* de pesquisa, serão considerados *todos* os documentos pertinentes para os objetivos desta pesquisa (todas as notícias do período indicado assim como todo o conteúdo institucional), e, dentro desse recorte, selecionadas amostras que possuam representatividade para o estudo.

4.3.1 Pré-análise

Parte-se agora para a etapa inicial da análise que busca de maneira geral identificar elementos que tenham relação com os aspectos da identidade e da imagem de Ayrton Senna. O *corpus* de pesquisa, como mencionado anteriormente, será o conteúdo disponível no site da entidade, especificamente das páginas institucional (“Quem somos”) e de notícias (“Últimas notícias”), sendo consideradas

as notícias publicadas no primeiro semestre de 2012. Ambas estão apresentadas já na página inicial, assim como demonstrado na Figura 1:

Figura 1 – Home Page do Instituto Ayrton Senna

The image shows the home page of the Instituto Ayrton Senna website. At the top, there is a navigation bar with links to 'globo.com', 'notícias', 'esportes', 'entretenimento', and 'videos'. A 'DOE AGORA' button is prominently displayed on the right. Below this is a horizontal menu with categories: 'QUEM SOMOS', 'DOAÇÃO', 'PROGRAMAS', 'JORNALISTAS', 'RECURSOS', and 'FALE CONOSCO'. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a large banner for the '5ª MARATONA DE REVEZAMENTO' on December 2nd at Interlagos, featuring Ayrton Senna's signature and a photo of him running. To the right of the banner is a red box with the text 'Como você pode ajudar o Instituto?' and two buttons: 'Como Pessoa' and 'Como Empresa'. Below the banner, there are sections for 'HISTÓRIAS REAIS' (with a video player), 'ÚLTIMAS NOTÍCIAS' (with a list of news items), and 'CADASTRE-SE' (with an email input field). At the bottom, there are social media links, a 'PARCEIROS SOCIAIS' section with logos for Bradesco, CREDICARD, LIDE, EDUCAÇÃO, Nestlé, and SUZANO, and a 'RELATÓRIO DE RESULTADOS 2011' button.

Fonte: INSTITUTO AYRTON SENNA (2012). Acessado em 18 de Novembro de 2012.⁸

Observa-se que o Instituto Ayrton Senna apresenta em sua página inicial elementos que remetem diretamente ao piloto, como imagens de capacetes e troféus, além da própria foto de Senna.

Ao entrar na página de notícias, percebe-se uma estrutura simples, composta

⁸ O corpus analisado na página de notícias refere-se ao primeiro semestre de 2012 (janeiro a julho).

basicamente por títulos de notícias e suas datas de publicação, sendo o texto acessível ao clicar em cada um deles. Já a página Institucional, intitulada também de “Quem somos”, organiza-se em tópicos e subdivisões, conforme o Quadro 1:

Quadro 1 – Página Quem Somos do Instituto Ayrton Senna

<p>Quem somos: Explica de maneira resumida o que é o Instituto Ayrton Senna: objetivos, públicos, resultados, formas de trabalho, programas e propostas, formas de recursos e reconhecimentos.</p>	<p>Missão: Descreve a missão da instituição</p>
	<p>História: Em uma linha do tempo, apresenta fatos importantes para Instituição.</p>
	<p>Conselheiros</p> <p>Presidente: Apresenta a presidente Viviane Senna e suas participações em conselhos e comitês de outras instituições.</p> <p>Conselho Executivo: Apresenta o Conselho Consultivo da Instituição com nomes e cargos.</p>
	<p>Desenvolvimento Humano: Inicia apresentando um breve texto explicativo sobre a situação do Brasil no cenário internacional de Desenvolvimento Humano (DH), assim como o conceito de DH e relação da instituição com o assunto.</p> <p>Educação para o DH: Explica sobre a importância da educação para desenvolvimento humano, os princípios desse conceito e a relação do assunto com o Instituto.</p> <p>Cátedra Unesco: Apresenta a relação entre Instituto e a UNESCO e oferece informações sobre a Cátedra da qual integra.</p> <p>Educação a Distância (EAD): Explica sobre a ferramenta de ensino a distância oferecida pela instituição, assim como importância, resultados e propostas.</p>
	<p>Publicações</p> <p>Educação em Cena: Apresenta a Revista Educação em Cena, percorrendo brevemente sobre a importância do veículo para a instituição; e exibe quatro publicações com informações sobre elas. As Revistas podem ser acessadas via arquivo em pdf.</p> <p>Livros: São mostrados os dois livros publicados pelo Instituto, assim como títulos, tema e outras informações referenciais.</p> <p>Educação Física nas Escolas Brasileiras: Disponibiliza informações sobre a pesquisa “Educação Física nas escolas públicas brasileiras”.</p>
	<p>Ayrton Senna: Apresenta informações exclusivamente sobre o piloto, tanto pessoais quanto profissionais, e sua relação com a instituição.</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2012)

4.3.2 Exploração de material e tratamento de resultados

Esclarecido o *corpus*, parte-se agora para a análise dos dados. A exploração tem como propósito definir as unidades de análise que remetam a aspectos da

identidade ou da imagem da celebridade (no caso deste trabalho, definiram-se como unidades de análise as frases contidas nos textos), para que seja possível identificar índices, contabilizar as ocorrências e realizar inferências e interpretações. A investigação foi realizada a partir das seguintes etapas:

- 1) Leitura dos conteúdos que compõem o *corpus*, reconhecimento de características gerais e definição das unidades de análise (frases);
- 2) Revisão das unidades de análise coletadas e identificação dos índices relacionados a aspectos identitários e de imagem de Ayrton Senna;
- 3) Criação de diferentes categorias relacionadas à identidade e à imagem da celebridade;
- 4) Discussão geral dos dados.

Organizados os documentos e determinadas as premissas que guiarão as operações, parte-se para a exploração do material. Foram analisadas um total de 24 páginas do site, nas quais puderam ser encontrados índices relacionados a aspectos da imagem e da identidade do Ayrton Senna. Como desdobramento dessa exploração, têm-se inicialmente duas percepções principais: a representação de Ayrton Senna como elemento mais presente na comunicação do Instituto Ayrton Senna e como fator principal para geração de visibilidade à organização.

A primeira ideia surge a partir da observação da página institucional (“Quem Somos”), que apresenta um tópico nominado Ayrton Senna, exclusivamente dedicado à celebridade e às informações sobre sua carreira profissional e vida pessoal. Analisando o texto disponível, pode ser observado que a celebridade é apresentada como vitoriosa, inspiradora de valores e preocupada com questões sociais, sem ser mencionada sua relação com a fundação da instituição, dado brevemente citado junto às informações da história da organização. Pode ser constatado, a partir dessa análise inicial, que a celebridade não é representada pela instituição somente como sua inspiradora, mas, principalmente, como um dos elementos que permeia toda sua composição. Para ilustrar essa perspectiva, podem ser analisados os programas sociais desenvolvidos pela instituição voltados à educação e ao desenvolvimento humano que, mesmo sem ter relação prática com a profissão de Ayrton Senna, remetem à sua carreira como esportista na Fórmula 1: Acelera Brasil, Circuito Campeão e Fórmula da Vitória. A partir dessas observações pode-se concluir que os aspectos de Ayrton Senna são acionados para gerar

visibilidade ao Instituto e aos seus programas, estabelecendo uma conexão entre diferentes aspectos.

A segunda percepção decorre da análise inicial das notícias. Observando os textos, nota-se que muitos assuntos não são exclusivamente sobre a instituição. Contabilizando os temas, chega-se ao seguinte resultado: 55% são sobre o Instituto Ayrton Senna (sendo 34% sobre parcerias com outras empresas); 23% sobre a celebridade Ayrton Senna; 15% sobre Viviane Senna (irmã de Ayrton Senna e presidente do Instituto Ayrton Senna); 7% sobre as marcas Senna e Senna. Isso reflete que, em 44 % das notícias, o Instituto não é assunto principal, mas sim tema relacionado. As demais notícias relatam homenagens, eventos e produtos, que por sua vez se relacionam ao Instituto principalmente no sentido de geração de recursos. Essa observação resultou na criação de uma categoria temática específica, conforme será visto a seguir neste capítulo. Lembra-se também que o *corpus* provém de comunicação oficial da instituição e que traz informações que farão parte do processo de recepção comunicacional, a partir das perspectivas de identidade e imagem apresentadas no capítulo anterior.

A análise do *corpus* identificou um total de 868 frases com índices que remetem a diferentes aspectos identitários e de imagem de Ayrton Senna, os quais puderam ser reunidos em seis categorias diferentes, as quais serão apresentadas a seguir.

4.3.2.1 O Ídolo Imortal

Essa categoria foi criada a partir dos aspectos de idolatria e de “personagem histórico” que compõem a percepção de Ayrton Senna como Ídolo Imortal, representação majoritária nos textos analisados. A expressão ídolos, originalmente utilizada para nomear entidades superiores espirituais e divinas pelo qual se tinha adoração, na atualidade, passa do plano divino para a esfera humana, sendo empregada também para caracterizar personalidades públicas que, ao se destacarem em sua área de atuação, tornam-se aclamadas e adoradas. Essa transformação é visível a partir da análise dos textos, em que se observa a intenção de reforçar a representação de Ayrton Senna como uma pessoa mitificada, que transfigura o piloto em ser imortal, transformando-o em uma celebridade

inesquecível, conforme se percebe no seguinte exemplo (os trechos em negrito remetem aos índices encontrados):

“Meus avós me dizem, meus pais me contam, meus tios me falam, a história relata, em fotos e vídeos, o que eu não tinha idade para entender, mas hoje posso compreender e até **sentir a saudade que eles sentem do Ayrton fenomenal. Por tudo que ele foi** é que jamais haverá outro igual.” A frase emocionante mostra que os valores deixados por Ayrton Senna já **contagiam as novas gerações.** Meninos e meninas que não tiveram a oportunidade de vibrar com o tricampeão nas manhãs de domingo têm o piloto brasileiro como **ídolo. O veem como um mito** (INSTITUTO AYRTON SENNA:

http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=398. Acesso em 18 nov. 2012).

A partir desse exemplo, percebe-se que Senna é mostrado como uma personalidade que poderá continuar sendo admirada e lembrada mesmo anos após a sua morte e por pessoas que não o viram competir. Representá-lo assim auxilia na sobrevivência do fascínio sobre a sua imagem e na permanência de seu capital simbólico, além de contribuir para a geração de fascínio também em relação ao Instituto, uma vez que é apresentado nos textos como o próprio legado “vivo” deixado por Senna. Nessa categoria, também estão incluídos os aspectos de admiração, veneração, inspiração, motivação, “admirado mundialmente”, “respeitado”, “estrela” e “homenageado”.

Ayrton Senna é um ídolo internacional, admirado em várias partes do mundo. Na Austrália, não é diferente. Um fã do brasileiro entrou em contato com o Instituto Ayrton Senna para falar de **sua admiração** pelo tricampeão mundial de Fórmula 1 [...] **“Fiquei ao lado de Ayrton Senna por apenas um minuto, e este foi provavelmente o momento mais importante de toda a minha vida.”** (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=323. Acesso em 18 nov. 2012)

Observa-se também que os textos indicam que Ayrton Senna não é só ídolo no Brasil, mas também no mundo. O sentido de pessoa adorada ainda é reforçado nas diversas homenagens realizadas em forma de exposições, concursos, matérias de revistas, etc. Foram muitos os eventos com essa abordagem mencionados nos conteúdos analisados, inclusive sobre homenagens feitas por outras celebridades, reafirmando-o como portador de capital simbólico.

4.3.2.2 O Valor Agregado

A categoria Valor Agregado é relativamente distinta das demais: foram

examinadas as ocorrências em que os aspectos do piloto foram relacionados a produtos, eventos, parcerias, dentre outros. Em termos mercadológicos, quando existe um valor agregado a um produto, significa que este possui um atributo de qualidade, que incide na percepção do consumidor e justifica sua escolha em relação aos demais produtos. Considera-se assim que a representação de Ayrton Senna, quando associada a outro objeto, marca ou ideia, pode atribuir grande valor mercadológico a esse objeto, a essa marca e a essa ideia, conforme destacado a seguir:

A Goodyear, em parceria com o Instituto Ayrton Senna, lança a **campanha 'Acelerando pela Educação'**, apresentando ao mercado uma edição limitada dos **pneus Eagle Excellence AquaMax Ayrton Senna** [...] "Para a Goodyear é uma grande satisfação fazer esta parceria com o Instituto Ayrton Senna", declara Jaime Szulc, presidente da Goodyear para América Latina. "Com o **projeto 'Acelerando pela Educação'**, pretendemos contribuir com o futuro do nosso país, **engajando os consumidores a partir da identificação** com o nosso grande ídolo da Fórmula 1" (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=361. Acesso em 18 nov. 2012).

Elucida-se dessa forma a utilização do capital simbólico e da representação de Ayrton Senna como um diferencial mercadológico, que gera recursos e visibilidade para as organizações envolvidas e para seus produtos a partir de seus aspectos de identidade e de imagem. Também foram consideradas nessa categoria outras ocorrências que demonstram ser estrategicamente utilizadas para geração de recursos financeiros para o Instituto: a marca responsável pelos produtos com nome Ayrton Senna direciona 100% de seus royalties (direitos) aos programas educacionais do Instituto. O mesmo acontece com os ingressos das exposições sobre vida e trajetória profissional de Senna; nos eventos em que o personagem Senninha participa; na venda de camisetas, bonés, chaveiros, dentre outros, pela Senna Store; nos leilões de réplicas de capacetes do piloto, etc.

Um **leilão de dois capacetes comemorativos dos 50 anos de Ayrton Senna** arrecadou neste sábado R\$ 23 mil para os programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que a cada ano beneficiam diretamente dois milhões de crianças e jovens em todo o Brasil [...] (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=385. Acesso em 18 nov. 2012).

A existência de um valor de mercado relacionado à imagem e à identidade de Ayrton Senna é evidenciada, justificando ainda mais a importância de divulgar seus valores e aspectos e de mantê-lo como portador de capital simbólico através das

demais representações.

4.3.2.3 O Campeão Esportista

Essa categoria buscou identificar como Ayrton Senna é representado em relação a sua profissão e a sua carreira e agrupa os seguintes sentidos: dedicação, determinação, persistência, exigência, competência, excelência, vitória, atitude esportiva, etc. O material analisado demonstra que Ayrton Senna não é retratado somente como um atleta ou um piloto. Esses sentidos aparecem, na maior parte do conteúdo, relacionado a outras representações ou aspectos que o exaltam, como “o maior esportista” e “o tricampeão mundial de fórmula 1”:

Um concurso interno na empresa também selecionou a ideia de Diego Rossi Peres **prestando sua homenagem ao tricampeão mundial de Fórmula 1**. Uma das cúpulas, localizada na avenida Paulista, próximo ao Masp, traz a reprodução do capacete utilizado pelo **piloto** brasileiro em sua **vitoriosa carreira** e recebe o título de ‘Cinquentão do **nosso eterno campeão**’ (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=382. Acesso em 18 nov. 2012).

Os sentidos dessa categoria também são acionados quando Ayrton Senna é retratado como justificativa para as ações do Instituto, argumentando que essas iniciativas podem levar crianças e jovens a serem campeãs na vida, assim como foi o piloto, argumentando as ações da organização através de uma representação da celebridade:

Na última área da exposição, ‘Podium e Legado’, o público vai acompanhar o legado deixado por Ayrton Senna, **tanto no automobilismo**, quanto na área social. Sua preocupação social gerou a criação, em 1994, do Instituto Ayrton Senna [...] cujos **números são tão vencedores quanto os da carreira do próprio corredor**. (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=326. Acesso em 18 nov. 2012)

Ayrton Senna como o Campeão Esportista também é descrito como inspiração para outros pilotos, inclusive daqueles que, na atualidade, dispõem de mais vitórias a nível mundial do que o próprio Senna. Dessa forma, entende-se que essa categoria reforça representação de Ayrton Senna como alguém de destaque no cenário do automobilismo, exaltando sua carreira e seu desempenho como piloto. Também se pode inferir, a partir dessa análise, que esse reconhecimento igualmente auxilia a legitimar as suas demais representações, pois reafirma sua

importância e sua distinção no cenário em que atuou.

4.3.2.4 O Líder Brasileiro

Ayrton Senna como líder Brasileiro analisou os aspectos relacionados a patriotismo, “Brasil que dá orgulho”, brasileiro e “último herói nacional”, que auxiliam na construção de sua representação como referência no país:

Especialistas em automobilismo, os jornalistas destacaram **Ayrton Senna como o último herói nacional**, e ressaltaram que o **Brasil e o mundo dificilmente verão outro personagem como o piloto. “O Senna era o Brasil que dava orgulho, uma das poucas coisas que o brasileiro podia falar que tinha orgulho.** A economia ia mal, o futebol ia mal. Isso é muito emblemático. **Quem levantava a bandeira do Brasil** no final dos anos 80 e início dos 90 era **somente o Ayrton Senna**”, destacou França, autor de ‘Ayrton Senna e a Mídia Esportiva’. (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=369. Acesso em 18 nov. 2012).

Através de exemplos de atitudes que o piloto apresentou em vida, como sacudir a bandeira do Brasil nas vitórias, aliados ao fato de que Senna foi um representante do Brasil nas competições mundiais, busca-se evidenciá-lo como alguém que se orgulhava de ser brasileiro. Essa categoria pode contribuir para a percepção de que a celebridade era alguém que possuía valores em comuns com a sociedade em que se encontra o Instituto Ayrton Senna, que viveu sob a mesma situação nacional, auxiliando na construção de uma identificação com o piloto e com a organização. Também se pode inferir que representar Ayrton Senna como o último herói brasileiro o destaca de outras celebridades ou modelos sociais. Esse ganho é positivo considerando o cenário do terceiro setor que, conforme mencionado anteriormente, dispõe de organizações que são fundadas ou relacionadas a celebridades, auxiliando assim a captação de visibilidade, engajamento e mobilização social especificamente para o Instituto. Além disso, a noção do Instituto Ayrton Senna como organização brasileira, que desenvolve seus programas dentro do Brasil, também é reforçada pelos sentidos de patriotismo do piloto,

4.3.2.5 O Herói

A expressão Herói, assim como Ídolo Mortal, também passou por uma

transformação ao longo do tempo. Seu significado, que antes representava figuras arquetípicas, muitas vezes semideuses, que desempenhavam atos de coragem para superar questões de dimensões épicas, atualmente são empregados para representar pessoas que inspiram e motivam outras, como as celebridades. Na categoria Herói, foram considerados os sentidos de superação, inconformidade, de pessoa “que não foge da luta nem do conflito”, corajoso, obstinado, lutador, merecedor, etc, como pode ser verificado no exemplo abaixo:

“**Ayrton Senna é o herói** de todo o brasileiro. O que ele mais **me inspira** é a ter **coragem... não desistir dos sonhos**”, conta Sabrina Sato, do programa **Pânico** (INSTITUTO **AYRTON SENNA**:http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=367. Acesso em 18 nov. 2012).

Observa-se assim que há uma representação de Ayrton Senna como alguém que realizou atos heroicos e distintos dos demais, por conta de seus feitos como piloto e por tornar-se um representante do Brasil no cenário mundial do automobilismo. Ao mesmo tempo, nos textos, Ayrton Senna é representado como alguém que recebeu muitas oportunidades na vida, que veio de uma família que possuía estrutura para oferecer a ele educação e outras condições básicas para seu desenvolvimento. Sendo assim, esses aspectos heroicos da celebridade são relacionados a outras representações, como Líder Brasileiro, Ídolo Imortal ou Altruísta.

As vitórias conquistadas pelo piloto, sua morte inesperada e a criação de um Instituto que leva seu nome e que representa a realização de seu sonho, podem incitar ainda mais percepção de Ayrton Senna como um Herói e da representação do Instituto como seu legado.

4.3.2.6 O Altruísta

Ayrton Senna como o Altruísta reúne os sentidos de preocupação com o outro, com as questões sociais, de pessoa com sonhos de mudança, etc. A partir da investigação, foi constatado que existe uma intenção de relacionar Senna à criação do Instituto, argumentando que o próprio Instituto é a realização do sonho dele, tornando possível utilizar estrategicamente seu capital simbólico e suas outras representações mencionadas anteriormente. Mesmo assim, a categoria Altruísta não é majoritária na maior parte do conteúdo analisado, porém é igualmente relevante,

sendo possível entender que se priorizam outras representações.

[...] Assim, você ajudará a realizar um **antigo sonho de Ayrton Senna**, que **sempre desejou ver** todas as crianças e todos os jovens terem acesso a uma boa rede de ensino público no País. “**O Ayrton sempre quis dar algo que ele teve**, mas a maioria das crianças brasileira não tem: oportunidade. [...] o Instituto Ayrton Senna tem conseguido ajudar milhões de crianças a ter esta oportunidade, que é ter sucesso na escola e na vida. **É o sonho do Ayrton virando realidade**”, afirma Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna. (INSTITUTO AYRTON SENNA: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias_interna.asp?cod_Noticia=379. Acesso em 18 nov. 2012).

Após a análise do *corpus* pode ser observado que as categorias se relacionam: Senna era um Esportista Campeão por conta de suas vitórias e possivelmente é idolatrado por ter sido um Herói e um Líder Brasileiro, que por sua vez denota sentidos de altruísmo, etc. Esse resultado fortalece a existência de uma relação entre o Instituto Ayrton Senna e os diversos aspectos de identidade e imagem de Senna, como argumento para gerar aceitação, reconhecimento, visibilidade e legitimidade, assim como será analisado a seguir.

4.3.3 Inferências

A partir da análise das categorias, entende-se que as representações estão fortemente inter-relacionadas, à medida que todos seus aspectos produzem identificações e tornam a organização, com seus programas e suas ideias mais vendáveis e visíveis. Em conjunto, todas essas categorias fortalecem o “mito” Ayrton Senna e tornam-se estratégicas no sentido de mobilizar os públicos e engajá-los nas causas defendidas pelo Instituto. A relação das categorias conforme o número de ocorrências dos índices identificados é apresentada na Tabela 01.

CATEGORIAS	OCORRÊNCIAS	PERCENTUAL
O Ídolo Imortal	264	30%
O Valor Agregado	213	25%
O Campeão Esportista	242	28%
O Líder Brasileiro	84	10%
O Herói	35	4%
O Altruísta	30	3%
TOTAL	868	100%

Tabela (01) – Aspectos presentes no texto 1

Fonte: Elaborada pela autora.

Os aspectos encontrados, que se relacionam à identidade e à imagem de Senna, remetem à sua trajetória profissional e como celebridade, mas também contribuem para reforçar uma imagem idealizada dessa personalidade. Essa imagem idealizada, de ídolo imortal, campeão, herói, líder brasileiro, etc., é acionada para a construção de uma imagem idealizada do próprio Instituto Ayrton Senna, associando esses sentidos à organização. Considerando que cada indivíduo interpreta os sentidos de acordo com seu contexto e sua visão de mundo, como foi visto anteriormente, não há garantia de que todos se identifiquem com o instituto da mesma forma, mas, devido ao elevado capital simbólico de que dispõe uma celebridade como Ayrton Senna, que também inspira valores de patriotismo, superação etc., e ainda considerando que o site procura reforçar tudo isso o tempo todo, é provável que sejam gerados processos identificatórios de alta intensidade, promovendo adesão dos públicos à organização. A partir dessas observações, pode ser constatado que o Instituto Ayrton Senna utiliza elementos da identidade e da imagem de Ayrton Senna como forma de legitimar sua existência e suas ações, principalmente através de aspectos que o exaltam e elevam sua posição no espaço público. O reconhecimento de Senna como celebridade agrega capital simbólico à instituição por meio de uma relação que pode ser vista desde seu nome até sua comunicação formal.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com objetivo de identificar aspectos relacionados à identidade e à imagem de Ayrton Senna, este trabalho realizou uma investigação acerca do site da Instituição Ayrton Senna utilizando os princípios da técnica de análise de conteúdo propostos por Bardin (2004). O *corpus* de pesquisa é constituído pelo conteúdo disponível nas páginas institucional e de notícias, sendo consideradas as notícias publicadas no primeiro semestre de 2012, que se mostraram pertinentes para esta pesquisa, uma vez que apresentam um conjunto de conceitos e ideias que participam diretamente no processo de construção da imagem organizacional. Entende-se que os meios de comunicação podem oferecer sentidos para a construção de modelos e de imagens mentais, que incidem na percepção dos indivíduos. Após análise, foram encontrados 868 trechos nos textos que se referiam exclusivamente a Ayrton Senna e indicavam sentidos relacionados ao piloto. A partir dessa informação, os sentidos foram

agrupados, tornando possível identificar sete categorias principais: “O Herói”, “O Campeão Esportista”, “O Líder Brasileiro”, “O Altruísta”, “O Valor Agregado” e “O Ídolo Imortal”, sendo estas duas últimas as que apresentam ocorrências predominantes.

Como resultado, conclui-se que Ayrton Senna é representado majoritariamente, no site Instituto Ayrton Senna, a partir de aspectos que o expõem e o exaltam e que se relacionam finalmente com o fato de ser ele uma celebridade. Seu reconhecimento, fama e destaque no meio público são colocados em ação pela Instituição a todo o momento, gerando argumentos para captação de recursos e acionando aspectos que estimulam o processo de identificação, para obter visibilidade, aceitação e reconhecimento por meio de capital simbólico. Os aspectos de Ayrton Senna aparecem incorporados na comunicação do Instituto, o que incide no processo de construção simbólica da imagem-conceito dessa organização. Ayrton Senna pode ser considerado parte do Grupo de Referência que, conforme revisado anteriormente, são os modelos de projeção social que possuem um padrão de comportamento valorizado pela sociedade.

Dessa forma, indaga-se o quanto essa relação torna-se uma estratégia, uma vez que Ayrton Senna, como celebridade e como as demais categorias, incide na imagem organizacional do Instituto. Essa contribuição é consideravelmente positiva para organizações sem fins lucrativos, que dependem de engajamento social voluntário e que não oferecem produtos com retorno espontâneo, mas sim ideias e formas de ajudar aos outros. Nesse sentido, pode-se relembrar o papel das representações para a sociedade contemporânea, que influenciam cada vez mais na construção das identidades individuais, a partir das percepções existentes nos sistemas culturais.

Também pode ser observado que Ayrton Senna é utilizado como estratégia de captação de recursos: agrega valor a produtos no mercado e viabiliza parcerias e participações em eventos que destinam lucros ao Instituto. A partir dessa perspectiva, pode-se propor como outra possível e pertinente abordagem investigar sobre organizações e fundações ligadas a empresas privadas e a personalidades públicas do segundo setor, observando até que ponto essas atitudes refletem uma real preocupação com as questões que vão além do lucro, ou se são estratégias de legitimar interesses e posição no mercado através do uso de capital simbólico. Conforme visto neste trabalho, o envolvimento com questões sociais pode incidir de

forma positiva na imagem organizacional, agregando valores que são diferentes dos que usualmente existem no mercado de bens como responsabilidade social, altruísmo, filantropia, etc. Ao mesmo tempo, é uma forma de estimular a visibilidade de ações integradoras entre diferentes setores da sociedade que contribuem com as questões sociais presentes no cenário brasileiro.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. **Terceiro setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Summus, 2006.

ALMEIDA, Ana L. de Castro. A construção de sentido sobre “quem somos” e “como somos vistos”. *In*: MARCHIORI, Marlene (org). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008. p. 31-51.

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2000.

_____. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Revista Fronteiras: Estudos Midiáticos**. Vol. X Ed. Nº 3, 2008.

_____. Por uma Compreensão da Comunicação Organizacional. *In*: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org). **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 31-50.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARICHELLO, Eugenia. Comunicação e Sociabilidades. *In*: SILVEIRA, Ada Cristina M. da *et al.* (Org.). **Comunicação e sociabilidades contemporâneas**. 1ed. Santa Maria: FACOS/PALLOTTI, 2001, v. 1, p. 4-34.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 16ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CAMARGO, Mariângela Franco; UEDA, Mery; SUZUKI, Fabiana Mayumi; SAKIMA, Ricardo Yuzo; GHOBRI, Alexandre Nabil. **Gestão do terceiro setor no Brasil: Estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Futura, 2001.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 2011, 28ª edição.

CANTON, Antonia Maria. **Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor**. São Paulo: Roca, 2002.

COSTA, Cláudia Soares; VISCONTI, Gabriel Rangel. Terceiro Setor e Desenvolvimento Setorial. **AS/GESET Relato Setorial**, Nº 3, 2001. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/tsetor.pdf. Acesso em 2 de Outubro de 2012.

DE TONI, D. Administração da imagem de organizações, marcas e produtos. *In*: KUNSCH, M. M.K. (org.). **Comunicação organizacional**. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1, cap. 11, p. 235-268.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IASBECK, Luiz Carlos. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: o lugar do texto e do contexto**. **Organicom**, Ed. Nº 10/11, 2009.

_____. **Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional**. **Organicom**, Ed. Nº 7, 2007.

INSTITUTO AYRTON SENNA. **Por uma educação pública de qualidade em todo Brasil**. Site institucional. Disponível em: <http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/index.asp>. Acesso em 18 de Nov. 2012.

KOTHER, Maria Cecília Medeiros de Farias. **Captação de Recursos: uma opção eticamente adequada**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**, volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**, volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

LIESENBERG, Susan. **O processo de celebrificação na internet: O caso de Stefhany do CrossFox**. Porto Alegre: 2012, Tese (mestrado) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, 2012.

MARCHIORI, Marlene (org). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MOSCOVICI, Fela. **A organização por trás do espelho**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

OLIVEIRA, Ivone de Lurdes; PAULA, Carine F. Caetano de. **Comunicação no contexto das Organizações produtoras ou ordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (org). Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008. p. 91-108.

_____.; SOARES, Ana Thereza Nogueira (org). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão

Editora, 2008.

PENA, Felipe. Celebidades e heróis no espetáculo da mídia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol. XXV. Nº 1, 2002.

PRIMO, Alex. **Existem celebridades da e na blogosfera?** apresentado no XVIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação em Belo Horizonte, junho de 2009. Disponível em: http://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/11/biblioteca_1017.pdf. Acessado em 15 de novembro de 2012.

RUDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação**. São Paulo: EDICON, 1998.

SCHEIN, Edgar. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org). **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SILVEIRA, Ada Cristina M. *et al.* (org). **Comunicação & Sociabilidades**. Santa Maria: FACOS/PALLOTTI, 2001.

SIMÕES, Paula Guimarães. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. **Revista Logos: Comunicação & Universidade**. Ed. Nº 31, 2009. Disponível em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/31/06_logos31_paulasimoes.pdf. Acessado em 15 de novembro de 2012.

SZAZI, Eduardo. **Terceiro setor: regulação no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2000.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995.

VOLTOLINI, Ricardo (org). **Terceiro setor: planejamento e gestão**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

ANEXOS⁹

Conteúdo Institucional¹⁰

Página “QUEM SOMOS”: O Instituto Ayrton Senna é uma organização sem fins lucrativos que pesquisa e produz conhecimentos para melhorar a qualidade da educação, em larga escala. Fundado em 1994, **por desejo do tricampeão de Fórmula 1 Ayrton Senna**, o Instituto trabalha para desenvolver o potencial das novas gerações, ajudando estudantes a ter sucesso na escola e a ser cidadãos capazes de responder às exigências profissionais, econômicas, culturais e políticas do século 21. Anualmente o Instituto Ayrton Senna capacita 60 mil educadores e seus programas beneficiam diretamente cerca de 2 milhões de alunos em mais de 1.300 municípios nas diversas regiões do Brasil. Financiados com recursos próprios, de doações e de parcerias com a iniciativa privada, o Instituto dispõe às administrações públicas, gratuitamente, serviços de gestão do processo educacional que incluem diagnóstico e planejamento, formação de gestores e educadores, desenvolvimento de soluções pedagógicas e tecnológicas inovadoras, tudo articulado de forma a promover uma educação integral para o pleno desenvolvimento de crianças e jovens em suas múltiplas competências. Os resultados impactantes de suas tecnologias e práticas bem sucedidas fazem do Instituto uma referência para a elaboração de políticas públicas. Pela reconhecida produção e disseminação de conhecimentos e soluções para o desenvolvimento humano, o Instituto Ayrton Senna integra, desde 2004, a rede de Cátedras UNESCO no mundo, e colabora diretamente para que o Brasil possa atingir as metas propostas pela ONU para prover educação básica de qualidade a todas as crianças e a todos os jovens até 2015.

Página “Missão”: Produção e aplicação em escala de conhecimento e inovação em educação integral de crianças e jovens.

Página “História”: Organização não-governamental sem fins lucrativos, o Instituto Ayrton Senna, presidido por Viviane Senna, foi fundado em novembro de 1994. **Essa iniciativa veio ao encontro do desejo de Ayrton, que inconformado com a desigualdade social do País, já havia manifestado o desejo de realizar uma ação concreta para ajudar crianças e jovens a desenvolverem-se integralmente.** Linha do tempo: 1994 - **Ayrton Senna lança o personagem Senninha** em fevereiro e Fundação do Instituto Ayrton Senna em novembro. 1995 - Começa o atendimento a crianças e jovens com o Programa Educação pelo Esporte. 1996 - Início da estratégia de atuação em escala, aliando criação de soluções educacionais e mobilização da sociedade. 1997 - Lançado o Programa Acelera Brasil. 1998 - Início da aliança com a imprensa: **1º Grande Prêmio Ayrton Senna de jornalismo**. 1999 - A base da construção do conhecimento e das ações educacionais passa a ser o Paradigma do Desenvolvimento Humano e os Quatro Pilares da Educação; Criação do portal www.senna.org.br; Lançados os programas

⁹ Para constituir o *corpus* de pesquisa, foram considerados somente os textos presentes nas páginas Institucional e de notícias do primeiro semestre de 2012. Por conta disso, serão apresentados neste capítulo somente textos, desconsiderando outros elementos gráficos, fotos, imagens, etc.

¹⁰ Fonte: http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/quem_somos/index.asp. Acessado em 18 de novembro de 2012.

Educação pela Arte e SuperAção Jovem. 2001 - Lançado o Programa Se Liga; Criação do SIASI – Sistema Ayrton Senna de Informação. 2002 - As soluções educacionais são adotadas em quase todos os Estados brasileiros; Lançado o Programa Gestão Nota 10. 2003 - A UNESCO concede a chancela para a Cátedra de Educação e Desenvolvimento Humano. 2004 - Criação do Centro Avançado de Tecnologias Sociais; Lançado o Programa Circuito Campeão; **1ª Maratona de Revezamento Ayrton Senna Racing Day**. 2005 - Lançados Programas: Comunidade Conectada e Escola Conectada. 2006 - O GP de Jornalismo passa a ser bienal. 2007 - Início do Curso de Desenvolvimento Humano para Jornalistas, em parceria com a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), com o apoio do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). 2009 - Comemoração dos 15 anos do Instituto Ayrton Senna; Lançado o Programa Fórmula da Vitória.

Página “Conselheiros – Presidente”: Presidente Viviane Senna. Atualmente, Viviane é membro dos seguintes Conselhos e Comitês: Conselho do Desenvolvimento Econômico e Social (CDES); Conselhos Consultivos da Febraban e Citibank Brasil; Conselho de Administração do Banco Santander; Conselho de Educação da CNI e FIESP; Energias do Brasil (EDP), ADVB, World Trade Center (WTC) e Todos pela Educação; Comitês de orientação e investimentos sociais dos bancos Itaú e Unibanco; Nomeada um dos Líderes para o Novo Milênio (CNN/Revista Time); Única brasileira membro do grupo “Amigos Adultos do Prêmio das Crianças do Mundo” ao lado da Rainha Silvia da Suécia, Nelson Mandela, ex-presidente da África do Sul, e José Ramos Horta, Prêmio Nobel da Paz.

Página “Conselheiros – Conselho Consultivo”: Antonio Maciel Neto: Presidente da Suzano Papel e Celulose; Antonio Roberto Beldi: Presidente da Splice do Brasil Telecomunicações e Eletrônica; Chico Pinheiro: Jornalista da Rede Globo de Televisão; David Barioni Neto: Presidente do Grupo Facility; Élcio Aníbal de Lucca: Fundador-presidente da LUC CRA – Lucro com Responsabilidade; Fábio Coletti Barbosa: Presidente do Conselho do Santander; Gustavo Ioschpe: Fundador-presidente e sócio-proprietário da G7 Cinema; Ives Gandra da Silva Martins: Jurista; Jackson Schneider: Presidente da ANFAVEA; Juscelino Fernandes Martins: VP da Martins Comércio e Serviços de Distribuição S/A; Luiz Fernando Furlan: Presidente do Conselho de Administração da Concórdia Holding; Osmar Elias Zogbi: Presidente da EAZ Participações Ltda.; Philippe Prufer: Area Director Europe da AMCHAM; Walter Piacsek: VP Executivo do Banco Votorantim S/A.

Página “Desenvolvimento Humano”: O Brasil é a 7ª potência econômica do mundo. Isso não é necessariamente motivo de orgulho quando se ocupa o 84º lugar no ranking de Desenvolvimento Humano. Vencer essa distância entre o país que somos e aquele que queremos ser é, hoje, o maior desafio da sociedade brasileira. A missão do Instituto Ayrton Senna responde a esse desafio criando oportunidades de desenvolvimento humano às novas gerações. Dessa maneira, está contribuindo para que crianças e jovens brasileiros tornem-se cidadãos autônomos, competentes e solidários, orgulhosos da nação que ajudam a construir.

Desenvolvimento humano - O conceito do Desenvolvimento Humano surgiu em 1990, quando o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) sugeriu substituir a visão tradicional do termo focada no crescimento da renda e na produtividade de um país, por uma abordagem mais ampla. O indiano *Amartya Sen*,

Prêmio Nobel de Economia de 1998, é a grande autoridade mundial nesse campo e o maior colaborador do PNUD na construção do Paradigma do Desenvolvimento Humano. Criou-se então um Índice de Desenvolvimento Humano, que é medido pela análise da longevidade média da população, do nível educacional e do acesso a recursos econômicos (PIB per capita). Sob essa nova ótica, um país tem alto IDH quando ele oferece as condições necessárias - econômicas, políticas, sociais, culturais e ambientais - para que todos os indivíduos desenvolvam suas potencialidades e tenham garantidos os direitos plenos da cidadania.

Página “Desenvolvimento Humano – Educação para o DH”: Segundo o paradigma do desenvolvimento humano, o que uma pessoa se torna ao longo da vida depende das oportunidades que teve e das escolhas que fez. Além do acesso às oportunidades, as pessoas precisam ser preparadas para fazer as melhores escolhas. O Instituto Ayrton Senna acredita que a educação é a única via capaz de transformar o potencial nato de cada um em competências e habilidades para a vida. Para tanto, seu trabalho é baseado no princípio dos "Quatro Pilares da Educação para o século 21", do relatório da UNESCO "Educação - Um Tesouro a Descobrir", organizado por Jacques Delors, que aponta quatro competências para o desenvolvimento de potenciais: *Aprender a SER* você mesmo e construir o seu projeto de vida; *Aprender a CONVIVER* com as diferenças e com o meio em que vive, cultivando novas formas de participação social; *Aprender a FAZER* atuando produtivamente para ingressar e permanecer no novo mundo do trabalho; *Aprender a CONHECER* apropriando-se dos próprios instrumentos de conhecimento e colocando-os a serviço do bem comum.

Página “Desenvolvimento Humano – Cátedra Unesco”: Cátedra UNESCO/IAS de Educação e Desenvolvimento Humano. Em 2004, o Instituto Ayrton Senna recebeu a chancela da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) para a Cátedra de Educação e Desenvolvimento Humano, por ser uma referência mundial nessa área como um centro de reflexão, de pesquisa e de produção de conhecimento. O título é inédito para organizações não-governamentais. O objetivo da Cátedra de Educação e Desenvolvimento Humano é promover um sistema integrado de atividades de pesquisa, formação, informação e documentação sobre o tema. Participando da rede Unitwin de Cátedras UNESCO, o Instituto tem acesso ao intercâmbio de experiências entre pesquisadores e professores de universidades e instituições do Brasil, da América Latina e do Caribe e de outras regiões do mundo.

Página “Desenvolvimento Humano – Educação a Distância (EAD)”: Para ampliar sua atuação em escala com a mesma qualidade das ações realizadas presencialmente, o Instituto Ayrton Senna faz uso da educação a distância, mediada por tecnologias digitais. Essa ferramenta permite a criação de ambientes virtuais de aprendizagem e colaboração que, além de garantir a flexibilidade em questão de tempo e espaço, aumenta o leque de possibilidades pedagógicas. Na área de Educação e Tecnologia, onde estão alocadas duas soluções educacionais que utilizam computador e internet para criar oportunidades de desenvolvimento a crianças, jovens e adultos, a plataforma de EAD disponibiliza formação de professores da rede pública para implantação dos programas, ambiente de reuniões on-line, cursos para gestores das escolas públicas e outras formações abertas sobre temas voltados à educação. Em média, 80 mil educadores são capacitados por ano

pelo Instituto. Essa formação foi sistematizada para ser oferecida aos municípios e estados parceiros tendo como principal ferramenta a educação a distância. Dessa forma, estamos traçando um novo perfil de trabalho na área de capacitação on-line para gerar quantidade e qualidade, em curto prazo e com baixos custos. Conheça as formações a distância oferecidas pelo Instituto Ayrton Senna.

Página “Publicações - Educação em Cena”: A Revista Educação em Cena tem sido um dos meios pelos quais o Instituto Ayrton Senna leva para discussão nacional as principais questões educacionais do Brasil. É um espaço voltado para a conscientização da sociedade e também uma ferramenta de estudo para aqueles que são comprometidos com a causa da Educação. Outubro / 08 - Ano 2 - Nº4, Políticas de gestão em debate, Claudia Costin, Avanços e desafios da política educacional brasileira, Prêmio Gestão Nota 10, A prova de que é possível, com planejamento e gestão adequados, alcançar a tão almejada qualidade na educação, Entrevista Maria Helena Guimarães, Secretária de Educação de São Paulo comenta o desafio de gerir a educação no Estado mais populoso do Brasil. Abril / 08 - Ano 1 - Nº 3, Processos contínuos, O processo de avaliação ajudando a construir um círculo virtuoso para a educação, Ruben Klein e Nilma Fontaneve, A avaliação como ferramenta para a melhoria de políticas públicas de educação, Entrevista Reynaldo Fernandes, Os mecanismos de avaliação adotados pelo Sistema Educacional Brasileiro. Novembro / 07 - Ano 1 - Nº 2 , Mudar rumos, ampliar oportunidades, Programa Acelera Brasil se mostra determinante na mudança de rumos de crianças e jovens, Entrevista: O professor Mozart Ramos fala sobre os resultados dos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, Ricardo Paes de Barros (IPEA), comprova o impacto do gerenciamento eficaz de aprendizagem em uma rede pública de ensino. Julho / 07 - Ano 1 - Nº 1, Entrevista: Maria Auxiliadora Seabra Rezende, Secretária de Educação de Tocantins, Educação e equidade, José Francisco Soares, uma das mais respeitadas autoridades em educação, fala das injustiças do sistema educacional brasileiro, Qualidade de ensino, Programas garantem aprendizado de qualidade a alunos de escolas públicas de todo o Brasil.

Página “Publicações - Livro”: Educação para o Desenvolvimento Humano, Autores: Simone André e Antonio Carlos Gomes da Costa, Parceria da Unesco, 192 páginas | 200412 | Editora Saraiva. Educação pelo Esporte, Educação para o desenvolvimento humano pelo Esporte, Autora: Walderez Nosé Hassenpflug, 400 páginas | 2004 | Editora Saraiva.

Página “Publicações - Educação Física nas Escolas Brasileiras”: “A despeito de nós termos professores formados e de nível superior, metade deles com especialização ou pós-graduação, e motivados, não conseguimos transformar tudo isso em resultados para as crianças e para o País”, afirmou Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, durante o lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas Escolas Públicas Brasileiras’. Saiba mais: Relatório completo, Apresentação da pesquisa, Resumo comentado, Lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas Escolas Públicas Brasileiras’. Realização Ibope. Encomenda e análise: Instituto Ayrton Senna, Instituto Votorantim, Atletas pela Cidadania.

Página “Ayrton Senna”: **2982 voltas na liderança; 610 pontos; 161 grandes-prêmios; 65 pole positions; 41 vitórias; 3 campeonatos mundiais.**

Ayrton Senna nasceu em São Paulo, em 21 de março de 1960. **Sua carreira** teve início nas pistas de kart e daí em diante **celebrou vitórias seguidas** nas diversas categorias até chegar à Fórmula 1, **onde não foi diferente. Seus valores, fortemente cultivados durante sua vida, são, até hoje, as motivações do trabalho da equipe do Instituto Ayrton Senna e inspiram crianças e jovens dos programas educacionais: Motivação, Dedicção, Determinação, Superação, Perfeição, sonho... Ayrton tinha um amor especial pelo País. A desigualdade social o incomodava e ele nutria um profundo desejo de ajudar a transformar essa realidade por meio de ações efetivas junto às novas gerações.** Para ele: **“Se a gente quiser modificar alguma coisa, é pelas crianças que devemos começar, por meio da educação”** Ayrton Senna. **Conheça a vida e a carreira do tricampeão de Fórmula 1.**

NOTÍCIAS PUBLICADAS NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2012¹¹

28/06/2012 - Senninha a toda velocidade: Meninos e meninas vão sentir a **emoção de pilotar um carro como aqueles de F1, no Circuito Senninha.** O espaço, que ficará montado no shopping Granja Vianna, na Grande São Paulo, até o dia 1 de julho, garante diversão e segurança. O circuito, que leva 7 minutos para ser percorrido, custa R\$ 15 e oferece capacete e acessórios de proteção. O Shopping Granja Vianna está localizado no km 22,5 da Rodovia Raposo Tavares. O circuito fica aberto todos os dias, das 10h às 22h.

28/06/2012 - Jovem protagonista atua em favor da comunidade no interior paulista: Quem assiste ao vídeo não acredita que Nathalie Brito, de 21 anos, era tímida e retraída até pouco tempo. Segundo ela, o Programa SuperAção Jovem, do Instituto Ayrton Senna, transformou a sua vida. “Comecei a expor minhas ideias, criei um ritmo de estudo e fiz minha escolha profissional influenciada pelo Programa.” Há quatro anos, a jovem frequenta o curso de Psicologia da Universidade Federal do Paraná. “Clinicar não está nos meus planos”, diz Nathalie, que, inspirada pelo SuperAção, optou em usar seus conhecimentos para atuar em projetos voltados aos grupos minoritários, formados por pessoas de baixa renda e que sofrem algum tipo de marginalização social. Desde 2011, a jovem abraçou um trabalho com os colegas da faculdade com o objetivo de chamar a atenção dos órgãos públicos para a comunidade de um local próximo à sua cidade natal que foi contaminada por chumbo por causa de uma Usina, hoje desativada. Os efeitos dessa contaminação ainda são perceptíveis e os riscos permanecem. Nathalie atua junto àquela população para conscientizá-la dos efeitos e cuidados que deve ter. Para ela, essa vontade de ajudar, de contribuir com projetos sociais, veio de sua experiência no SuperAção Jovem. “Dentro de cada pessoa, especialmente do jovem, existe uma força tão grande que é capaz de transformar toda a realidade, por mais difícil que ela possa ser”. E conclui: “Se eu não tivesse participado do SuperAção, eu não seria tão ativa, não me preocuparia tanto com o outro. Não seria uma agente transformadora”. Sobre o SuperAção Jovem. É um programa de educação integral, voltado a adolescentes e jovens de 7^a e 8^a séries (8^o e 9^o anos) do Ensino Fundamental e também do Ensino Médio. Participando do Programa, os alunos praticam um novo modo de ver, pensar, sentir e agir em relação à juventude. Em times, eles agem concretamente para solucionar problemas de aprendizagem e

¹¹ Fonte: <http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/noticias.asp>. Acessado em 18 de novembro de 2012.

convívio em sala de aula, além de idealizarem e colocarem em prática projetos de melhoria da escola e da comunidade. O Programa pode ser trabalhado associado a disciplinas centrais do currículo escolar, como matemática e língua portuguesa, aliando o protagonismo juvenil à aprendizagem do conteúdo específico dessas disciplinas e promovendo impacto direto no desempenho escolar. No Estado de São Paulo, o Programa conta com a parceria das empresas Droga Raia, Editora Mol, Copersucar, Nestlé e Nivea. Saiba mais.

27/06/2012 - Instituto Ayrton Senna e Rede Parmê se unem na campanha Dia Campeão: O Instituto Ayrton Senna e o Grupo Parmê promovem em 30 de junho o **Dia Campeão**. Nesta data, todo o valor arrecadado (sem impostos) com as vendas de pizzas tamanho superfamília no sabor Parmê será revertido aos programas educacionais da organização, que a cada ano beneficiam diretamente dois milhões de crianças e jovens em todo o Brasil. Além disso, quem levar um cupom impresso via Facebook, ganha grátis um refrigerante em lata. “Essa é uma ação muito importante e valiosa. Acredito que, além de beneficiar a educação brasileira, cada vez mais o modelo de parceria entre segundo e terceiro setores gera diferenciais competitivos para ambos. O Dia Campeão agregará ainda mais valor social ao Grupo Parmê, pois a pizza consumida nesse dia contribuirá para mudar a educação de muitas crianças e jovens do nosso País”, afirma Edson Brito, gerente de Parcerias Sociais do Instituto Ayrton Senna. **No Dia Campeão, haverá recreação infantil nos restaurantes com imagens da bandeira quadriculada da Fórmula 1. Em homenagem a Ayrton Senna, colaboradores vestirão bonés com as cores (amarelo e verde) do capacete que o piloto usava.** Segundo o gerente de Operações do Grupo Parmê, Luiz Antônio Jaeger, a ideia é fomentar uma postura de “ajuda ao próximo” nos clientes da Rede e contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade melhor. “Nosso objetivo é contribuir com recursos que vão beneficiar os jovens e crianças beneficiados pelos programas que o Instituto realiza, pois o desenvolvimento desses estudantes depende de iniciativas como essa. É importante que façamos isso até mesmo porque muitas pessoas não sabem como ajudar. A ideia é que, anualmente, possamos proporcionar coisas boas, como essa ação que estamos realizando, pela primeira vez, com o Instituto”, enfatiza o executivo. Sobre a Rede Parmê. A Parmê surgiu em 1972 como uma pequena lanchonete no tradicional bairro de Vila Isabel (Rio de Janeiro) e tornou-se uma referência nos ramos de restaurante, entrega em domicílio e fast food. Sua fábrica está localizada na Zona Norte do Rio de Janeiro e produz anualmente 520 mil porções de massas, 347 toneladas de molho, 456 mil doces e 248 mil tortas. A rede recebe, em média por mês, um milhão de clientes e serve 3,6 milhões de pizzas por ano em suas lojas, além de outras 960 mil pelo sistema delivery. A unidade fabril emprega aproximadamente 200 funcionários, que põem literalmente a “mão na massa”, dispensando a mecanização em diversas etapas do processo industrial.

22/06/2012 - Instituto Ayrton Senna participa de seminário sobre esporte educacional em SP: A presidente do Instituto Ayrton Senna, Viviane Senna, gravou vídeo para a abertura do Seminário Internacional Avaliação da Contribuição do Esporte Educacional para o Desenvolvimento Integral da Criança, realizado em 20/6 no Museu do Futebol, em São Paulo. O evento foi uma iniciativa da Unesco e da Secretaria de Esportes, Lazer e Recreação, em parceria com o Instituto, e contou com cerca de 180 profissionais das áreas de educação e educação física. Ao lado do Instituto Social Esporte Educação e Instituto Compartilhar, representantes do

Instituto Ayrton Senna debateram a importância do esporte na formação de jovens e crianças nas escolas. O Seminário concluiu que o esporte ajuda na diminuição do preconceito, aumenta a confiança das crianças e melhora o desempenho escolar.

21/06/2012 - Rio+20: Instituto mostra que educação ambiental pode tornar o planeta mais sustentável: “O Planeta é sagrado”. Esta foi uma das principais mensagens passadas pela Rio+20, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável. O Instituto Ayrton Senna marcou presença no evento. (ASSISTA AO VÍDEO). A Gerente de Projetos do Instituto, Regina Baroni, participou de uma mesa-redonda, dentro da programação da Rio+20 & Você, no Planetário, e apresentou a proposta de trabalho da organização com a Educação Ambiental como base para a construção da sustentabilidade e transformação social. Nesse evento, todos os presentes destacaram a importância da educação para a construção de uma sociedade sustentável. “É perfeitamente possível integrar o projeto de cuidado com o meio ambiente ao trabalho que a gente já faz”, destacou Regina. A educação ambiental é um dos focos principais dos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. “Os líderes sustentáveis, aqueles que colocam valores na gestão dos negócios, ainda são uma exceção. Como podemos transformar esta exceção em uma regra? Investindo na construção de valores desde a infância”, afirmou Ricardo Voltolini presidente da Consultoria Ideia Sustentável. Sustentabilidade. Textos e desenhos realizados por alunos dos Programas Acelera Brasil, Se Liga e Circuito Campeão, vencedores do Concurso Cultural Construindo um novo Planeta - 2011, foram expostos no circuito “Construindo o futuro que queremos”. No estande onde os trabalhos dos alunos ficaram expostos, os visitantes também puderam assistir ao vídeo institucional com falas de alunos e professores do 1º ao 9º ano do ensino fundamental, contando sobre suas experiências no Concurso Construindo um Novo Planeta, realizado em parceria com a Nestlé. O vídeo também contou com a participação de alunos e professores do SuperAção Jovem, que falam sobre seus projetos voltados ao meio ambiente.

21/06/2012 - Prêmio internacional conquistado por Viviane Senna repercute na mídia: O prêmio conquistado por Viviane Senna em Paris nesta quarta-feira repercutiu na mídia com reportagens especiais. O telejornal SBT Brasil exibiu uma matéria do correspondente internacional Elcio Ramalho, que destacou o fato de o Grand Prix 2012 BNP Paribas ter sido entregue para uma brasileira pela primeira vez. Na reportagem, a presidente do Instituto Ayrton Senna exaltou o trabalho realizado pela organização. **“Esse foi o sonho do Ayrton, é o meu sonho, e espero que a gente possa construir um País não para poucos, mas para todos, onde as pessoas como eu e o Ayrton, que são exceção em termos de oportunidade, possam virar regra.”** A conquista de Viviane também ganhou espaço na revista semanal Veja, a mais vendida do Brasil. Na coluna Holofote, uma nota exclusiva ressaltou a importância da premiação. “A empresária, que enfrentou concorrentes de noventa países, é a primeira brasileira a receber o prêmio. O júri é comandado por Amartya Sen, Nobel de Economia.” A edição online da revista Brasileiros contou a história da cerimônia, em matéria do repórter Hélio Campos Mello. “A presidente do Instituto Ayrton Senna foi aplaudida com respeito e emoção por uma plateia de cerca de 300 elegantes clientes do banco e personalidades ligadas à filantropia internacional.” A emoção de Viviane ao receber o prêmio foi outro destaque da reportagem. “A irmã de Ayrton Senna e mãe do piloto da Williams, Bruno Senna, emocionou-se e chegou a chorar durante suas palavras de agradecimento onde

descreveu o trabalho do **Instituto, fundado em 1994, ideia dela e de seu irmão**, e que beneficia cerca de 2 milhões de alunos por ano em 1300 municípios de 25 estados do Brasil." A revista Brasileiros ainda trouxe, em sua versão impressa, uma matéria especial sobre Viviane Senna, que contou a trajetória de vida da presidente do Instituto (VEJA ABAIXO). O site do banco BNP Paribas contou a história de sucesso do Instituto Ayrton Senna e explicou o prêmio. "O Grand Prix BNP Paribas, que homenageia uma pessoa ou uma família por sua atividade filantrópica, reconhece especialmente a ética e a natureza exemplar das ações, assim como o impacto e o compromisso de o trabalho ter um longo prazo. Todos os anos, o BNP Paribas publica um livro sobre o vencedor, destacando sua iniciativa e dedicação." Viviane Senna também foi homenageada no Senado Federal. "Ela já ajudou, presidindo o instituto, a melhorar a vida de 15 milhões de jovens estudantes brasileiros. Para ultrapassar a ignorância, a violência, a pobreza e vencer a corrida pela inclusão social, o instituto aposta numa ferramenta poderosa: a educação", afirmou o senador Ricardo Ferraço (PMDB-ES). "É a primeira vez que o banco reconhece o trabalho de um empreendedor social em todo o continente americano. Viviane concorreu com outros 90 países e foi escolhida por unanimidade por um júri internacional, coordenado pelo Prêmio Nobel de Economia de 1998, Amartya Sen, criador do Índice de Desenvolvimento Humano", completou. Revista Brasileiros. A edição de julho da revista Brasileiros traz a cobertura completa da entrega do Prêmio BNP Paribas à Viviane Senna, em Paris, no dia 20 de junho. Hélio Campos Mello, jornalista, fotógrafo e diretor de redação da revista, participou do evento e faz um relato emocionado sobre os momentos da entrega e o discurso de Viviane, destacando como ela aponta a importância de um trabalho estratégico para garantir qualidade à educação em um País que, embora esteja entre os maiores PIBs do Planeta, está também na lista das principais nações com baixos índices de desenvolvimento humano. Hélio também ressaltou a importância do prêmio, especialmente os membros do júri que escolheram por unanimidade a presidente do Instituto Ayrton Senna. Dentre os jurados, e presidindo esse grupo, estava Amartya Sen, Nobel de Economia, cuja influência na trajetória de 18 anos da ONG brasileira, que leva o nome do tricampeão de F1, foi bastante significativa, como Viviane revelou ao Hélio, em entrevista exclusiva: "Construímos nosso Instituto sobre duas bases conceituais, o Paradigma do Desenvolvimento Humano, criado por Amartya Sen, e os Quatro Pilares da Educação, da Unesco". Confira a matéria completa na revista Brasileiros, já nas bancas.

21/06/2012 - Ayrton Senna é ídolo de jovens que jamais o viram ao vivo nas pistas: Um jovem de apenas 15 anos, que **jamais viu Ayrton Senna correr ao vivo**, venceu o Concurso Cultural Ayrton Senna, realizado pela Revista Alfa. Anderson Santana de Mello respondeu de forma bem criativa a seguinte pergunta: "**Senna: Por que não haverá outro igual?**" "**Meus avós me dizem, meus pais me contam, meus tios me falam, a história relata, em fotos e vídeos, o que eu não tinha idade para entender, mas hoje posso compreender e até sentir a saudade que eles sentem do Ayrton fenomenal. Por tudo que ele foi é que jamais haverá outro igual.**" A frase emocionante mostra que os **valores deixados por Ayrton Senna já contagiam as novas gerações**. Meninos e meninas que não tiveram a oportunidade de **vibrar com o tricampeão** nas manhãs de domingo **têm o piloto brasileiro como ídolo. O veem como um mito**. Recentemente, outro jovem, Matheus Spanholi, de 19 anos, ganhou a **promoção Acelera Coração**, para usuários do cartão Instituto Ayrton Senna Credicard. Ele esteve na sede do Instituto

para receber o prêmio, e também declarou **ser fã de Ayrton Senna**. “**Ele ganhava e mostrava a bandeira do Brasil**, isso que eu acho interessante. **O Ayrton sempre demonstrava patriotismo**.” Assista ao vídeo com o depoimento de Matheus.

20/06/2012 - Júri composto por Nobel de Economia premia Viviane Senna:
Um júri internacional integrado pelo Nobel de Economia Amartya Sen e outros especialistas em educação, economia e cultura elegeu Viviane Senna vencedora do Grand Prix 2012 BNP Paribas, que destaca líderes mundiais na área do investimento social. A decisão foi por unanimidade. A presidente do Instituto Ayrton Senna recebeu o prêmio nesta quarta-feira em Paris, na conferência sobre sustentabilidade promovida pela Fundação de l'Orangerie, braço de responsabilidade social do banco francês BNP Paribas. Cerca de 200 pessoas assistiram a cerimônia, que foi realizada em um prédio histórico, tombado por ser a antiga sede da prefeitura, hoje sede do banco. A área onde foi realizada a cerimônia é o local em que Napoleão Bonaparte se casou com Josefina. Se chama Orangerie, pois tem laranjeiras a sua volta. Viviane falou durante 10 minutos na cerimônia de premiação e emocionou os presentes. Executivos do banco e organizadores do prêmio consideraram o discurso o melhor dos últimos cinco anos. Também foi apresentado um vídeo sobre o seu trabalho com o Instituto Ayrton Senna. O prêmio existe desde 2008 e é destinado a reconhecer pessoas que são grandes exemplos por seu empenho na busca de soluções para os problemas sociais. Um comitê técnico independente pesquisa anualmente as principais iniciativas nesta área em 90 países, investiga o perfil, a história e o trabalho de seus líderes, e apresenta uma lista de 20 nomes, dos quais são escolhidos o laureado e um vencedor do prêmio especial do júri. Um dos escolhidos de anos anteriores foi o chinês Chung To, destacado pela revista Forbes por oferecer educação a órfãos portadores de HIV e por ter sido premiado no BNP Paribas Prize. Além de Amartya Sen, que é professor de Economia na Universidade de Harvard e ganhou o Nobel em 1998, fazem parte do júri independente Michael Golden, presidente do Grupo de Mídias Regionais do The New York Times, o ex-chairman mundial da Renault Louis Schweitzer e Suzanne Berger, professora de Ciências Políticas do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), coordenadora da banca de julgamento. A conferência que envolve a cerimônia de premiação costuma ter a participação de Kofi Annan, ex-secretário-geral das Nações Unidas, e Bill Clinton, ex-presidente dos Estados Unidos. A decisão por unanimidade é inédita, assim como é a primeira vez que alguém do Brasil é escolhido. Os jurados ficaram impressionados com a abrangência e a qualidade do trabalho do Instituto Ayrton Senna, que forma cerca de 60 mil educadores e gestores escolares e beneficia 2 milhões de crianças e jovens todos os anos, em pelo menos 1.300 municípios de todo o Brasil. O comitê técnico que fez a pesquisa nos 90 países teve um trabalho intenso para mensurar o impacto alcançado pelas ações, já que o objetivo do prêmio é compartilhar pelo mundo o exemplo de iniciativas que geram resultados robustos. Um livro será produzido por fotógrafos contratados pela Fundação de l'Orangerie, que assegura a alta qualidade da obra (orçada em 100 mil euros) como forma de dar visibilidade internacional à grande vencedora de 2012. BNP Paribas Wealth Management é considerada a maior organização financeira privada da Comunidade Europeia, e o sétimo maior banco privado no mundo. É uma instituição que não costuma investir fora de sua atividade principal – a exceção é o patrocínio ao torneio de tênis de Roland Garros –, o que mostra como valoriza o Grand Prix BNP Paribas. Veja na íntegra o discurso de Viviane: Boa noite, é um grande prazer e uma grande honra estar aqui nesta noite!

Como muitos de vocês devem saber meu irmão **Ayrton Senna é considerado um dos maiores esportistas de todos os tempos, um exemplo de homem vitorioso dentro e fora das pista** por sua **imensa determinação e talento quase mágico**. Por isso certa vez, durante uma entrevista um dos jornalistas perguntou: **Ayrton, você que é um homem vitorioso**, conte para nos qual é o segredo, **a chave do sucesso?** Ele pensou um pouco e respondeu: oportunidade. Oportunidade não que você cria, mas porque vem alguém e abre uma porta! De fato **Ayrton teve a sorte de nascer numa família que lhe garantiu as oportunidades básicas** de desenvolvimento como saúde, alimentação e sobretudo educação! No entanto, **ele e eu somos absolutamente exceções** num Brasil que sempre foi e continua a ser, apesar das melhoras recentes, um dos países mais desiguais do mundo. E o grande desafio no Brasil é transformar **exceções como o Ayrton e eu** em regra, em matéria de acesso a oportunidades reais de desenvolvimento. Essa é a missão do Instituto Ayrton Senna: ajudar a construir um país onde pessoas como o **Ayrton, eu ou vocês deixe de ser a exceção** de hoje e vire a regra feliz de amanhã. Isso significa um desafio de larga escala. Portanto, não adianta fazer ações de varejo, de pequena escala atendendo 200 crianças aqui, 500 ali, mil ou 2 mil acolá, pois essa não é a escala dos desafios em países como o Brasil. Eu me dei conta disso logo depois de 2 anos de existência do Instituto e por isso o transformei num centro de produção de conhecimento e soluções aplicáveis em larga escala em educação, que é o instrumento mais poderoso de promover o desenvolvimento seja de pessoas seja de países. Com essa visão estratégica e compromisso alcançamos hoje a marca de 15 milhões de crianças e jovens beneficiados por nossas soluções educacionais. A cada ano damos suporte a cerca de 2 milhões de estudantes das escolas públicas de nosso país. Isso equivale a um total de alunos maior do que o total de alunos do Ensino Fundamental em Israel e Portugal juntos. Trabalhamos em cerca de 1500 cidades brasileiras, ou seja, cobrimos 1/4 das cidades brasileiras. Anualmente capacitamos mais de 70 mil professores e educadores, mais do que o total de professores de toda a rede de ensino fundamental do Chile. Em 18 anos foram mais do que meio milhão de professores capacitados e bem preparados para garantir a todas essas crianças educação de qualidade - esse verdadeiro passaporte social no Brasil. É o caso de Rosilene, uma menina q morava no interior do nordeste brasileiro, na cidade Aracoiaba. Lá, 70% da população vive abaixo da linha da pobreza. O índice de Desenvolvimento Humano fica entre o do Congo e o de Botsuana. E em termos de escolaridade a população tem cerca de 3 anos de estudo apenas. A família de Rosilene não foge a regra da cidade. Migrou há 40 anos para lá e até hoje todos, sem nenhuma exceção, foram e são analfabetos, bisavós, avós, pais e todos os irmãos. Rosilene era totalmente analfabeta aos 10 anos, mesmo cursando a 3ª série, era mais uma candidata a repetir o destino da família e das estatísticas de sua cidade. A oportunidade para Rosilene e mais outras 200 mil crianças veio com a parceria do Instituto Ayrton Senna e o Governo do Estado de Pernambuco apoiado por varias empresas. O governo passou a aplicar em conjunto com o Instituto um conjunto de soluções educacionais desenvolvidas por nos e assim a mesma menina analfabeta aos 10 anos se tornou a primeira pessoa alfabetizada em toda a história de sua família e hoje aos 17 anos chegou a um lugar impensável há pouco tempo atrás: ela chegou ao Ensino Médio. Portanto ela se deslocou dos 20% mais pobres da população e que tem coincidentemente entre 3 e 4 anos de estudo para a outra ponta, os 20 % da população que tem mais de 10 anos de estudo. Com isso, Rosilene passou a ter menos de 1% de chances de continuar pobre, pois no Brasil menos de 0,3 % da população com Ensino Médio é

pobre. Assim em Rosilene se quebra a corrente secular de ignorância e pobreza que acompanhou sua família geração após geração. Quem deu esse verdadeiro passaporte social para Rosilene e outras 200 mil crianças no Estado de Pernambuco? Foram professores capacitados e motivados, empresários comprometidos e solidários, e conhecimento especializado e eficiente desenvolvido ao longo destes 18 anos para promover o ingresso, permanência e sobretudo o sucesso das crianças na escola e na vida. É em nome desses educadores e de seus milhões de alunos que estou hoje aqui, numa cerimônia nunca antes imaginada por mim, mas na qual tomo parte com grande alegria e consciência de responsabilidade ainda maior. Represento também empresários que assumem seu papel social. É por causa da parceria com esses empresários conscientes e responsáveis que podemos oferecer gratuitamente nossas soluções educacionais as escolas públicas brasileiras. Aqui represento um país que tem historia de luta, derrotas e conquistas e que ainda tem imensos desafios a enfrentar. Aqui represento finalmente minha família e meus filhos que dividiram generosamente seu direito ao meu tempo e atenção durante esses anos todos com tantas outras crianças. Minha filha mais nova está aqui comigo nesta noite. Ser escolhida por um júri tão altamente qualificado como vencedora de um premio tão importante como o PNB Paribas Prize for individual Philantrophy de 2012, é uma inesperada e valiosíssima honra para mim, para meu país, para estes milhares de professores e crianças a quem represento nesta hora. É um grande orgulho receber esta honra de um banco do porte e da relevância do BNP Paribas. Tenho a sensação maravilhosa de contar hoje com novos e queridos amigos! Estamos fazendo muito e fico feliz por isso. Mas nosso atraso é grande, a dívida historica do Brasil para com os brasileiros é elevadíssima. Precisamos correr para salvar pelo menos parcela considerável das crianças que como Rosilene estão neste momento silenciosamente disputando uma corrida muito importante, que não é de F1, nem contra franceses, alemães ou ingleses. Mas uma corrida onde os adversários são a ignorância, a pobreza, a violência e a falta de oportunidades básicas. Que, **como disse meu irmão Ayrton possamos abrir uma porta**, dar a elas essa verdadeira chave da vitória que se chama oportunidade! As oportunidades fundamentais de desenvolvimento humano **para que elas possam correr e vencer** esta que é a mais importante de todas as corridas: a da vida! Muito obrigada! Viviane

20/06/2012 - Instituto Ayrton Senna e De'Longhi leiloam máquinas de café que homenageiam o tricampeão: O Instituto Ayrton Senna e a De'Longhi, fabricante italiana de eletrodomésticos desde 1974, estão juntos em uma ação que vai incrementar a programação da Casa Cor, o maior evento de arquitetura, decoração e paisagismo das Américas, que está sendo realizado até o dia 22 de julho em São Paulo. A De'Longhi realizará um leilão de máquinas de café customizadas por Rinaldo Ferrarezi e CIA Vintage com **motes ligados a carreira e escuderias de Ayrton Senna**. Essa movimentação também é uma grande ação de responsabilidade social. 100% da verba arrecadada com a venda das máquinas de café será revertida aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que beneficiam dois milhões de crianças e jovens por ano em todo o Brasil. "Sempre que conseguimos somar o potencial de duas marcas fortes como essas em prol da educação pública de qualidade, todos ganham. Sobretudo os estudantes", comenta o gerente de Marketing do Instituto Ayrton Senna, Irineu Villanoeva. "Fazemos questão que 100% do valor seja direcionado ao instituto", completa Antonio Ferraiuolo, CEO da De'Longhi no Brasil. As cafeteiras ficarão expostas em quartos

temáticos que homenageiam celebridades. No ambiente criado pela arquiteta Gláucia Tarskevicius em homenagem a Paulo Borges, estará a máquina **inspirada na primeira vitória de Senna na Fórmula 1**, em 1985. O arquiteto Allan Malouf homenageia Bruno Senna, e nesse quarto estará a cafeteira **baseada no modelo de 1984, ano de estreia do brasileiro na categoria**. Christiane Torloni é homenageada pelo arquiteto Leonardo Di Caprio, e o local terá o **modelo dos carros dos três títulos mundiais de Ayrton Senna. O bólido da primeira vitória do piloto** em Mônaco inspira a cafeteira que estará no ambiente criado pela arquiteta Moema Wertheimer para homenagear João Dória. Os lances poderão ser dados até 22 de julho, por meio do site www.sennastore.com.br/leilao. Serviço: O quê: Casa Cor 2012; Quando: 29 de maio a 22 de julho; Horários: Terça a sábado das 12h às 21h30; domingos e feriados 12h às 20h; Onde: Jockey Club de São Paulo (Av. Lineu de Paula Machado, 1.173 – Cidade Jardim); Quanto: Terça a sexta R\$ 39,00; domingos e feriados R\$ 45,00; Informações: (11) 3819-7955 / www.casacor.com.br. Sobre a De'Longhi. Fundada em 1902 na cidade de Treviso, na Itália, a De'Longhi passou de uma pequena empresa familiar a líder em vendas de máquinas de café automáticas e manuais, utensílios para cozinha e produtos o lar. Em 2001, ano que adquiriu a Kenwood, marca líder em vendas de utensílios de cozinha de alto padrão no Reino Unido, a De'Longhi passou então a liderar o continente Europeu no segmento de produtos para o lar. Em 2009 chegou ao Brasil, conquistando o mercado de máquinas de café e ar condicionado portátil nacional. Em 2011, a marca teve um crescimento de 85%. Acesse www.delonghi.com.br.

20/06/2012 - Instituto Ayrton Senna participa de seminário sobre Esporte: O Museu do Futebol, em São Paulo, recebe nesta quarta-feira o 'Seminário Internacional de Avaliação da Contribuição da Prática Esportiva para o Desenvolvimento Integral da Criança', uma iniciativa da Secretaria de Esportes Lazer e Recreação da cidade de São Paulo e da Unesco, em parceria com o Instituto Ayrton Senna. Na ocasião, pesquisadores brasileiros e internacionais debaterão trabalhos publicados sobre o tema junto a um público estimado em 180 profissionais das áreas de educação e educação física. Na mesa de abertura, Nilcea Lopes, Gerente de Projetos do Instituto Ayrton Senna, representará a organização. Um vídeo com o depoimento de Viviane Senna será exibido aos participantes. Nele, a presidente do Instituto explicará como o trabalho que a organização realiza há 18 anos forma parcerias e prevê a articulação de redes de conhecimento para propor soluções e melhorias para a educação brasileira, também por meio do esporte como ferramenta ao desenvolvimento humano. Em outro momento do Seminário, Mônica Pellegrini, Gerente de Programas do Instituto Ayrton Senna, irá expor o sistema de avaliação utilizado pelo Programa Educação pelo Esporte, realizado em parceria com universidades. O objetivo do evento é promover uma discussão ampla e de consistência técnica para o enriquecimento da avaliação do esporte educacional assim como para criar uma rede de conhecimentos e práticas sobre o tema. Dentre os especialistas estrangeiros, o Dr Kenneth Hardman, Professor Emérito da Universidade de Worcester e consultor da UNESCO – Reino Unido, fará uma explanação sobre os Indicadores de qualidade da Educação Física. Saiba mais sobre o Seminário.

15/06/2012 - Jovem de 15 anos ganha o Concurso Cultural Ayrton Senna, da Revista Alfa: **“Meus avós me dizem, meus pais me contam, meus tios me falam, a história relata, em fotos e vídeos**, o que eu não tinha idade para entender, mas

hoje posso compreender e até **sentir a saudade que eles sentem do Ayrton fenomenal**. Por **tudo que ele foi** é que **jamais haverá outro igual**.” Com esta frase emocionante, Anderson Santana de Mello, de 15 anos, venceu o Concurso Cultural Ayrton Senna, promovido pela Revista Alfa. O jovem respondeu de forma original e criativa a seguinte pergunta: **"Senna: Por que não haverá outro igual?"** Ele **ganhou um pen drive e uma camiseta da Senna Store**, além da oportunidade de conhecer de perto a **McLaren pilotada por Senna em 1990**, na sede do Instituto Ayrton Senna (VEJA A FOTO).

13/06/2012 - Instituto Ayrton Senna marca presença na Rio+20: A Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, começou no último dia 13 e segue até 22 de junho no Rio de Janeiro. A Rio+20 marca os vinte anos de realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92). O Instituto Ayrton Senna está presente nesse evento tão importante, quando representantes do mundo todo se reúnem para definir a agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas. No período de 13 a 23 de junho, o público poderá visitar no Planetário, no Rio, a exposição de trabalhos feitos por alunos de escolas associadas à Unesco de São Paulo e do Rio de Janeiro. Os textos e desenhos realizados por alunos dos **Programas Acelera Brasil, Se Liga e Circuito Campeão**, vencedores do Concurso Cultural Construindo um novo Planeta - 2011, estarão expostos no circuito “Construindo o futuro que queremos”. A exposição faz parte da programação Rio+20 & Você, que pretende ser um marco de governança social compartilhada para o desenvolvimento sustentável no contexto da Rio+20. Assim como a exposição do Instituto Ayrton Senna, várias outras experiências de programas e projetos de referência estão expostos, para compartilhar com a sociedade as boas práticas de sucesso focadas no meio ambiente. No dia 15, a Gerente de Projetos do Instituto Ayrton Senna, Regina Baroni, participará de uma mesa-redonda, dentro da programação da Rio+20 & Você, no Planetário, quando apresentará a proposta de trabalho do Instituto com a Educação Ambiental, destacando a importância da educação como base para a construção da sustentabilidade e transformação social. Assista aos eventos da Rio+20 em www.un.org/webcast. No estande onde os trabalhos dos alunos estão expostos, os visitantes também podem assistir ao vídeo institucional com falas de alunos e professores do 1º ao 9º ano do ensino fundamental, contando sobre suas experiências no Concurso Construindo um Novo Planeta, realizado com a parceria da Nestlé. O vídeo também conta com a participação de alunos e professores do SuperAção Jovem, que falam sobre seus projetos voltados ao meio ambiente. Saiba mais sobre o evento Rio+20

13/06/2012 - Fórmula da Vitória amplia parceria com Ribeirão Pires: O Instituto Ayrton Senna e a Secretaria de Educação da cidade de Ribeirão Pires (SP) ampliaram a parceria, implementando, este mês, o **programa Fórmula da Vitória** para atender cerca de 39 alunos do 6.º ano com baixa proficiência leitora e escritora. Em dois dias intensos de formação, as professoras, gestores da Secretaria, coordenadores e diretores das escolas beneficiadas conheceram e se apropriaram da metodologia do programa. Os pais dos alunos foram convidados para uma reunião e também puderam entender como se dará esse trabalho que vai preparar seus filhos para que possam desenvolver as competências necessárias, dando continuidade aos estudos com sucesso. A parceria do Instituto Ayrton Senna com o município começou em 2008, por meio dos programas Circuito Campeão e Gestão

Nota 10, atingindo 18 escolas, 112 turmas e 2697 alunos de 1.º ao 5.º ano. O resultado de um acompanhamento e avaliação contínua é o baixo número de alunos (menos de 10%), dentre os 400 estudantes avaliados, que precisarão do apoio do programa Fórmula da Vitória. Sobre o Fórmula da Vitória. O programa trabalha com alunos do 6.º ao 9.º ano, defasados em alfabetização ou que apresentam dificuldade parcial ou total das habilidades de leitura e escrita, para que se apropriem dos conhecimentos e possam ler e produzir textos em diferentes situações, com clareza e coesão. Saiba mais.

06/06/2012 - Eles não viram Ayrton Senna correr. Mesmo assim, o tricampeão os inspira: Aos 21 anos, Renato Rezende é o ídolo de um esporte pouco prestigiado no Brasil, a bicicross. Ele é o 15º do mundo e revelou, em entrevista para o Portal Terra, que **se inspira em Ayrton Senna, assistindo a muitos vídeos do piloto brasileiro**. "Gosto desses caras que chegam, põem moral, vão e ganham", observa. Sua principal meta, a longo prazo, é a conquista de medalha no Rio, em 2016. Já na categoria de entrada para o automobilismo europeu, os jovens pilotos da F-Renault Alps visitaram o **monumento a Ayrton Senna**, em Ímola, Itália. Foi um momento de reflexão para os cinco meninos de 15 a 17 anos que **cresceram ouvindo relatos sobre as façanhas do piloto**. "É difícil ter a real noção. Mas já vi muitos vídeos e entrevistas, e isso basta pra eu saber que ele foi o melhor de todos", diz Felipe Fraga, de 16 anos. O mineiro Guilherme Silva, campeão da temporada 2011 da Fórmula Futuro, admite que **passa horas diante do computador** vendo os feitos de dois ícones do automobilismo brasileiro, Ayrton Senna e Nelson Piquet. "Apesar de ter nascido depois da morte dele, tento buscar tudo sobre o Ayrton. Já vi o filme 12 vezes, tenho alguns livros, gosto bastante de ver os vídeos na internet, inclusive os de entrevistas. Eu me inspiro muito no Senna, em sua dedicação e amor pelo que fazia", confessa Gustavo Lima, de 15 anos, o mais novo piloto entre os brasileiros dessa categoria. A matéria que relata a visita, publicada pelo site Globoesporte.com, afirma que "para os jovens pilotos de hoje em dia, a figura do **tricampeão** é mais associada aos valores propagados após a sua morte, e que **servem de base para as ações do instituto presidido por sua irmã, Viviane Senna**". O triatleta Reinaldo Colucci, classificado para os Jogos de Londres deste ano, é outro **fã fervoroso de Ayrton Senna**, segundo declaração que deu ao portal UOL. "Eu acompanhei pouco o Senna, era muito novo na época do acidente [com 8 anos em 1994]. Mas sempre admirei, vejo os vídeos dele na internet, me motivam, pela vontade, pelo profissionalismo, pela procura pela vitória, pela perfeição. A atitude esportiva de competir em alto nível, de sempre querer ganhar. Ele demonstrava isso de forma excelente", afirma o triatleta de 26 anos, que parte para a segunda Olimpíada de sua carreira.

06/06/2012 - Instituto Ayrton Senna é citado em reflexão sobre educação e jovens: A educadora Terezinha Saraiva publicou um amplo artigo sobre o desinteresse dos alunos pela escola e o reflexo desse sentimento no cenário da educação e no futuro profissional dos jovens. Para exemplificar sua teoria, ela utiliza parte de um texto de Simone André, coordenadora da área de educação complementar e juventude do Instituto Ayrton Senna: "Li, outro dia, um texto da professora Simone André, coordenadora de educação complementar do Instituto Ayrton Senna. Peço licença à professora para reproduzi-lo. Diz ela que os jovens têm quatro grandes desafios para fazer a transição do mundo da educação para o

mundo do trabalho. Eles terão que construir a própria identidade e seu projeto de vida; aprender as formas de convívio e de participação social; lidar com as exigências do mercado de trabalho; e ter resiliência, principalmente, os menos favorecidos, para aprender no ambiente escolar". E Terezinha conclui: "A escola, que tem papel fundamental nessa aprendizagem não os está preparando para responder a esses desafios". Confira o artigo completo.

06/06/2012 - Mukirana.com realiza leilões beneficentes em parceria com o Instituto Ayrton Senna: Transcendendo as barreiras da tecnologia e diversão, e dando atenção ao lado social de nosso país, o Mukirana.com, portal de leilões virtuais, anuncia uma semana de leilões beneficentes, que acontecerá entre os dias 8 e 14 de junho. A campanha ocorrerá em parceria com o Instituto Ayrton Senna e todos os leilões realizados no período terão uma porcentagem da arrecadação destinada para as ações do Instituto. Segundo Carlos Barros, sócio fundador do Mukirana, a ideia é que os usuários possam unir a diversão com a responsabilidade social. "Queremos propiciar aos internautas a oportunidade de se divertir e comprar barato, sem deixar de lado o auxílio ao próximo. O Instituto Ayrton Senna é uma organização muito séria, que trabalha para melhorar a qualidade da educação no Brasil. Poder atuar ao lado deles e também ajudar crianças e jovens em todo o País é altamente gratificante para nós", afirma. Para participar dos leilões que o Mukirana oferece, acesse www.mukirana.com. Sobre o Mukirana.com. O Mukirana.com é um site de leilões de centavos, no conceito "penny auction", que atua desde 2009, já conta com aproximadamente 400 mil clientes cadastrados, já leiloou mais de 8.000 produtos e é uma referência no segmento. O portal tem a segurança garantida pela McAfee Secure, PagSeguro e GeoTrust, além de todos os leilões auditados pela Saecularis.

06/06/2012 - Casa Cor renova parceria com Instituto Ayrton Senna e apoia educação: Mais do que tendências e novidades em arquitetura e decoração, a edição 2012 da Casa Cor, em São Paulo, tem muito espaço para ações de responsabilidade social. Pelo segundo ano consecutivo, o evento contribui com a melhoria da qualidade do ensino público no Brasil, beneficiando milhões de crianças e jovens atendidos pelos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Para começar, R\$ 1 de cada ingresso inteiro vendido (descontando os impostos) está sendo doado à instituição. A expectativa em relação a esta ação, também realizada na edição passada, é envolver mais de 180 mil pessoas que visitarão o evento, até 22 de julho. Outras atividades estão previstas, como **passatempos do Senninha** para a criançada colorir, na Brinquedoteca. A Casa Cor 2012 também apresenta um quarto especial em homenagem a Bruno Senna, piloto de Fórmula 1 e sobrinho do **tricampeão mundial**. O ambiente foi idealizado por um dos arquitetos participantes do evento, Allan Malouf. Serviço: O quê: Casa Cor 2012; Quando: 29 de maio a 22 de junho; Horários: Terça a sábado das 12h às 21h30; domingos e feriados 12h às 20h; Onde: Jockey Club de São Paulo (Av. Lineu de Paula Machado, 1.173 – Cidade Jardim); Quanto: Terça a sexta R\$ 39; domingos e feriados R\$ 45; Informações: (11) 3819-7955 / www.casacor.com.br

05/06/2012 - Ayrton Senna: um exemplo de empreendedorismo: Publicação de 4 de junho, no blog 'Think Outside', fala do **piloto brasileiro** como exemplo de empreendedor. O texto é de Enrico Cardoso, mercadologista e expert em marketing, e parte de cinco tópicos: 1. **Senna era meticuloso**, 2. **Persistente**, 3. **Metódico**, 4.

Adaptava-se às circunstâncias e 5. Ajudou a fazer diferença na vida das pessoas. No quinto tópico, Cardoso ressalta a importância do Instituto Ayrton Senna como um dos **legados do tricampeão de Fórmula 1**. Além de ser **fã do piloto**, Enrico baseou a sua análise a partir da visita que fez à **exposição Senna Emotion**, encerrada em São Paulo no último dia 3. Depois da visita, o publicitário concluiu que, além de um **esportista incomparável**, **Ayrton Senna é um ícone** de empreendedorismo, **inovação e superação**. Confira o texto completo. Sobre a **Senna Emotion**. A partir de 19 de junho (e até 15 de julho), a exposição, que ficou um mês em São Paulo, na Estação República do Metrô, poderá ser visitada no Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro. Depois, entre 9/8 e 9/9, a exposição estará em Curitiba. Saiba mais sobre a exposição.

05/06/2012 - 'Educação para um mundo sem fronteiras', por Inês Kisil Miskalo: No último dia 4, o jornal Correio Braziliense publicou o artigo "Educação para um mundo sem fronteiras", de Inês Kisil Miskalo, Coordenadora da Área de Educação Formal do Instituto Ayrton Senna, que discute a urgência de ações em escala para recuperar as perdas históricas do Brasil na área da educação. Leia o artigo completo: "A falta de qualidade da educação brasileira não é de hoje. Já na Primeira República, o educador paulista Orestes Guimarães liderava o movimento de cunho nacionalista chamado "Entusiasmo pela educação", e convocava a atenção da sociedade para o impacto socioeconômico e político do investimento na educação popular. No início do século 20, 80% dos brasileiros eram analfabetos e 46% da população entre sete e 14 anos se encontravam fora da escola. Segundo estatísticas da época, o Brasil estava em penúltimo lugar em índice de alfabetização entre as nações "civilizadas". Quase um século depois, temos ainda 9,7% de analfabetos na população entre 15 e 64 anos de idade e 3% de crianças de sete a 14 anos fora da escola. Mais: somente 56,1% dos estudantes que concluem o 3º ano do ensino fundamental aprenderam o que era esperado em leitura; e 42,8%, em matemática. E continuamos a ocupar os últimos lugares nos rankings mundiais de educação, como o Programa Internacional de Avaliação de Alunos (Pisa). É um contrassenso que o Brasil, considerado a 6ª economia do mundo, esteja na lanterna nos rankings internacionais de educação. Os últimos resultados do Pisa confirmam essa discrepância entre o poder econômico de um país e o nível educacional de seus cidadãos. A avaliação da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) mostra que o PIB per capita tem influência para o sucesso educativo, mas só explica 6% das diferenças de desempenho médio dos estudantes. Os outros 94% refletem o modo como os recursos fazem a diferença. As análises da OCDE sugerem que a relação entre investimento na educação e desempenho não tem mais impacto a partir de um patamar de US\$ 35 mil de gasto cumulativo por aluno em sua educação dos seis aos 15 anos. Por exemplo: países que gastam mais de US\$ 100 mil com seus estudantes, como Suíça e Estados Unidos, apresentaram níveis semelhantes de desempenho em comparação aos que gastam menos da metade desse valor por aluno, como a Hungria e a Polônia. O Brasil destina a cada aluno US\$ 18 mil em média, durante os nove anos de estudo do ensino fundamental. Comparando investimento dos países e o desempenho de leitura média no Pisa, estamos acima apenas do Kirguistão, um dos países mais pobres da Ásia Central, com 5 milhões de habitantes e às voltas com guerras étnicas. Portanto, o nível de investimento com educação básica no Brasil, além de estar num patamar baixo, é ineficaz porque não implica bons resultados e indica claramente que não estamos empregando bem os investimentos em educação.

Cabe, então, uma pergunta: como fazer para que a qualidade realmente chegue a todas as escolas do país? Coreia, Finlândia e Xangai sobressaem nas avaliações internacionais de matemática e linguagem e servem como exemplos de sucesso para quem busca melhorar o desempenho educacional. Como ponto de partida, esses países acreditam que todos os alunos são capazes de aprender e lhes dão essa oportunidade, com uma abordagem individualizada na aprendizagem, foco na aquisição de habilidades complexas do pensamento desde o início da educação infantil e alinhamento com as novas tecnologias. Outra prática importante nesses países é o foco em gestão educacional, delegando aos próprios gestores o controle sobre recursos humanos, materiais e finanças. Esse modelo requer a contrapartida governamental no compromisso com a formação inicial e contínua dos educadores, além de planos de carreira que atraiam os profissionais mais qualificados. Os exemplos estão postos e é preciso agir com urgência para superar esse histórico de perdas na área educacional. Não se trata mais da simples vontade de "querer mudar", mas sim de uma indeclinável "exigência de mudanças" de uma sociedade em constante transformação, que nos conecta, em tempo real, em interações físicas e digitais a um mundo sem fronteiras. Não há mais tempo para retórica sobre a abertura da escola para um incrível mundo novo".

04/06/2012 - Leilão arrecada R\$ 23 mil para programas educacionais do Instituto Ayrton Senna: Um leilão de dois capacetes comemorativos dos 50 anos de Ayrton Senna arrecadou neste sábado R\$ 23 mil para os programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que a cada ano beneficiam diretamente dois milhões de crianças e jovens em todo o Brasil. **As duas peças foram arrematadas** na final da São José Copa Ouro Audi Polo, em Indaiatuba (SP). O empresário José Kalil, idealizador do evento no interior paulista, esteve à frente do leilão, organizando os lances e mobilizando dezenas de pessoas. **Os capacetes**, adquiridos por R\$ 10 mil e R\$ 13 mil, foram desenhados por Sid Mosca, que desenhou **todos os capacetes utilizados por Senna** em sua **carreira na Fórmula 1**. **A série comemorativa, com 50 peças**, foi a última assinada por Sid, que faleceu no ano passado.

04/06/2012 - Viviane Senna é destaque na revista Época São Paulo: Na primeira edição de junho da revista Época São Paulo, da Editora Globo, uma das matérias enumera 50 sugestões de personalidades públicas e leitores para o próximo prefeito da maior cidade do País. Dentre os temas explorados, educação é um dos que mais preocupam os paulistanos e é sobre isso que Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, opina, ganhando destaque na revista. Ela sugere ao futuro gestor que inclua "no currículo do ensino fundamental, atividades que ajudem a desenvolver aspectos como liderança, autonomia e trabalho em equipe". A sugestão vai ao encontro do trabalho que o Instituto realiza há quase 18 anos em mais de 1.300 municípios de todo o Brasil, implementando soluções de gestão e educacionais que viabilizam uma educação integral, capaz de preparar crianças e jovens para viver em com sucesso na sociedade do século 21. Além de Viviane, outras personalidades públicas foram ouvidas sobre o tema, como o ex-nadador Fernando Scherer (Xuxa); a antropóloga Lilia Moritz Schwarcz; o pianista e maestro João Carlos Martins; a presidente do Instituto Democracia e Sustentabilidade, Maria Alice Setubal; o apresentador Serginho Groisman; a presidente do Museu de Arte Moderna de São Paulo e do Instituto Itaú Cultural, Milu

Villela; e o cientista político, Fernando Abrucio. Confira a matéria completa na Época São Paulo.

01/06/2012 - Capacetes comemorativos de Ayrton Senna serão leiloados na São José Copa Ouro Audi Polo: Fãs e admiradores de Ayrton Senna terão chance de adquirir um capacete de uma série limitada desenhada por Sid Mosca, em 2010, para as **ações de comemoração aos 50 anos do tricampeão mundial de Fórmula 1**. O Instituto Ayrton Senna, em parceria com a São José Copa Ouro Audi Polo, promoverá um leilão neste sábado (2/6), durante a final da Copa Ouro São José Polo, em Indaiatuba (SP). Serão **leiloados dois capacetes** da série limitada de 50 peças. Sid Mosca desenhou todos **os capacetes que o Ayrton** utilizou em sua **carreira na Fórmula 1** e estes que serão leiloados no fim de semana são os últimos com o desenho assinado por Sid, que faleceu no ano passado. Toda a verba arrecadada com o leilão será destinada aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que a cada ano beneficiam diretamente dois milhões de crianças e jovens em todo o Brasil. Em Indaiatuba, estão sendo esperadas mais de três mil pessoas que praticam ou apreciam a prática do polo.

25/05/2012 - Vivo presta homenagem a Ayrton Senna em telefone público: A Call Parade é uma grande exposição de arte de rua promovida pela operadora Vivo. Vários artistas pintaram ou grafitaram as cúpulas dos orelhões dos bairros da cidade de São Paulo, tudo para chamar a atenção da população à preservação e conservação dos telefones públicos. Um concurso interno na empresa também selecionou a ideia de Diego Rossi Peres **prestando sua homenagem ao tricampeão mundial de Fórmula 1**. Uma das cúpulas, localizada na avenida Paulista, próximo ao Masp, traz a **reprodução do capacete** utilizado pelo **piloto brasileiro** em sua **vitoriosa carreira** e recebe o título de 'Cinquentão do **nosso eterno campeão**'. Diego inspirou-se na **celebração do aniversário de 52 anos de Ayrton Senna**, em 21 de março. A campanha vestiu 100 orelhões em diversas regiões de São Paulo, seguindo um roteiro criativo: "Cartão Postal" (Paulista), "Nobre" (Faria Lima), "Descolado"(Vila Madalena e Pinheiros), "Ibirapuera" (República do Líbano), dentre outros. A exposição estará nas ruas até 24 de junho. Confira a matéria completa. **Senna em Torpedos e Fotos. Fãs de Ayrton Senna** agora podem receber direto no celular **conteúdo exclusivo sobre a vida, carreira, o pensamento, legado e histórias do tricampeão mundial de Fórmula 1**. O lançamento é resultado da parceria entre a Telefônica / Vivo e o Instituto Ayrton Senna para distribuição dos conteúdos nos serviços Torpedo Info e Foto Notícias. O cliente que assinar o Vivo Foto Notícias, além de **histórias e declarações do piloto**, receberá, de segunda a sexta-feira, **fotos e imagens que marcaram a vida e carreira de Ayrton Senna, dentro e fora das pistas**. A primeira semana é gratuita. Depois, o custo semanal é de R\$ 1,99. No Vivo Torpedo Info, o cliente receberá duas mensagens por dia, de segunda a sexta-feira, **com fatos marcantes e frases de Ayrton Senna, que até hoje inspiram milhões de pessoas em todo o planeta**. Após a primeira semana gratuita, o custo será de R\$ 0,20 por mensagem. Para assinar o Vivo Torpedo Info, o usuário da operadora, de qualquer parte do Brasil, deve enviar um **SMS com a palavra SENNA** para o número 4000. Para o Vivo Foto Notícias, **a palavra SENNA deve ser enviada** para o número 6397. Os dois serviços estão disponíveis para os usuários dos planos pré e pós-pago de todo o Brasil. Além de receber conteúdos diferenciados, os clientes estarão contribuindo à qualidade da educação pública. Parte do valor arrecadado será destinado aos

programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que beneficiam cerca de dois milhões de alunos por ano em mais de 1.300 municípios nas diversas regiões do Brasil.

24/05/2012 - Campeão da F-Indy em São Paulo tem Ayrton Senna como ídolo: O australiano Will Power venceu as últimas três edições do GP do Brasil de Fórmula Indy, realizado no Anhembi, em São Paulo. Em entrevista concedida à revista Racing, o piloto declara que **Ayrton Senna é seu ídolo: "Senna é o meu herói. Pra mim, ele é o melhor de todos os tempos". Sua admiração se une a de tantos outros, famosos ou não. E reforça o grande esportista e ser humano que o tricampeão mundial de Fórmula 1 foi. O legado de Ayrton Senna mobiliza fãs de todo o planeta. Um de seus maiores feitos ainda é um recorde, jamais batido por qualquer outro piloto. Feito esse** que, com certeza, vamos lembrar no próximo domingo, quando acontece mais uma disputa na Fórmula 1 em um dos circuitos mais difíceis e carismáticos da categoria: Mônaco. A **última vitória de um piloto brasileiro** naquele circuito aconteceu em maio de 1993, quando **Senna cruzava, pela 6ª vez, a linha de chegada** nas ruas do Principado na **primeira colocação. Senna é o maior vencedor da tradicional prova.** Subiu no **lugar mais alto do pódio** em 1987, 1989, 1990, 1991, 1992 e 1993. Veja matéria completa sobre o **recorde do piloto brasileiro.**

23/05/2012 - Instituto Ayrton Senna e Vivo fecham parceria para oferta de conteúdo exclusivo sobre o piloto: **Fãs de Ayrton Senna** agora podem receber direto no celular **conteúdo exclusivo sobre a vida, carreira, o pensamento, legado e histórias do tricampeão mundial de Fórmula 1.** O lançamento é resultado da parceria entre a Telefônica / Vivo e o Instituto Ayrton Senna para distribuição dos conteúdos nos serviços Torpedo Info e Foto Notícias. O cliente que assinar o Vivo Foto Notícias, além de **histórias e declarações do piloto,** receberá, de segunda a sexta-feira, **fotos e imagens que marcaram a vida e carreira de Ayrton Senna, dentro e fora das pistas.** A primeira semana é gratuita. Depois, o custo semanal é de R\$1,99. No Vivo Torpedo Info, o cliente receberá duas mensagens por dia, de segunda a sexta-feira, com **fatos marcantes e frases de Ayrton Senna,** que **até hoje inspiram milhões de pessoas em todo o planeta.** Após a primeira semana gratuita, o custo será de R\$ 0,20 por mensagem. Para assinar o Vivo Torpedo Info, o usuário da operadora, de qualquer parte do Brasil, deve enviar um **SMS com a palavra SENNA** para o número 4000. Para o Vivo Foto Notícias, **a palavra SENNA deve ser enviada** para o número 6397. Os dois serviços estão disponíveis para os usuários dos planos pré e pós-pago de todo o Brasil. Além de receber conteúdos diferenciados, os clientes estarão contribuindo à qualidade da educação pública. Parte do valor arrecadado será destinado aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que beneficiam cerca de dois milhões de alunos por ano em mais de 1.300 municípios nas diversas regiões do Brasil. "Os **fãs de Ayrton Senna** agora podem ter todos os dias, direto em seu celular, tudo sobre o **nosso tricampeão** através de um conteúdo muito diferenciado e bonito, como um **'combustível'** para o dia a dia. Além disso, essa parceria permitirá o apoio ao trabalho realizado pelo Instituto, que também contribui para as **vitórias de muitas crianças** e jovens de nosso país, assim **como Senna desejava.** É um prato cheio para quem quer saber mais sobre um **brasileiro admirado no mundo inteiro**", afirma Edson Brito, gerente de parcerias sociais do Instituto Ayrton Senna. "A parceria com o Instituto Ayrton Senna oferece conteúdo diferenciado aos

nossos clientes, que recebem informações sobre **um dos maiores ídolos esportivos da história do País**. Com a iniciativa, estamos conectando, com a maior cobertura e qualidade, **milhões de fãs** e, principalmente, contribuindo para que o trabalho do Instituto seja cada vez mais conhecido e reconhecido em todo o território nacional”, explica o diretor da área de produtos e serviços da Vivo, Alexandre Fernandes. Sobre a Telefônica / Vivo. A Telefônica / Vivo é a maior empresa de telecomunicações do País, com 90 milhões de acessos, sendo 74,8 milhões apenas na operação móvel, na qual detém o maior market share do segmento (29,81%) em âmbito nacional. A Telefônica / Vivo atua na prestação de serviços de telefonia fixa no Estado de São Paulo e telefonia móvel em todo o território nacional e conta com um portfólio de produtos completo e convergente (voz fixa e móvel, banda larga fixa e móvel, ultra banda larga (over fiber), TV, dados e TI). A empresa está presente em mais de 3,7 mil cidades, mais de 2,7 mil delas com acesso à rede 3G – mais do que o total dos municípios atendidos pelas demais operadoras. O Brasil, onde atua desde 1998, é a maior operação mundial da Telefônica em número de clientes e empregados diretos (cerca de 100 mil). As principais empresas são Telefônica Brasil (Telefônica / Vivo), Atento (call center) e Terra (provedor e portal de internet). O Grupo Telefonica é um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo, com presença em 25 países, 309 milhões de acessos, 289 mil empregados e receitas de 62,8 bilhões de euros (2011). Os investimentos previstos para o Brasil no período 2011-2014 totalizam R\$ 24,3 bilhões. Para mais informações, acesse o portal da Vivo.

21/05/2012 - Promoção Acelera Coração premia ganhadores e doa R\$ 20 mil à educação brasileira: A Promoção Acelera Coração, para usuários do cartão Instituto Ayrton Senna Credicard, premiou o ganhador Matheus Spanholi (ASSISTA AO VÍDEO), de 19 anos, morador de Pato Branco (PR), com um carro Kia Soul Crossover 0km e um kit do Instituto Ayrton Senna. Ele ainda acompanhou a entrega de uma doação de R\$ 20 mil à organização. Verba que será utilizada para melhorar a qualidade da educação pública do Brasil. O concurso já havia premiado outras quatro pessoas com R\$ 10 mil e um **kit do Instituto Ayrton Senna**, composto por - **MP3/FM Ayrton Senna com pen drive de 1GB, mini capacete Ayrton Senna 1993, camiseta com assinatura Ayrton Senna, adesivo de capacete 1993, chaveiro de metal, camiseta masculina do Instituto Ayrton Senna, adesivo Duplo S Senna Oficial, boné com assinatura, caneca Centaurus vermelha, caderno de anotações, conjunto de canetas de metal e squeeze prata**. A promoção beneficiou usuários do cartão entre outubro de 2011 e janeiro de 2012. A cada compra por semana a pessoa ganhava um número da sorte para concorrer aos prêmios. O cartão Instituto Ayrton Senna Credicard também dá benefícios especiais na **Senna Store**, a loja oficial de **produtos das marcas Ayrton Senna, Senninha e Duplo S** – 10% de desconto para pagamento à vista, 6x sem juros com parcela mínima de R\$ 30 e frete grátis para pedidos acima de R\$ 300 no site www.sennastore.com.br. Sobre a parceria. A Credicard é uma importante aliada do Instituto Ayrton Senna desde 1996. E o cartão é uma maneira rápida e simples para que todas as pessoas possam contribuir com uma causa tão essencial ao País. Parte dos recursos de qualquer compra realizada pelos clientes é diretamente destinada aos programas educacionais do Instituto, que em 17 anos de atuação já beneficiou mais de 13 milhões de crianças e jovens. Saiba como adquirir o seu no site do cartão Instituto Ayrton Senna Credicard. Neste mesmo endereço está a prestação de contas da parceria, com informações sobre como a sua contribuição financeira ajuda a

educação brasileira. Assim, você ajudará a realizar um **antigo sonho de Ayrton Senna**, que **sempre desejou ver** todas as crianças e todos os jovens terem acesso a uma boa rede de ensino público no País. **“O Ayrton sempre quis dar algo que ele teve**, mas a maioria das crianças brasileira não tem: oportunidade. Com a parceria de muitos anos com a Credicard, o Instituto Ayrton Senna tem conseguido ajudar milhões de crianças a ter esta oportunidade, que é ter sucesso na escola e na vida. **É o sonho do Ayrton virando realidade”**, afirma Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna.

18/05/2012 - Porto Alegre recebe Super Carros e apoia a educação: Super Carros é um grande evento que promete levar muita adrenalina à cidade de Porto Alegre (RS), nos dias 19 e 20 de maio. Um parque de diversões automobilísticas vai proporcionar a crianças, jovens e adultos mais de 20 atrações incríveis, como test drive com dream cars (Ferrari, Porsche, Rolls-Royce, Lamborghini e muitos outros modelos), pista off road para veículos 4 X 4, Super Truck, exposição de carros antigos, corridas de kart, espaço kids, além de uma aventura em duas rodas com a Equipe Burnout, ‘atropelando’ dezenas de carros embarcados no maior Big Foot do Brasil, com quase 4 metros de altura e 7 toneladas. Para participar, o público adquire uma entrada que dá direito às atrações durante um dia. Além disso, contribui à educação pública de qualidade, já que R\$ 1 de cada ingresso vendido será doado ao Instituto Ayrton Senna. A parceria foi fechada em abril deste ano, com a agência MAZAH e a RBS Eventos (do Grupo RBS), e o Instituto marcará presença com o **personagem Senninha**, que vai divertir a criançada no evento. Os adultos poderão tirar fotos **segurando o capacete verde e amarelo do tricampeão mundial de Fórmula 1, Ayrton Senna**. O evento, que acontecerá no Velopark, é promovido pela Rádio Atlântida e Jornal Zero Hora e realizado pela Mazah Live Marketing, Velopark e Super Carros Gramado. Mais informações em www.supercarros2012.com.br.

16/05/2012 - Instituto Ayrton Senna realiza capacitações pelo Brasil: Uma das ações mais importantes realizadas pelo Instituto Ayrton Senna é a capacitação dos educadores que atuam junto aos programas educacionais da organização, implementados nas redes públicas de ensino, em parceria com secretarias de educação municipais e estaduais. Durante o ano letivo, os professores e gestores recebem formações presenciais e online para adquirir mais conhecimentos e fortalecer a prática na sala de aula. Em Teresina (PI), o encontro do programa Gestão Nota 10 aconteceu de 8 a 11 de maio. O secretário da Educação e Cultura, Átila Lira, esteve presente ao encontro, apoiando a iniciativa. “Esse programa é muito importante, pois serve de instrumento para acompanharmos o desempenho da gestão das escolas”, ressaltou. Confira a matéria completa. No Maranhão, também no início de maio, foi realizada a 1ª Formação dos Programas de Correção de Fluxo Se Liga e Acelera Brasil, simultaneamente em três polos: São Luís, Santa Inês e Pedreiras. O evento reuniu 983 servidores, incluindo coordenadores estaduais e regionais, supervisores e professores de 94 municípios de todo o Maranhão. Segundo a coordenadora de Programas Estaduais, professora Ana Karolina Salomão, “o governo do Estado vem trabalhando no sentido de garantir a alfabetização desses alunos, e nessa transição proposta pelo processo de municipalização, todos os alunos que forem repassados aos municípios estejam alfabetizados e os problemas com distorções de fluxos tenham sofrido uma grande diminuição”. Confira matéria completa

15/05/2012 - Na Rádio Estadão ESPN, Viviane Senna fala de seus 'milhões de filhos': Uma das ações mais importantes realizadas pelo Instituto Ayrton Senna é a capacitação dos educadores que atuam junto aos programas educacionais da organização, implementados nas redes públicas de ensino, em parceria com secretarias de educação municipais e estaduais. Durante o ano letivo, os professores e gestores recebem formações presenciais e online para adquirir mais conhecimentos e fortalecer a prática na sala de aula. Em Teresina (PI), o encontro do programa Gestão Nota 10 aconteceu de 8 a 11 de maio. O secretário da Educação e Cultura, Átila Lira, esteve presente ao encontro, apoiando a iniciativa. "Esse programa é muito importante, pois serve de instrumento para acompanharmos o desempenho da gestão das escolas", ressaltou. Confira a matéria completa. No Maranhão, também no início de maio, foi realizada a 1ª Formação dos Programas de Correção de Fluxo Se Liga e Acelera Brasil, simultaneamente em três polos: São Luís, Santa Inês e Pedreiras. O evento reuniu 983 servidores, incluindo coordenadores estaduais e regionais, supervisores e professores de 94 municípios de todo o Maranhão. Segundo a coordenadora de Programas Estaduais, professora Ana Karolina Salomão, "o governo do Estado vem trabalhando no sentido de garantir a alfabetização desses alunos, e nessa transição proposta pelo processo de municipalização, todos os alunos que forem repassados aos municípios estejam alfabetizados e os problemas com distorções de fluxos tenham sofrido uma grande diminuição". Confira matéria completa

09/05/2012 - Viviane Senna é destaque na revista IstoÉ Gente: Em entrevista ao jornalista Sérgio Loredó, da Rádio Estadão ESPN, FM 92,9 / AM 700, no Dia das Mães, Viviane Senna conta como foi aceitar a carreira de seu filho Bruno como piloto de Fórmula 1. Na segunda parte da conversa, ela revela que seus filhos se multiplicaram desde que começou o trabalho à frente do Instituto Ayrton Senna. "Atendemos crianças pobres, classes D e E, em todos os Estados, em um quinto dos municípios do País. Queremos dar educação às crianças... as mesmas oportunidades que eu e você recebemos para desenvolver potenciais", explica. Confira o depoimento completo

07/05/2012 - Instituto Ayrton Senna qualifica educação em Goiás: Viviane Senna conversou com a jornalista Gisele Vitória, da revista IstoÉ Gente, durante o Fórum de Comandatuba, promovido pelo grupo Lide, no começo deste mês. A matéria, que descreve a presidente do Instituto Ayrton Senna como uma mulher de luz própria, serena e alegre, também enfatiza a sua postura diante do desafio de presidir a organização e trabalhar diariamente em favor da qualidade da educação. Dentre suas declarações, Viviane desabafa: "O problema da educação do Brasil é gigante. Não dá para ficar no trabalho artesanal...", justificando a atuação do Instituto, em larga escala, para beneficiar anualmente cerca de dois milhões de crianças e jovens das cinco regiões do País. Ela exemplifica dizendo que cada criança é como um palito de fósforo, ou seja, uma luz em potencial. Se a oportunidade não vem - ninguém risca o fósforo - a criança não se ilumina. E essa luz, que faz as pessoas brilharem e desenvolverem seus potenciais, é a educação. Para conferir outras declarações de Viviane e ler a matéria completa, basta adquirir a revista IstoÉ Gente, já nas bancas.

07/05/2012 - Revista japonesa destaca Ayrton Senna e seu legado: A revista Alternativa, voltada aos brasileiros descendentes de japoneses que moram

no país do sol nascente, dedicou a edição de maio a Ayrton Senna. As dezoito páginas que falam do **piloto**, além de mostrarem **os feitos e as vitórias do brasileiro**, dedicam uma boa parte da **homenagem** para contar a importância do Instituto Ayrton Senna como **um de seus maiores legados**. A edição abre com uma entrevista exclusiva de Viviane Senna que, dentre outras perguntas, responde sobre o carinho e a admiração que ele tinha pelo povo japonês e como até hoje os japoneses cultivam o **respeito pelo seu irmão**. "**Os japoneses são grandes fãs de Ayrton**". As páginas seguintes estão recheadas de **fotos e feitos da trajetória vitoriosa do tricampeão mundial de Fórmula 1, dentro e fora das pistas**. No final da matéria, uma conversa com Edgard Mello Filho, ex-piloto, jornalista e um **grande fã de Senna** e do automobilismo. Dentre as informações que ele compartilha com os leitores, Edgard fala sobre o "circo" da F1 e porque muitas vezes o **tricampeão incomodava os diretores: "Não engolia qualquer coisa e ´chegava junto´ em tudo o que o incomodasse"**. Para encerrar, uma página de história em quadrinhos em que pai e filho compartilham **frases emblemáticas do piloto brasileiro**. Acesse o site da revista Alternativa

07/05/2012 - Capacitação prepara professores no Rio Grande do Sul:

Com o objetivo de capacitar os docentes que serão responsáveis pela aplicação dos **programas Se Liga e Acelera Brasil** em sala de aula, a Secretaria de Estado da Educação do Rio Grande do Sul, em parceria com o Instituto Ayrton Senna, realizou uma formação presencial em abril, reunindo mais de 400 professores. Em 2012, os dois programas juntos beneficiarão mais de 2.700 alunos da rede estadual de ensino daquele Estado. O Se Liga foi implantado no Rio Grande do Sul em 2009 e, em 2012, atingirá 510 alunos de 36 escolas, em 23 municípios. Já o Acelera Brasil está na rede estadual desde 2008. Em 2012, o programa vai qualificar o ensino de 2.259 alunos do 2.º ao 5.º ano, de 148 escolas, em 80 municípios. Os profissionais do Acelera Brasil foram capacitados por coordenadores regionais da própria rede, já habilitados para transmitir esse conhecimento. A formação do Se Liga contou com capacitadores externos, para repassar aos professores o novo material e metodologia que serão utilizados em sala de aula. De acordo com Nelma Lopes, gerente de projetos do Instituto Ayrton Senna, a capacitação foi um sucesso. "Observando a participação dos profissionais, a avaliação que fizeram da capacitação e a alegria com que esperam o início dos trabalhos com seus alunos, temos certeza de que chegaremos a um excelente resultado na aprendizagem e no sucesso escolar de cada um", disse ela. Em 2011, 91,6% dos alunos do Acelera Brasil foram aprovados e 80,3% dos alunos que cursaram o Se Liga foram alfabetizados. Esses bons resultados e a motivação dos educadores e alunos contribuem para a continuidade dos programas do Instituto Ayrton Senna, que fazem parte da política pública de correção de fluxo adotada pelo Estado. De acordo com uma pesquisa de opinião da Secretaria de Educação do Rio Grande do Sul, realizada no ano passado com educadores e alunos da rede estadual, os programas Se Liga e Acelera Brasil ganharam nota 10 e foram considerados relevantes em todas as escolas avaliadas. "É uma segunda chance para continuar nossos estudos" e "Somos valorizados" foram frases mais citadas pelos alunos para descreverem os programas. O resgate da autoestima dos alunos, o incentivo à leitura e à escrita e a supervisão aos programas foram pontos destacados pelos educadores. A pesquisa foi realizada com diretores, assessores/coordenadores, supervisores, professores e alunos de Porto Alegre, São Leopoldo, Pelotas, Santa Cruz do Sul, Passo Fundo, Santa Maria, Cruz Alta, Guaíba, Bagé, Rio Grande, Santana do Livramento e

Gravataí, cidades que compõem 12, das 17 Coordenadorias Regionais de Educação que adotam os programas. Ao todo, foram entrevistados 743 alunos do Acelera Brasil, 162 alunos do Se Liga e 225 educadores. Para 70% dos diretores de escolas, os dois programas contribuíram para modificar a visão dos processos de ensino e aprendizagem, inclusive das turmas regulares. 90% deles disseram ser a favor da continuidade dos programas nas escolas. Em relação aos professores, 60% dos que deram aulas pelo Acelera Brasil e 80% dos professores do Se Liga acreditam que os programas modificaram suas visões dos processos de ensino e aprendizagem. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, e ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

04/05/2012 - No Fórum do Comandatuba, Viviane Senna aponta soluções para a educação: Uma parceria entre a prefeitura do Rio de Janeiro e o Instituto Ayrton Senna reduziu o analfabetismo funcional em dois anos e meio de 13,8% dos alunos da rede para 6,5%. Segundo dados divulgados pela prefeitura, atualmente 33 mil alunos estão em processo de "aceleração" educacional após serem alfabetizados. No ano passado, 83% das crianças foram alfabetizadas logo no primeiro ano da escola. A previsão é que, em 2012, 7 mil sejam alfabetizados novamente. Esses e outros dados foram apresentados por Viviane Senna aos participantes do 11.º Fórum de Comandatuba, promovido pelo Grupo de Líderes Empresariais (Lide), do empresário João Dória Jr., que discutiu o tema "O Brasil que Nós Queremos". O evento, que aconteceu entre os dias 28 de abril e 1º de maio, no hotel Transamérica, em Comandatuba (BA), reuniu ícones do mundo empresarial e do setor público como o vice-presidente Michel Temer, ministros de Estado, governadores e presidentes-executivos de grandes empresas. Além de Viviane Senna, o economista Paulo Rabello de Castro e o ministro Aloizio Mercadante (Educação) também proferiram palestras. Confira a matéria completa

02/05/2012 - Ayrton Senna é destaque na mídia e recebe homenagens dentro e fora do País: O dia 1.º de Maio é uma **data emblemática** para **fãs e admiradores da Fórmula 1 e de Ayrton Senna**. Há 18 anos, em Ímola, o **tricampeão** deixou as pistas e **virou uma estrela que continua brilhando e inspirando pessoas de todas as raças, crenças, culturas e classes sociais**. Padre Marcelo, por exemplo, em entrevista para o Fantástico (TV Globo), no último fim de semana, confidenciou que um dos **motivos que o levaram** a vestir a batina foi a **vibração de Ayrton em sua primeira vitória**, agradecendo a Deus, **no pódio**, por **essa conquista, a primeira de muitas**. Na cobertura da imprensa, não foi diferente. **Programas de TV e de rádio, reportagens e entrevistas em jornais, sites, blogs, revistas destacaram os feitos de um dos maiores pilotos de todos**

os tempos e um brasileiro como poucos. O assunto foi **pauta dos maiores portais**, como G1, Ig, UOL e Terra, e de veículos online como Veja, Estadão, Folha de SP, Extra, Zero Hora, JT, Lancenet dentre outros. Os canais de comunicação mais usados pelos **fãs para lembrar o piloto** foram as redes sociais. No twitter, Bruno Senna, durante os treinos na Itália (Mugello), postou o seu **carinho pelo tio e ídolo** por meio da frase: "Primeiro de maio aqui em Mugello. **Saudades, Ayrton.** Você **continua me inspirando a cada momento**". Felipe Massa também twittou: "Dezoito anos da morte de **nosso maior ídolo, Ayrton Senna**". **Outros nomes famosos dos grandes circuitos deixaram suas mensagens**, como o alemão Nick Heidfeld, o austríaco Alexander Wurz e o britânico Martin Brundle. Tony Kanaan e Emerson Fittipaldi twittaram a mesma frase: "**Senna, ídolo para sempre**". E **as manifestações** não pararam por aí. A equipe McLaren postou no twitter um vídeo em que **Senna testa um carro esportivo em Suzuka**, circuito onde **conquistou seus três títulos** pilotando por aquela escuderia. Fora do universo da velocidade, **as homenagens** também bombaram nas redes. Celebidades como o cantor Tiaguinho, a apresentadora Astrid Fontenelle, o jornalista Roberto Cabrini e o site do Corinthians, **time do tricampeão**, marcaram o 1.º de maio com **carinho e admiração**. Não é à toa que Senna é **fenômeno** no twitter. A cada 30 segundos do dia 1.º, dezenas de mensagens eram postadas, citando **o piloto brasileiro**, que por volta das 15h ocupava o **primeiro lugar no Trending Topics** do Rio de Janeiro, o terceiro lugar em São Paulo e o quinto no Brasil. A página do Instituto Ayrton Senna, no Facebook, só no dia 1.º, somou 8.712 'curtir', 331 comentários e 2.145 compartilhamentos dos posts sobre a exposição interativa **Senna Emotion**, em **homenagem ao piloto brasileiro. Senna Emotion**. Quem esteve em São Paulo no dia 1.º de maio, pôde conferir a inauguração da '**Senna Emotion**', exposição interativa na estação República do Metrô, que usa de muita tecnologia para contar a **trajetória vitoriosa do tricampeão de F1, Ayrton Senna**. A imprensa também cobriu amplamente a exposição. Dentre os programas presentes, estavam Jornal Nacional, Globo Esporte, Jornal Hoje, Bom Dia Brasil, SPTV, Globo News, Jornal do SBT, a Record News, Jornal da Band, Claquete, Muito + e Jornal da Gazeta. Os ouvintes de rádio também puderam conferir as novidades da exposição por meio as emissoras Jovem Pan, CBN, Bandeirantes, Globo e Estadão ESPN. Na '**Senna Emotion**', o público pode, conhecer melhor **quem foi Ayrton Senna da Silva, sua relação com o Brasil, seu estilo de dirigir**, os bastidores da Fórmula 1, **suas contribuições ao automobilismo, principais corridas e inesquecíveis vitórias**. A exposição está dividida em seis áreas temáticas: '**Pole Position**', '**Largada**', '**Circuito**', '**Pit Stop**', '**GP Brasil**' e '**Podium e Legado**'. Por meio dessas etapas que integram um circuito de corrida, o público é convidado a mergulhar numa viagem emocionante, através de experiências poli sensoriais. Cada uma das salas se liga a conceitos que se relacionam entre si, como uma etapa da corrida, um tema sobre **o piloto** ou sua **carreira**, ou aos **valores de Senna: motivação, superação, determinação, garra, dedicação**. Após a temporada em São Paulo, que termina em 3 de junho, a mostra segue para o Rio de Janeiro e será instalada no Museu Histórico Nacional, de 16 de junho a 16 de julho. Também será montada em Curitiba, no Centro Cultural Sistema FIEP, onde fica em cartaz de 1.º a 31 de agosto. Idealizada e desenvolvida pela YDreams Brasil, empresa internacional especializada em tecnologia interativa, e realizada em parceria com o Instituto Ayrton Senna, a exposição '**Senna Emotion**' foi produzida com recursos da Lei Rouanet, através do Ministério da Cultura, e conta com o patrocínio oficial do Banco Itaú.

02/05/2012 - Programa do SporTV em homenagem a Ayrton Senna é gravado na sede do Instituto: A sede do Instituto Ayrton Senna, em São Paulo, recebeu na última segunda-feira, 30, a equipe do SporTV para a gravação do programa Linha de Chegada, apresentado por Reginaldo Leme. Com os jornalistas Rodrigo França e Ernesto Rodrigues, autores de **livros sobre o tricampeão mundial de Fórmula 1**, eles conversaram sobre a **carreira** e o legado deixado pelo **ídolo**. O programa foi exibido nesta terça-feira, 1.º de maio. (ASSISTA AO VÍDEO). Especialistas em automobilismo, os jornalistas destacaram **Ayrton Senna como o último herói nacional**, e ressaltaram que o **Brasil e o mundo dificilmente verão outro personagem como o piloto**. “**O Senna era o Brasil que dava orgulho, uma das poucas coisas que o brasileiro podia falar que tinha orgulho**. A economia ia mal, o futebol ia mal. Isso é muito emblemático. **Quem levantava a bandeira do Brasil** no final dos anos 80 e início dos 90 era **somente o Ayrton Senna**”, destacou França, autor de ‘**Ayrton Senna e a Mídia Esportiva**’. Ernesto Rodrigues, autor de ‘**Ayrton – O Herói Revelado**’, que acompanhou como profissional boa parte da **carreira do tricampeão**, concordou com o colega. “**Ele inaugurou outro padrão, até em perfil de comportamento**. Ele era **torturantemente dedicado ao que fazia**. É o **primeiro grande gênio da Fórmula 1 tecnológica**.” O Linha de Chegada também abordou o **principal legado deixado por Ayrton Senna**, o Instituto Ayrton Senna, fundado em 1994 por **desejo do tricampeão**. Anualmente o Instituto Ayrton Senna capacita 60 mil educadores e seus programas beneficiam diretamente cerca de 2 milhões de alunos em mais de 1.300 municípios nas diversas regiões do Brasil.

30/04/2012 - ‘Senna Emotion’ convida público a vivenciar trajetória do tricampeão de Fórmula 1: No dia 1.º de maio de 2012, terça-feira, será aberta ao público a exposição interativa ‘**Senna Emotion**’, a mais importante mostra sobre a **trajetória pessoal e profissional do piloto de Fórmula 1 e tricampeão Ayrton Senna da Silva**. A instalação vai ocupar 200 m2 da Estação República do Metrô, em São Paulo, onde permanecerá em cartaz até o dia 3 de junho, das 11h às 20h. O acesso ao espaço fica na área de embarque e a visitação será gratuita aos usuários do metrô. Considerado um dos **maiores esportistas do automobilismo**, **Ayrton Senna tem uma imagem vitoriosa e reconhecida nos quatro cantos do mundo**. Em 34 anos de vida, o **piloto conquistou 41 vitórias na Fórmula 1, 65 pole positions e três campeonatos mundiais**. Na exposição ‘**Senna Emotion**’, o público vai conhecer melhor **quem foi Ayrton Senna da Silva, sua relação com o Brasil, seu estilo de dirigir**, os bastidores da Fórmula 1, **suas contribuições ao automobilismo, principais corridas e inesquecíveis vitórias**. “A mostra é importante porque reúne parte valiosa da memória da **carreira** de um dos **maiores pilotos de F1**. As atrações são bem interativas, proporcionam uma experiência lúdica aos **fãs** e informação para **gerações mais novas que não acompanharam a trajetória do Senna**”, afirma o Gerente de Negócios do Instituto Ayrton Senna, Irineu Villanoeva Jr. Toda a mostra é inspirada na lógica dos ambientes inteligentes, que possuem um diferencial devido à sua grande atratividade e forte capacidade de criar empatia com o público. “A linguagem interativa torna-se aliada para o desenvolvimento de exposições temáticas, de modo que as informações transmitidas através da experiência sejam mais atraentes, divertidas e melhor compreendidas pelo público”, afirma Karina Israel, Diretora Executiva da YDreams Brasil. A exposição está dividida em seis áreas temáticas: ‘**Pole Position**’, ‘**Largada**’, ‘**Circuito**’, ‘**Pit Stop**’, ‘**GP Brasil**’ e ‘**Podium e Legado**’. Por meio

dessas etapas que integram um circuito de corrida, o público será convidado a mergulhar numa viagem emocionante, através de experiências poli sensoriais. Cada uma das salas se liga a conceitos que se relacionam entre si, como uma etapa da corrida, um tema sobre **o piloto** ou **sua carreira**, ou aos **valores de Senna: motivação, superação, determinação, garra, dedicação**. Na área 'Pole Position', o visitante vai se sentir próximo do que é ser um corredor de Fórmula 1, através de projeções e sons que simulam uma corrida. Na 'Largada', o público ainda vai conhecer detalhes do piloto, escolhendo, através de gestos, depoimentos em vídeos de grandes pilotos da Fórmula 1, figuras importantes no automobilismo e outros nomes importantes na **vida de Senna**. Também através de gestos, ao entrar na sala do 'Circuito', o visitante aciona um livro mágico que simula um álbum antigo de fotos, em que ele conhece o desempenho **do piloto em todas as categorias: Kart, Fórmula Ford (1600 e 2000), Fórmula 3 e Fórmula 1**. Na sala 'Pit Stop', o público vai fazer uma viagem imersiva pelas emocionantes corridas e bastidores da Fórmula 1 e vivenciar a sensação de acompanhar **Senna durante seus grandes momentos**. Também vai experimentar uma das maiores atrações da exposição: através da tecnologia de 'Vídeo Mapping', um carro cenográfico se transforma nos **carros que Senna correu na Fórmula 1**. Com apenas um toque, o visitante aciona um show audiovisual que simula **as quatro escuderias nas quais Senna correu na F1: Toleman, Lotus, McLaren e Williams**. Ainda nesse espaço, o público poderá apreciar uma mostra de objetos, dentre eles o **capacete com o qual Senna foi tricampeão no Circuito de Suzuka, no Japão, em 1991**. Uma mesa touchscreen vai exibir os mapas de todos **os circuitos nos quais Senna correu na F1**, mostrando os **pontos altos de sua carreira** e suas **corridas mais marcantes**. O público também vai ver pneus reais da F1 e entrar no clima das mais eletrizantes **corridas do piloto**, que ganhou fama por **sua habilidade para pilotar na chuva**. Na sala 'GP Brasil' se revela a **grande ligação de Senna com o País**, por meio de suas **vitórias espetaculares no GP Brasil, um desejo antigo do piloto**. Uma projeção em vídeo mostra a emoção da **primeira vitória de Senna no GP Brasil de F1** e outros momentos marcantes do **piloto**, como imagens dele com o **Troféu GP Brasil, conquistado em 1991**, no Circuito de Interlagos, em São Paulo. Os visitantes também poderão ver **o troféu, que estará exposto**. Na última área da exposição, 'Podium e Legado', o público vai acompanhar **o legado deixado por Ayrton Senna, tanto no automobilismo, quanto na área social. Sua preocupação social gerou a criação, em 1994, do Instituto Ayrton Senna, idealizado e desenvolvido por ele**, que tem como missão a produção e aplicação em escala de conhecimento e inovação em educação integral de crianças e jovens, cujos **números são tão vencedores quanto os da carreira do próprio corredor**. Ainda na sala 'Podium e Legado', por meio da tecnologia de Realidade Aumentada, o público também poderá ver um dos **troféus do piloto**, que será reproduzido virtualmente em suas mãos, fazer uma foto com **o troféu** e mandar o registro por e-mail. Ao subir num pódio cenográfico, um sensor captura a imagem contida na base fictícia do troféu e espelha a cena em uma tela. Com isso, o visitante se enxerga erguendo **um dos troféus de Senna**. Ao final da exposição, através de uma solução interativa, o visitante poderá resgatar **a foto que tirou com o troféu** e enviá-la por e-mail, compartilhar a sua experiência pelas redes sociais, além de gravar um depoimento em vídeo sobre Senna. Os melhores depoimentos serão exibidos ao longo da própria exposição e também no site do Instituto Ayrton Senna. "A exposição tem como proposta **valorizar a nacionalidade** como um sentimento importante para a construção de uma cultura de civilidade, resgatar na memória dos brasileiros a

figura de um dos maiores heróis contemporâneos do nosso país, além de possibilitar ao público explorar novas abordagens de linguagens para o desenvolvimento do conhecimento”, afirma Carlos Haag, curador da exposição. Após a temporada em São Paulo, a mostra segue para o Rio de Janeiro e será instalada no Museu Histórico Nacional, de 16 de junho a 16 de julho. Também será montada em Curitiba, no Centro Cultural Sistema FIEP, onde fica em cartaz de 1º a 31 de agosto. Idealizada e desenvolvida pela YDreams Brasil, empresa internacional especializada em tecnologia interativa, e realizada em parceria com o Instituto Ayrton Senna, a exposição ‘Senna Emotion’ foi produzida com recursos da Lei Rouanet, através do Ministério da Cultura, e conta com o patrocínio oficial do Banco Itaú. Sobre a YDreams. Fundada em 2000 por pesquisadores na área das novas tecnologias da interação, a YDreams é uma empresa internacional que tem como objetivo aproximar o conhecimento do mundo acadêmico com as necessidades do mercado. Sediada em Lisboa, Portugal, a YDreams atua globalmente através de seus escritórios, montados em outros três países: Espanha (Barcelona), Brasil (Rio de Janeiro e São Paulo) e Estados Unidos (Nova York) e já realizou em torno de 700 projetos em mais de 30 países, para clientes e parceiros, como a Nokia, Vodafone, Adidas, Banco Santander e Coca-Cola. Baseada nos pilares: Tecnologia, Criatividade e Negócios, a YDreams é especializada na criação de ambientes inteligentes e utiliza a tecnologia para maximizar o espaço real, em projetos como lojas conceito, museus interativos, exposições imersivas, comunicação participativa para marcas, expositores sensoriais, dentre outros. Reconhecida com diversos prêmios internacionais, a YDreams tem hoje uma equipe de áreas diversas que vão do design gráfico, industrial, de interiores e de interação à engenharia de informática, mecânica e eletrônica. No âmbito de software, se especializou na união do real com o virtual: realidade virtual, realidade aumentada, interfaces naturais e multitouch, interação natural homem-máquina (NUI). Fundada em 2006, a YDreams Brasil cria espaços inovadores a partir da união entre tecnologia e criatividade, com o objetivo de aproximar o futuro ao presente, através da criação e desenvolvimento de ambientes experienciais, lojas conceito, ambientes de marca, anúncios interativos para o cinema, dentre outros serviços. A empresa tem dois escritórios no país (Rio de Janeiro e São Paulo) e conta com um portfólio de clientes como Bradesco, Coca-Cola, EBX, Ambev, Gafisa, Prefeitura do Rio de Janeiro, dentre outros. Em 2012, a YDreams Brasil inaugura no país grandes projetos de espaços conceituais e inovadores, como o Museu da Energia da Light, no Rio de Janeiro, e a exposição ‘**Senna Emotion**’, **sobre o piloto Ayrton Senna**, que será montada em São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba. Serviço: Data: 1º de maio a 3 de junho de 2012; Local: Espaço Cultural na Estação República do Metrô; Site: www.sennaemotion.com.br; Endereço: Rua do Arouche, 24 - São Paulo; Horário de funcionamento: 11h às 20h (de segunda-feira a domingo); Valor: Gratuito para usuários do Metrô (o espaço está situado após as roletas de acesso à plataforma); Classificação etária: Livre; Acesso para pessoas portadoras de necessidades especiais em cadeira de rodas.

26/04/2012 - Imprensa destaca adesão de celebridades à homenagem ao Senna: Os veículos de comunicação fizeram uma ampla divulgação da **participação dos famosos na campanha #SennaMeInspira**, realizada pelo Instituto Ayrton Senna. Os sites MSN, Yahoo, MSNÉpoca online, revista Alfa, As últimas do CQC, Rede Brasil de Notícias, Visto Livre, Refrescante, Vírgula, Inteligência e vários blogs repercutiram os vídeos que Raí, Lars Grael, Hortência, Bruno Senna, Astride Fontenelle, Sabrina Sato e Felipe Andreoli gravaram prestando uma **homenagem**

ao piloto. **"Ayrton Senna é o herói de todo o brasileiro. O que ele mais me inspira é a ter coragem... não desistir dos sonhos"**, conta Sabrina Sato, do programa Pânico. **"Quando eu tiver meus filhos, netos, vou contar a eles quem foi Ayrton Senna... ele tinha orgulho de ser brasileiro"**, diz Felipe Andreoli, do humorístico CQC. **"Ele é minha referência. Me inspira a lutar pelos meus objetivos"**, declara Bruno Senna, piloto e sobrinho do **tricampeão mundial de Fórmula 1**. **"Senna continua me inspirando a ter concentração, foco"**, afirma a apresentadora Astrid Fontenelle. Assim como eles, **todos os fãs do piloto podem homenageá-lo** até o fim de abril. Basta gravar um vídeo, de até 30 segundos, respondendo a seguinte pergunta: **como Ayrton Senna te inspira?** Depois, é só publicar no YouTube e seguir as instruções no **site www.sennameinspira.com.br**. Os 10 vídeos mais criativos enviados até 26 de abril participarão de uma exposição interativa **sobre o tricampeão** que acontecerá em São Paulo, a partir de maio. Além de fazer parte dessa **grande homenagem**, os autores dos vídeos escolhidos, que curtirem as páginas da Mobil, Pioneer ou tiverem o cartão Instituto Ayrton Senna Credicard, parceiras da campanha, ganharão brindes exclusivos.

23/04/2012 - Celebidades gravam vídeos para homenagear Ayrton

Senna: **"Ayrton Senna é o herói de todo o brasileiro. O que ele mais me inspira é a ter coragem... não desistir dos sonhos"**, conta Sabrina Sato, do programa Pânico. **"Quando eu tiver meus filhos, netos, vou contar a eles quem foi Ayrton Senna... ele tinha orgulho de ser brasileiro"**, diz Felipe Andreoli, do humorístico CQC. **"Ele é minha referência. Me inspira a lutar pelos meus objetivos"**, declara Bruno Senna, piloto e sobrinho do **tricampeão mundial de Fórmula 1**. **"Senna continua me inspirando a ter concentração, foco"**, afirma a apresentadora Astrid Fontenelle. Estas são **algumas das homenagens** que os **famosos fizeram a Ayrton Senna** para a campanha **#SennaMeInspira**. **Assim como eles, todos os fãs do piloto podem homenageá-lo**. Basta gravar um vídeo, de até 30 segundos, respondendo a seguinte pergunta: **como Ayrton Senna te inspira?** Depois, é só publicar no YouTube e seguir as instruções **no site www.sennameinspira.com.br**. Os 10 vídeos mais criativos participarão de uma exposição interativa **sobre o tricampeão** que acontecerá em São Paulo, a partir de maio. Além de fazer parte dessa **grande homenagem**, os autores dos vídeos escolhidos, que curtirem as páginas da Mobil, Pioneer ou tiverem o cartão Instituto Ayrton Senna Credicard, parceiros da campanha, ganharão brindes exclusivos. Confira aqui também as mensagens de Raí, Lars Grael e Hortência e acelere para gravar o seu vídeo. O prazo final da ação é 26 de abril. Participe e preste a sua **homenagem** a esse **grande brasileiro** que **continua ajudando o Brasil a se tornar um País vencedor**. **ASSISTA AOS VÍDEOS GRAVADOS PELAS CELEBRIDADES:** Raí, Lars Grael, Hortência, Astrid Fontenelle, Bruno Senna, Felipe Andreoli, Sabrina Sato.

23/04/2012 - A escola precisa mudar para atrair o jovem, diz Simone

André: "O mundo mudou, os jovens mudaram e as escolas ou os espaços para a formação de jovens continuam iguais. Mudou o cenário, o público e não mudou a oferta", alerta Simone André, coordenadora de educação complementar e juventude do Instituto Ayrton Senna, em entrevista concedida ao site Folha Dirigida, um dos maiores sites voltados a concursos em todo o País. O tema da matéria é como atrair a juventude para a escola, tornando-a eficiente na formação dos adolescentes também para o trabalho. Simone explica que os jovens têm quatro grandes desafios para fazer a transição do mundo da educação para o mundo do trabalho. "Eles terão

de construir a própria identidade e seu projeto de vida, aprender as formas de convívio e de participação social, lidar com as exigências do mercado de trabalho e ter resiliência, principalmente os menos favorecidos, para aprender no ambiente escolar”, enumera a coordenadora. A escola, fundamental nesse processo, não está suprimindo essas necessidades. Ao contrário do que se constatava há alguns anos, não é mais o ingresso precoce no mercado de trabalho que tira adolescentes das salas de aula. “Estudos recentes dizem que o que tira os jovens da escola é o desinteresse”, esclarece. A experiência de Simone está pautada no Programa SuperAção Jovem, do Instituto Ayrton Senna, implementado nas redes de ensino, que prepara a juventude para ser, conviver, conhecer e produzir com sucesso na complexa sociedade do século 21. Confira a matéria completa. Sobre o SuperAção Jovem. É um programa de educação integral, voltado a adolescentes e jovens de 7ª e 8ª séries (8º e 9º anos) do Ensino Fundamental e também do Ensino Médio, em que os alunos praticam um novo modo de ver, pensar, sentir e agir em relação à juventude. Em times, eles agem concretamente para solucionar problemas de aprendizagem e convívio em sala de aula, além de idealizarem e colocarem em prática projetos de melhoria da escola e da comunidade. O Programa é trabalhado associado a disciplinas centrais do currículo escolar, como matemática e língua portuguesa, aliando o protagonismo juvenil à aprendizagem do conteúdo específico dessas disciplinas e promovendo impacto direto no desempenho escolar. Saiba mais.

19/04/2012 - iKase lança capas para celulares e Iphone com temas de Ayrton Senna: Você já pode dar ‘cara nova’ ao seu celular e Iphone 4/4s com cases inéditos, em três modelos exclusivos com **temas de Ayrton Senna**. Fabricados pela iKase, os cases são confeccionadas em acrílico, com avançada tecnologia de envernização. Além de garantir maior proteção aos aparelhos, o design diferenciado **remete aos carros e capacete do piloto brasileiro, tricampeão mundial de Fórmula 1, ídolo em todo o mundo**. O produto, que será comercializado a partir deste mês somente no Brasil, pode ser encontrado no quiosque do shopping Morumbi da **Senna Store ou no site www.sennastore.com.br**, com preços em torno de R\$ 110. Além de **prestar uma homenagem a um dos maiores pilotos de todos os tempos**, quem adquire os cases também contribui para que crianças e jovens recebam educação pública de qualidade. 100% dos royalties do licenciamento da **marca Ayrton Senna** são direcionados aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que beneficiam anualmente cerca de 2 milhões de alunos em todo o Brasil. Sobre a iKase. A EXPERT MULTI BUSINESS é uma holding que incorpora empresas de produtos e serviços nacionais e internacionais, voltados tanto para indústrias quanto para o varejo, presente no mercado há mais de 12 anos. Em 2011 nasceu a iKase empresa atacadista de comercialização de produtos e acessórios eletrônicos. Nesse caso a empresa verticalizou ainda mais seu processo, licenciando marcas, importando produtos e trabalhando a distribuição destes produtos no varejo. Um dos seus principais projetos foi exatamente a parceria junto ao Instituto Ayrton Senna para desenvolvimento das Capas para iPhone 4/4s.

19/04/2012 - Instituto Ayrton Senna lança comunidade de marcas no Orkut: A parceria do Instituto Ayrton Senna com o Google agita mais uma vez o mundo virtual. Está no ar a página oficial do Instituto no Orkut, o mais antigo site de relacionamento da internet. Agora, aqueles que defendem a educação, **os fãs do**

Instituto e de Ayrton Senna têm garantidos informações, debates e muitas novidades para interagir e compartilhar. A página será gerenciada pela equipe do Instituto e trará atualizações constantes, por meio de fóruns. A parceria entre as duas organizações vai completar três anos. Outras ações realizadas, e que alcançaram pleno sucesso, foram os selos **Acredito na Educação** e **Educação em 1º lugar**, dados a todos que se cadastravam no site do Instituto. Outro recorde da **parceria foi o selo Senna Tri**, que comemorou os 20 anos da **conquista do tricampeonato de Ayrton Senna na Fórmula 1**, em 2011. Em apenas 45 minutos, foram distribuídos 5.100 selos. Para conhecer e participar da página oficial do Instituto no Orkut, clique aqui. Se você não é usuário, basta criar o seu perfil no Orkut e começar a interagir com milhões de pessoas no Brasil e no mundo.

18/04/2012 - Nova parceria qualifica educação pública em Guaratinguetá (SP): A multinacional japonesa AGC, Asahi Glass Company, por meio da AGC Brasil fechou nesta quarta-feira, 18, uma parceria pelos próximos quatro anos com o Instituto Ayrton Senna, que vai beneficiar a rede pública de ensino de Guaratinguetá (SP), ajudando a reduzir o analfabetismo, a reprovação e o abandono escolar. A prefeitura municipal da cidade e o Instituto já estão analisando e identificando oportunidades para começar o trabalho. A empresa é líder mundial na produção de vidro plano e automotivo, entre outros. Ela chega ao Brasil e vai construir sua sede em Guaratinguetá para oferecer soluções em vidros à indústria da construção civil e automotiva. A AGC anunciou no ano passado um investimento de mais de R\$ 800 milhões para essa implantação. A fábrica, que já lançou sua pedra fundamental e começará a operar em 2013, será a mais sustentável do Brasil no ramo de vidros, contando com tecnologias avançadas. Além de trazer seu know how para o País, a AGC também quer contribuir ao desenvolvimento social da população local. "A AGC não é apenas sinônimo de produto inovador. Em todo o mundo, a empresa tem como um de seus pilares o desenvolvimento humano e tornou-se referência mundial nesta área por conta de iniciativas adotadas onde opera", afirma o CEO da AGC Brasil, Davide Cappellino. Na última segunda-feira, 16, o presidente mundial do Grupo AGC, Sr. Kazuhiko Ishimura, diretores e representantes da empresa fizeram uma visita ao Instituto Ayrton Senna. Além de uma reunião com a presidente Viviane Senna, puderam ver **a McLaren pilotada pelo tricampeão mundial de Fórmula 1** em 1990 e conheceram melhor o trabalho realizado pela organização. Sobre o Grupo AGC e AGC Vidros do Brasil. A AGC é um grupo global, referência em inovação e líder mundial na produção de vidro plano e automotivo, vidro para displays e para o segmento químico, entre outros. Já no Brasil, a empresa oferece soluções em vidros para a indústria da construção civil e automotiva.

17/04/2012 - Parceria Goodyear e Instituto Ayrton Senna lança campanha Acelerando pela Educação: A Goodyear, em parceria com o Instituto Ayrton Senna, lança a **campanha 'Acelerando pela Educação'**, apresentando ao mercado uma edição limitada dos **pneus Eagle Excellence AquaMax Ayrton Senna**, na medida 205/55R16. Disponível nas lojas da Grande São Paulo, o pneu traz a **assinatura do ídolo** gravada em sua lateral e terá parte da venda revertida para o Instituto Ayrton Senna, contribuindo aos seus programas educacionais. A campanha **'Acelerando pela Educação'** acontece na **comemoração de 21 anos do tricampeonato do piloto** e terá duração de 12 meses. Neste período, a Goodyear ainda promoverá junto ao Instituto uma ação de licenciamento social, contemplando diversos pneus da marca, comercializados em todo o Brasil, que

também terão parte da receita revertida aos programas educacionais. "Para a Goodyear é uma grande satisfação fazer esta parceria com o Instituto Ayrton Senna", declara Jaime Szulc, presidente da Goodyear para América Latina. "Com o **projeto 'Acelerando pela Educação'**, pretendemos contribuir com o futuro do nosso país, **engajando os consumidores a partir da identificação** com o nosso **grande ídolo da Fórmula 1**". "A Goodyear foi uma marca presente na carreira do Ayrton e hoje está ao nosso lado em várias ações. Esta ação **Acelerando pela Educação** é um exemplo de como as empresas podem contribuir com causas sociais por meio das suas ações de marketing e ainda ajuda a divulgar a causa que defendemos, que é a Educação, fortalecendo um trabalho que beneficia milhões de crianças e jovens a cada ano. Sem dúvida, Goodyear e Instituto Ayrton Senna têm tudo para chegar na frente", afirma Irineu Villanoeva Júnior, gerente de marketing do Instituto. **Senna, um dos maiores nomes do automobilismo mundial, foi campeão da Fórmula 1** nas temporadas de 1988, 1990 e 1991, no período em que a Goodyear era fornecedora oficial de pneus da principal categoria do automobilismo mundial. Eagle Excellence AquaMax. O pneu Eagle Excellence AquaMax foi escolhido para **levar a assinatura de Senna** por se tratar de um produto de **alta performance** da Goodyear. Com o diferencial da tecnologia AquaMax TM, este modelo oferece **melhor desempenho em pisos molhados, característica de destaque de Ayrton Senna, que sempre foi conhecido** por ser um **excelente piloto em condições adversas**. Os **pneus Eagle Excellence AquaMax Ayrton Senna** proporcionam desempenho 3% superior em aquaplanagem em reta, 13% superior em dirigibilidade e 9% superior no critério frenagem. Concurso Cultural nas Redes Sociais. A campanha **'Acelerando pela Educação'** contará com um concurso cultural na fanpage da Goodyear no Facebook e no Twitter. Os participantes concorrerão a **kits de produtos licenciados Ayrton Senna** e os dois grandes vencedores poderão visitar o Instituto e tirar uma **foto ao lado da MacLaren de Senna**. Para mais informações acesse www.goodyear.com.br. Goodyear no Brasil. A Goodyear do Brasil, fabricante de pneus para automóveis, vans, picapes, SUVs, caminhões, ônibus, pneus fora de estrada, para mineração e para aviação, além de materiais para recauchutagem, está presente no Brasil há mais de 90 anos e conta com três mil funcionários no país. A companhia possui operações em duas unidades industriais: a fábrica na cidade de Americana (SP) e a unidade de materiais de recauchutagem na cidade de Santa Bárbara do Oeste (SP). Além disso, a empresa conta com uma sede na capital paulista, uma rede de 100 revendedores oficiais e cerca de mil pontos de venda em todo o País. Uma das características da Goodyear é a vocação para o pioneirismo e a inovação, que resultaram na sua posição de liderança tecnológica. Para manter essa posição, a empresa investe em pesquisa e desenvolvimento, em manufatura (equipamentos, matérias-primas e moldes) e no treinamento de suas equipes e de seus revendedores.

11/04/2012 - Viviane Senna é jurada de prêmio para jovens líderes: O Estadão e a agência XYZLive desenvolveram o prêmio Jovens Lideranças para identificar quais são as personalidades que, ao trilhar uma carreira de sucesso, também estão ajudando a construir o futuro do País. Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, aceitou o convite para participar do corpo de jurados que escolherá os vencedores em dez categorias, a partir de uma lista de três indicados elaborada pelos editores do Estado. Dentre as categorias está a da Educação. As demais personalidades que comporão o júri são: o escritor Marcelo Rubens Paiva;

Wanda Engel, da ONG Roda Viva; Pedro Parente, presidente da Bunge; Henrique Meirelles, ex-presidente do BC; Laércio Cosentino, presidente da Totvs; Marco Antonio Bologna, presidente da TAM; Luiza Trajano, presidente do Magazine Luiza; e Murilo Ferreira, presidente da Vale. Confira a matéria completa

11/04/2012 - Educação e tecnologia: uma parceria de sucesso: Uma sala interativa é o foco do artigo 'Pedagogia do Parangolé', de Marco Silva, neste mês, no Portal de Educação e Tecnologia, criado pelo Instituto Ayrton Senna. Como torná-la viável e eficiente na educação? Esses e outros aspectos são discutidos pelo educador, e você não pode perder. Outro destaque do portal é a entrevista com a professora Nara Maria Pimental. Ela mostra qual a medida adequada no uso da educação à distância para a formação continuada de professores. Uma ferramenta importante no processo de capacitação que aproxima distâncias e favorece a disseminação do conhecimento. Vale também conferir o depoimento de Mariléia Augusto de Almeida, a professora que utiliza a metodologia do projeto de aprendizagem na sala de aula, alcançando ótimos resultados junto aos seus alunos, contribuindo no desenvolvimento e na inclusão digital dos jovens. Os projetos de aprendizagem viabilizam a interdisciplinaridade além de fortalecer as competências cognitivas e não cognitivas dos alunos, favorecendo uma relação mais ampla e parceira entre educadores e educandos, além de propiciar a solução de problemas na escola e na comunidade. Acesse www.educacaoetecnologia.org.br e leia estas e outras notícias.

11/04/2012 - Ídolos do esporte inspiram-se em Ayrton Senna:

Depois da declaração do ex-tenista Gustavo Kuerten, dois grandes ícones da geração contemporânea do esporte brasileiro também revelam sua **admiração por Ayrton Senna**. Murilo Endres, gaúcho de Passo Fundo, camisa 8 da seleção brasileira de vôlei, tem **pelo piloto uma grande admiração** e é nela que **se inspira para avançar em sua carreira e destacar-se como um dos melhores atletas da atualidade**. Daiane dos Santos revela que sua maior qualidade é a determinação e que **seu ídolo é Senna, com quem se identifica, especialmente nos momentos mais difíceis de sua trajetória**. O próximo desafio da ginasta é a medalha inédita na próxima Olimpíada, em Londres, quando aos 29 anos ela encerrará sua carreira. Confira as duas entrevistas completas. **Homenagens ao tricampeão de F1**. Ayrton Senna completaria 52 anos em 2012. Para comemorar esta **data especial**, o Instituto Ayrton Senna, em parceria com a Credicard, Mobil e Pioneer, preparou **uma grande homenagem**. Até 26 de abril, **os fãs do piloto** poderão enviar vídeos, de no máximo 30 segundos, para **prestar um tributo ao ídolo**, respondendo de forma bem criativa à pergunta: **como Ayrton Senna te inspira?** Os 10 melhores serão exibidos em uma **grande exposição em homenagem ao ídolo**. **Para homenagear Ayrton Senna, o fã** terá que gravar o vídeo e fazer o upload no YouTube. Depois, basta seguir as instruções em www.sennameinspira.com.br. A campanha ganhou o nome de **#SennaMeInspira** e o objetivo é ressaltar a importância dos **valores vivenciados por Ayrton Senna, que inspiram a vida de muitas pessoas**.

11/04/2012 - Falta de políticas de alfabetização foi tema do Congresso do Gife: O papel da gestão na escola diante das avaliações foi o tema da mesa "Ler, escrever e contar: e se a escola não dá conta de garantir este aprendizado?", realizada no 7.º Congresso Gife, evento que reuniu, em março, na cidade de São paulo, lideranças para debater novas perspectivas de ação para investidores sociais

do setor privado. Inês Kisil Miskalo, coordenadora da área de educação formal do Instituto Ayrton Senna e uma das debatedoras, afirmou que “não tivemos até hoje uma política de alfabetização de fato”. De acordo com ela, para que a gestão educacional no sistema público de ensino dê bons resultados é preciso pensar a rede de forma sistêmica, considerando o contexto social de cada unidade escolar. “Os problemas que uma escola enfrenta não são isolados. A política pública deve articular as iniciativas pontuais com ações que beneficiem a todos”, alerta e complementa: “De diagnósticos o país está bem suprido, só que muitas vezes o professor não sabe com quais resultados está alinhado”. O debate contou também com a participação de Ana Lúcia Lima, do Instituto Paulo Montenegro, e Araly Palacios, do Instituto Razão Social. Leia a matéria completa.

09/04/2012 - Senninha participa da Abrin 2012 em São Paulo: O Instituto Ayrton Senna participa nesta segunda-feira da cerimônia de abertura da **Abrin 2012**, a principal feira do setor de brinquedos na América Latina, com o **personagem Senninha**. A feira tem caráter profissional e é aberta somente a lojistas, compradores e profissionais do setor que comprovarem sua atividade por meio de CNPJ. **O personagem Senninha** será uma das atrações do evento ‘A Noite do Brinquedo’, durante a abertura da feira. Junto com outros super-heróis, ele será apresentado antes do jantar de confraternização, que reunirá cerca de 1.100 convidados. **Senninha foi idealizado por Ayrton Senna** em 1993 e lançado em 1994. Por meio de aventuras com sua turma, de um jeito alegre e divertido, **Senninha mostra à meninada a importância da motivação, da determinação, da superação, valores defendidos por Senna na vida e nas pistas. O personagem está estampado em vários produtos**, dos alimentícios e de vestuário aos brinquedos e materiais escolares, tendo o total dos royalties de seu licenciamento repassado aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Serviços: ABRINQ – 9 a 12 de abril; Horário – das 10h às 20h entre 9 e 11; Das 10h às 18h no dia 12 de abril; Local – Expo Center Norte, R. José Bernardo Pinto, 333, Vila Guilherme – SP.

05/04/2012 - No site do Senninha, diversão para a Páscoa da criançada: Que tal disputar uma corrida com o coelhinho da Páscoa em um tabuleiro eletrônico do Jogo do Coelho? Ou percorrer o circuito dos Ovos Perdidos a bordo do **carro do Senninha**, pegando ovos de chocolate espalhados na pista? Mas, cuidado com os obstáculos... senão é capaz de você voltar a pé para casa! Outra diversão é conferir as tirinhas de HQ do menino mais alegre e veloz do Planeta. Tem historinhas engraçadas, inclusive com um coelhinho muito esperto. Vale conferir e se divertir com estes e outros passatempos bem bacanas do **Senninha e sua turma em www.senninha.com.br**. **Sobre o Senninha. Senninha foi idealizado por Ayrton Senna** em 1993 e lançado em 1994. Por meio de aventuras com sua turma, de um jeito alegre e divertido, **Senninha mostra à meninada a importância da motivação, da determinação, da superação, valores defendidos por Senna na vida e nas pistas. O personagem está estampado em vários produtos**, dos alimentícios e de vestuário aos brinquedos e materiais escolares, tendo o total dos royalties de seu licenciamento repassado aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna.

04/04/2012 - Viviane Senna conversa com jovens empreendedores: Quatro jovens participaram na última terça-feira de uma videoconferência com Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, para compartilhar ações que

estão desenvolvendo junto à população menos favorecida em várias regiões do Brasil. Os atos dos estudantes estão ligados à melhoria da qualidade da educação das escolas públicas do País. Viviane, que é patrona do Prêmio Jovens Inspiradores, realizado pela parceria entre o site da VEJA e a Fundação Estudar, conversou com Caio Braz, criador do Backpackers, Marcel Fukayama, da CDI Lan, e Thiago Feijão, do QMágico. O Prêmio vai selecionar e premiar estudantes ou recém-formados com espírito de liderança e compromisso permanente com a busca da excelência. Para a presidente do Instituto Ayrton Senna, a iniciativa é importante porque as questões públicas não são só tarefa do poder público, mas de todos nós. “Esse esforço comum é o que eu chamo de ética da corresponsabilidade”, afirma. Confira a matéria completa e o vídeo da conversa entre os jovens e Viviane.

02/04/2012 - ‘Você não desenvolve um País sem educação’, diz Viviane na Rede TV!: A presidente do Instituto Ayrton Senna, Viviane Senna, foi a convidada desse domingo do programa *É Notícia*, da Rede TV!, apresentado pelo jornalista Kennedy Alencar (assista aos vídeos abaixo). Durante cerca de uma hora de entrevista, ela destacou a educação como fator essencial para que o Brasil seja um País desenvolvido. “Você não desenvolve um País sem educação. Até cresce economicamente, mas logo chega no teto. Porque você não tem sustentação. Não tem infraestrutura para dar conta desse crescimento”, declarou. Viviane detalhou o trabalho do Instituto e explicou que o foco está na formação de professores para melhorar a qualidade do ensino público no Brasil. “Não atendemos crianças diretamente, formamos as pessoas que as atendem. Para que elas façam isso da maneira mais eficiente.”. Segundo ela, é importante que se estabeleçam metas para que resultados positivos sejam alcançados. “O ensino deveria estar centrado na aprendizagem da criança. Não adianta ter mais salário, mais escolas, mais tempo de aula, se tudo isso não for gerido de uma maneira eficiente.”. Viviane ainda destacou a importância do Instituto na área da produção de conhecimento. “A gente pesquisa, desenvolve e produz conhecimento. Formamos professores com este conhecimento, e depois trabalhamos em larga escala. Tanto que somos a única ONG no mundo a integrar a rede de Cátedras UNESCO. Uma honraria que normalmente só é concedida às universidades.”. Mulher. Perguntada por Kennedy Alencar sobre o papel da mulher na sociedade atual, Viviane falou que discursos feministas não levam a nada. “O fato de ser mulher não tem nenhuma implicação positiva ou negativa. O importante é que o foco esteja sempre no resultado.”. Ela revelou que já teve convites para ser ministra, mas não pensa em assumir um cargo no governo. “Você pode se comprometer com questões públicas sem estar no governo. Posso ajudar muito mais o País a partir de onde eu estou.”. Na entrevista, Viviane também falou sobre a família: relembrou a importância dos valores passados pelos pais na **carreira vitoriosa** do irmão Ayrton Senna, e comentou a trajetória do filho Bruno Senna até chegar à Fórmula 1. VÍDEOS: [PARTE 1](#); [PARTE 2](#); [PARTE 3](#).

29/03/2012 - Mídia destaca lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas Escolas Públicas Brasileiras’: O lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas Escolas Públicas Brasileiras’, nesta quarta-feira no Hotel Sheraton, em São Paulo, durante o 7.º Congresso do Gife (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), repercutiu em vários veículos de comunicação da mídia brasileira. O IG destacou uma das principais constatações do estudo. Em reportagem, o portal afirmou que, apesar de o Brasil contar com professores formados e motivados, a educação física não inova. “O Brasil ainda não aprendeu a transformar insumos em resultados”,

afirmou Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, que, em parceria com o Instituto Votorantim e os Atletas pela Educação, encomendou a pesquisa ao Ibope. O site também deu espaço para a declaração de Tatiana Filgueiras, gerente de Avaliação e Desenvolvimento do Instituto Ayrton Senna. “O esporte é uma via poderosíssima para desenvolver competências na escola e na vida profissional. E a educação física tem acontecido à margem de um projeto pedagógico.” O Terra abordou as declarações de Ana Moser, diretora dos Atletas pela Cidadania. Ela disse que estabelecer culturalmente a prática de atividade física no País representaria tornar mais saudáveis os espaços físicos e um incremento no esporte de alto nível. “Haveria mais competições. Nas em escolas, bairros, cidades, estados. Teria mais gente praticando atividade física em todos os níveis. E fatalmente teríamos melhores atletas de alto nível, melhores equipes olímpicas.” Já o UOL alertou para um dado importante da pesquisa – 30% das escolas públicas do Brasil não possuem espaço para educação física. E ressaltou uma frase de Viviane Senna sobre um dos objetivos do estudo. “A pesquisa é uma fotografia que a gente precisava ter de como estão as escolas públicas no Brasil. Nós sempre cobramos muito investimento, mais insumo, mas podemos também trabalhar melhor a metodologia dos professores.” A VEJA, por sua vez, se ateu ao fato de que, na Educação Física, a região Nordeste também está atrás da média nacional. “Apesar de o cenário ser otimista em algumas regiões do Brasil, ainda é alarmante a disparidade constatada”, disse Ana Lúcia Lima, diretora executiva do Instituto Paulo Montenegro/Ibope. A Record News falou sobre a ausência de quadras em 30% das escolas, mas ressaltou a boa formação da maior parte dos professores. O site da prefeitura de São Paulo destacou a presença do prefeito Gilberto Kassab no evento. E o site Máquina da Notícia falou sobre os aspectos positivos levantados pela pesquisa. “Eu vejo a pesquisa de uma maneira otimista. A infraestrutura das escolas impressionou positivamente”, declarou Rosi Rosendo, do Ibope. Outros grandes nomes do esporte participaram do lançamento do estudo - Magic Paula, Hortência, Lars Grael e Raí.

28/03/2012 - Falta de foco na Educação Física faz Brasil desperdiçar bons professores e alunos: “A despeito de nós termos professores formados e de nível superior, metade deles com especialização ou pós-graduação, e motivados, não conseguimos transformar tudo isso em resultados para as crianças e para o País”, afirmou Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, durante o lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas Escolas Públicas Brasileiras’, nesta quarta-feira em São Paulo. A pesquisa do Ibope, encomendada pelo Instituto Ayrton Senna em parceria com os Atletas pela Cidadania e Instituto Votorantim aponta que, apesar de o Brasil contar com professores qualificados (47% tem pós-graduação ou mestrado) e motivados (apenas 2% se declararam insatisfeitos), a aplicação da Educação Física nas escolas públicas não é feita de maneira adequada. O prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, apontou a gestão escolar como fator essencial para a melhoria da qualidade da Educação Física nas escolas. “A pesquisa nos aponta caminhos para aperfeiçoar a gestão do ensino público. Ela mostra o que devemos fazer para aperfeiçoar as políticas públicas voltadas para a atividade do lazer e do esporte.” O estudo inédito, cujo objetivo é oferecer subsídios para a iniciativa privada, ONGs e poder público desenvolverem políticas para melhoria da qualidade da Educação Física, também apontou que 70% das escolas públicas do País possuem espaço físico adequado para as aulas de educação física. No entanto, a disciplina não recebe a devida atenção da maior parte das Secretarias de Educação.

“Um dos pontos que mais chamam atenção é que, além da carência de políticas educacionais para essa área – quase metade dos docentes entrevistados aponta falta de apoio pedagógico das Secretarias de Educação –, a performance física dos alunos ainda é o critério determinante e excludente na hora da avaliação”, destacou Daniela Castro, diretora executiva da organização Atletas pela Cidadania. Além disso, a formação dada pelas universidades também não é a ideal. “A gente não prepara os professores brasileiros para que eles saibam exatamente o que fazer com as crianças, em termos de perfil a ser desenvolvido. A pesquisa mostra uma multiplicidade de objetivos, que com certeza leva esse professor a não ter foco no que desenvolver”, disse Viviane. O evento também contou com a presença de grandes nomes do esporte brasileiro, como Ana Moser, Magic Paula, Hortência, Lars Grael e Raí. “O esporte precisa estar mais próximo das pessoas, não apenas na televisão. Isso traria um impacto positivo não só para os jovens, como para as suas famílias. E fatalmente formaríamos mais atletas de alto nível no Brasil”, declarou a ex-jogadora de vôlei Ana Moser, diretora dos Atletas pela Cidadania. O ex-veleizador Lars Grael criticou a maneira como estão sendo feitos os investimentos no esporte brasileiro. “Você vê muito dinheiro sendo gasto na construção de estádios, mas não há recursos para mandar atletas para Olimpíadas escolares. Precisamos democratizar o esporte no Brasil.”. Entre os participantes do evento, foi consensual a ideia de que o Brasil precisa aproveitar este momento em que o esporte é o foco principal do País, que nos próximos anos vai receber a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos do Rio em 2016. “Precisamos aproveitar este momento para realizar um grande debate. O interesse pelo esporte serve para muita coisa. E faz os nossos jovens se tornarem cidadãos melhores”, apontou Ana Moser. Tatiana Filgueiras, gerente de Avaliação e Desenvolvimento do Instituto Ayrton Senna, também ressaltou a importância da valorização da educação física. “Os professores concordam que ela tem o potencial de influenciar positivamente o desempenho dos alunos nas demais disciplinas escolares. Assim, este jovem terá mais chance de ter sucesso na escola e na vida.” A pesquisa ‘Educação Física nas escolas públicas do Brasil’, apresentada pela diretora do Ibope, Ana Lima, analisa a situação das escolas públicas, nos ensinos Fundamental e Médio, com destaque a quatro pilares: Infraestrutura e Realidade Escolar, Perfil do Professor, Prática de Ensino do Professor e Interface com Políticas Públicas. A pesquisa opinativa foi respondida por diretores e professores de Educação Física de 458 escolas de todo o Brasil, entre 20 de outubro e 24 de novembro do ano passado. Para os Atletas pela Cidadania, o Instituto Ayrton Senna e o Instituto Votorantim, a oferta de melhores condições para a prática esportiva entre a população, junto com um aprimoramento da Educação Física como disciplina escolar bem planejada e integrada, são alguns dos maiores legados que a Copa do Mundo e as Olimpíadas podem proporcionar ao País. VÍDEOS DO EVENTO: Viviane Senna; Gilberto Kassab; Ana Moser; Magic Paula; Lars Grael; Hortência; Raí. NA MÍDIA: [IG](#) ; [UOL](#); [VEJA](#); [TERRA](#); [Record News](#)

27/03/2012 - Gestão Nota 10 chega a Valparaíso, interior de SP: A prefeitura da cidade de Valparaíso (SP) fechou parceria com o Instituto Ayrton Senna para implementar o programa Gestão Nota 10 na rede municipal. O objetivo é garantir aos gestores e equipes de secretaria formação e subsídios para que tenham uma visão mais ampla e completa do sistema de ensino. “O Gestão Nota 10 é uma importante ferramenta que oferece mais transparência na educação, além de oferecer capacitação aos gestores escolares para analisar os dados, levantar as causas de sucesso ou de fracasso de cada unidade escolar e elaborar propostas de

intervenção”, ressaltou o Prefeito Marcos Higuchi. Em 2012, a parceria vai beneficiar 1.362 alunos do município. Confira matéria completa. Sobre o Programa Gestão Nota 10. O programa oferece ferramentas gerenciais que possibilitam aos educadores realizarem diagnósticos e análises para o alcance das metas estabelecidas no início do ano letivo. As equipes da secretaria e os diretores de escola precisam dominar conhecimentos e habilidades para analisar os dados, levantar as causas de sucesso ou de fracasso de cada unidade escolar e elaborar propostas de intervenção. Saiba mais.

27/03/2012 - Lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas escolas públicas’: Atletas pela Cidadania, Instituto Ayrton Senna e Instituto Votorantim convidam a imprensa para o lançamento da pesquisa ‘Educação Física nas escolas públicas brasileiras’. Trata-se de um amplo diagnóstico nacional que tem como objetivo identificar oportunidades para fazer da Educação Física um elemento mais efetivo de desenvolvimento das crianças e jovens, junto com as demais disciplinas, e promover melhorias no âmbito da prática esportiva escolar. O estudo foi realizado pelo Ibope, que entrevistou professores e diretores de escolas, e está dividido em quatro pilares – Infraestrutura e Realidade Escolar, Perfil do Professor, Prática de Ensino do Professor e Interface com Políticas Públicas. A coletiva acontecerá durante o 7.º Congresso Gife, no próximo dia 28/3, às 9 horas, no Hotel Sheraton (Av. das Nações Unidas, 12.559 / Brooklin Novo), em São Paulo. Além das três instituições que encomendaram a pesquisa, também estarão presentes os ex-atletas Raí, Ana Moser, Magic Paula e Lars Graef, entre outros. Para fazer o credenciamento, basta entrar em contato com Carolina de Arruda Botelho, da FSB Comunicações - carolina.botelho@fsb.com.br – (11) 3165-9776 / (11) 7830-7727

26/03/2012 - Estadão resalta resultados da parceria entre o Instituto e o Rio de Janeiro: Na matéria ‘Rede Municipal do Rio coloca 7 mil alunos em salas de realfabetização’, publicada no último domingo, 25, no caderno Vida do jornal O Estado de S. Paulo, a repórter Luciana Nunes Leal aborda os bons resultados da parceria do município com o Instituto Ayrton Senna para combater o analfabetismo na rede de ensino. Quando a parceria foi fechada, em 2009, o cenário era crítico: foram detectados 28 mil alunos, dentre cerca de 200 mil, do 4.º ao 6.º ano, que não sabiam ler e escrever com fluência, com dificuldade para interpretar um simples texto. Embora não alfabetizados plenamente, avançaram as séries por causa do agora extinto sistema de aprovação automática. Em 2012, 7 mil alunos participarão do programa de realfabetização. Os resultados são expressivos: em 2009, era de 13,6% a parcela de estudantes com déficit de alfabetização. Em 2011 esse índice caiu para 6,5%. “Não é apenas um problema de aprendizado das crianças. A falha não está na criança, está no processo”, afirmou à repórter a coordenadora da área de educação formal do Instituto, Inês Kisil Miskalo. Para ela, se bem aplicado, o programa de realfabetização permite que mais de 90% dos alunos participantes sejam alfabetizados em um ano letivo. Leia a matéria completa.

26/03/2012 - Viviane Senna participa do Café da Manhã da Rádio Estadão ESPN: Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, foi a convidada do Café da Manhã da Rádio Estadão ESPN nesta segunda-feira, 26 de março. Os apresentadores Haisem Abaki e Mia Bruscato receberam a empresária ao vivo nos estúdios da emissora, dentro do programa Estadão no Ar 1ª Edição. O encontro também foi transmitido pela TV Estadão e disponibilizado no portal estadao.com.br.

Durante uma hora de conversa, Viviane Senna falou sobre o Instituto Ayrton Senna e de quando tudo começou, há quase 18 anos: "Era eu e uma secretária. Hoje somos cerca de 80 pessoas dando suporte a 1.300 municípios. Estamos em um quinto das cidades do País", relatou. A presidente do Instituto também expôs os obstáculos da educação pública e como o Instituto atua para ajudá-los: "Somos uma espécie de laboratório e fazemos 'vacinas' para combater os problemas do ensino público", afirmou. Ela também mostrou a importância do investimento na área de educação, não só com recursos, mas com um trabalho técnico e focado em resultados a curto e médio prazos. Questionada por um ouvinte sobre de que forma esse trabalho acontece junto ao poder público, Viviane declarou que é uma parceria que "procura dar leveza ao processo, quebrando os entraves burocráticos e chegando a resultados efetivos". A Presidente do Instituto Ayrton Senna também foi perguntada se aceitaria um cargo público. "Para ajudar o País, não é necessário assumir um cargo político. Você pode ajudar fazendo o que você sabe fazer da melhor maneira possível. E a minha melhor forma de contribuir é como sociedade civil", respondeu. Sobre quando o Brasil poderá se equiparar a países com alto nível de educação, ela opinou: "Se estivéssemos fazendo a coisa certa, chegaríamos no mesmo nível de hoje dos países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) em 2022, mas, mesmo assim, com 10 anos de atraso". E afirmou que o cenário da educação não muda de um dia para outro, porque precisa de políticas públicas que não se limitem a duração de mandatos de governos. "Na década de 50, a Coreia do Sul resolveu investir primeiro na educação e depois na economia". Hoje, o país oriental é um dos mais conceituados em educação pública do planeta. No final da entrevista, Viviane também comentou sobre a pesquisa que o Instituto, em parceria com outras ONGs e o Ibope, vai lançar na próxima quarta-feira e que fala do impacto da disciplina de Educação Física na formação de meninos e meninas. Confira a entrevista completa: Parte 1; Parte 2; Parte 3; Parte 4, Assista na TV Estadão.

23/03/2012 - Viviane Senna é a convidada do Café da Manhã da Rádio Estadão ESPN: Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, é a convidada do próximo Café da Manhã da Rádio Estadão ESPN. Os apresentadores Haisem Abaki e Mia Bruscato recebem a empresária nesta segunda-feira, 26 de março, das 8h às 9h, ao vivo nos estúdios da emissora, dentro do programa Estadão no Ar 1.ª Edição. O encontro também será transmitido pela TV Estadão e disponibilizado no portal estadao.com.br. A proposta do programa é levar aos estúdios importantes nomes das mais diversas áreas para um bate-papo. Confira.

22/03/2012 - Instituto Ayrton Senna participa do 7.º Congresso GIFE: O Instituto Ayrton Senna, representado por Simone André, coordenadora da área de educação complementar e juventude, e Inês Kisil Miskalo, coordenadora da área de educação formal, participa do 7.º Congresso GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), que acontece em São Paulo de 26 a 30 de março. No painel 'As novas fronteiras do investimento social na formação de jovens', Simone vai mostrar como o Instituto vê a formação da juventude atual, tanto para o mercado de trabalho como "para vida" ou "para cidadania", mostrando que os jovens apresentam sempre novos desafios com relação à formação que desejam e necessitam. Por isso é fundamental discutir que tipo de formação adequa-se a essas demandas e de que maneira estão articuladas ao ensino formal. No painel 'Ler, escrever e contar: e se a escola não dá conta de garantir este aprendizado?', Inês mostrará como o trabalho desenvolvido

pelo Instituto em parceria com as escolas públicas pode provocar mudanças relevantes no atual panorama da educação. O 7.º Congresso GIFE, que reunirá cerca de 1000 lideranças nacionais e internacionais, traz como tema as “Novas Fronteiras do Investimento Social” para análise e discussão sobre o investimento social no Brasil. Confira a matéria completa. Acesse o site do Congresso GIFE.

21/03/2012 - Aniversário de Ayrton Senna é um dos tópicos mais comentados na internet: O aniversário de 52 anos de Ayrton Senna foi um dos assuntos mais comentados nesta quarta-feira, 21/3, na internet. O nome do **tricampeão mundial de Fórmula 1** ficou durante todo o dia nos Trending Topics do Twitter e também ganhou destaque no Facebook. **Mais de três mil pessoas curtiram e cerca de 200 comentaram post** de lançamento da campanha **#SennaMeInspira**. O site Globoesporte.com publicou a entrevista com a italiana Maria Grazia, **fã que acompanhava Senna em todas as provas em seu país e se inspira no ídolo.** “Se eu não tivesse encontrado Ayrton Senna no meu caminho, agora seria uma pessoa diferente, com menos riqueza interior.” Clique aqui para assistir ao vídeo. **O Corinthians, time de Ayrton Senna**, divulgou uma nota oficial em homenagem ao ídolo. **“Era um homem que não media esforços para ajudar o próximo. O exemplo foi deixado** e a sua irmã Viviane Senna fundou, seis meses após o falecimento do lendário corintiano, o Instituto Ayrton Senna. Anualmente, cerca de duas milhões de crianças são beneficiadas pelo projeto”, diz o texto. A atriz Fernanda Paes Leme postou nas redes sociais uma foto de quando era criança, ao lado de Ayrton Senna. **“Foto com o ídolo #AyrtonSennaParaSempre”**, escreveu. Bruno Senna, sobrinho **do tricampeão** e que atualmente compete na Fórmula 1 pela escuderia Williams, também prestou a sua homenagem no Twitter. “Feliz aniversário, Ayrton. **Você está sempre presente no coração de todos nós.**” O ex-jogador de futebol Ronaldo falou sobre a data especial no microblog. “Hoje seria aniversário de **um mito do esporte brasileiro**”, declarou o Fenômeno. Bruno Rezende, levantador da seleção brasileira de vôlei, filho de Bernardinho, registrou no Twitter a sua mensagem. “Hoje é aniversário de um dos **meus maiores ídolos!!** Ayrton Senna 52 anos **#ayrtonsennaprasempre**”. Os pilotos Tony Kanaan e Antônio Pizzonia também destacaram a data especial em seus perfis nas redes sociais. Campanha. **Para celebrar** o aniversário do **tricampeão mundial de Fórmula 1**, o Instituto Ayrton Senna realiza a partir desta quarta a campanha **#SennaMeInspira**. Quem quiser participar, poderá gravar um vídeo, de no máximo 30 segundos, respondendo à pergunta: **como Ayrton Senna inspira você?** Depois, basta fazer o upload do vídeo no YouTube e seguir as instruções em www.sennameinspira.com.br. Os 10 melhores serão exibidos em uma exposição que, a partir de maio, passará por São Paulo, Rio e Curitiba. NA MÍDIA: UOL; TERRA; ESPN; FOLHA.

20/03/2012 - Fãs de Ayrton Senna podem enviar vídeos para homenagear o ídolo: Ayrton Senna completaria 52 anos em 21 de março. **Para comemorar esta data especial**, o Instituto Ayrton Senna, em parceria com a Credicard, Mobil e Pioneer, prepara **uma grande homenagem**. A partir desta quarta-feira, até 1.º de maio, **os fãs do tricampeão mundial de Fórmula 1** poderão enviar vídeos, de no máximo 30 segundos, para **prestar um tributo ao ídolo**, respondendo de forma bem criativa à pergunta: **como Ayrton Senna te inspira?** Os 10 melhores serão exibidos em uma grande exposição em homenagem ao ídolo. **Para homenagear Ayrton Senna, o fã** terá que gravar o vídeo e fazer o upload no YouTube. Depois,

basta colar o link no espaço determinado em www.sennameinspira.com.br. O site estará disponível a partir de quarta, dia 21. Essa nova campanha do Instituto ganhou o nome de **#SennaMeInspira**. O objetivo é ressaltar a **importância do legado de Ayrton Senna. Ele era exigente, determinado e não aceitava que as coisas fossem feitas de qualquer jeito. Estes valores deixados pelo tricampeão de Fórmula 1 inspiram a vida de muitas pessoas.** Leilão. O Instituto Ayrton Senna também realiza, até 13 de abril, um leilão de peças doadas por pilotos no ano passado. 100% da verba arrecadada será destinada aos programas educacionais da organização. Quem quiser arrematar os capacetes de Bruno Senna, Felipe Massa e Átila Abreu, além do macacão de Fernando Alonso, pode acessar o **site** www.sennastore.com.br/leilao. O leilão, iniciado em 13 de março, já recebeu vários lances.

19/03/2012 - Artigo destaca Programa Educação pelo Esporte do Instituto Ayrton Senna: Em seu artigo, publicado no último dia 16, Janguê Diniz, Mestre e Doutor em Direito, tece uma defesa em favor da educação por meio do esporte. Segundo ele, "a prática de esportes não é apenas um símbolo de cuidado com a saúde. Os esportes tem sido, cada vez mais, uma ferramenta de integração e inclusão social (...) Nesse contexto, vale ressaltar que o esporte, aliado à educação, é uma poderosa ferramenta da proteção social e resgate de crianças e jovens em situação de risco (...). Um grande exemplo desse tipo de ação social é o Instituto Ayrton Senna (IAS), que através do Programa Educação pelo Esporte já atendeu mais de 80 mil crianças e jovens de baixa renda no Brasil". Confira o artigo completo **Sobre o Educação pelo Esporte**. Desenvolvido em parceria com universidades desde 1995, o Programa aposta na abordagem interdisciplinar, tendo como eixo condutor práticas esportivas aliadas a atividades artísticas, pedagógicas e de qualidade de vida. As atividades trabalham a consciência corporal, desenvolvem competências e fortalecem a autoestima, melhorando o rendimento escolar. O Programa estimula a convivência com o outro, o trabalho em equipe, a cooperação, a resolução de conflitos e a cultura da paz. Saiba mais

16/03/2012 - Programas do Instituto no Recife mudam a gestão da educação: Até dia 16, 125 professores e 25 supervisores da Rede Municipal de Ensino do Recife, que trabalham nos Programas de Correção de Fluxo Acelera Brasil e Se Liga, do Instituto Ayrton Senna, participaram da primeira qualificação de 2012. A parceria do Instituto com a Secretaria Municipal da Educação vai completar três anos e já atendeu mais de 3 mil alunos. "A cada ano, o Instituto Ayrton Senna inova no material e acompanha o desempenho dos projetos. O material é sempre adequado para a utilização na Rede e com sugestões feitas pelos professores", ressalta a gerente de 1º e 2º Ciclos da SEEL, Mariza Augusta. Para Sandra Ferreira, supervisora do Programa Se Liga na Escola Municipal Dois Rios, no Ibura, "a maior dificuldade que nós enfrentamos é a baixa autoestima que apresentam os nossos alunos ao chegar em sala de aula. Quando o professor aplica o acolhimento, o aconchego, isso vai mudando. É então que o educador começa o resgate da cidadania desses estudantes". Confira a matéria completa. **Sobre o Se Liga**. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. **Sobre o Acelera Brasil**. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que

combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais

13/03/2012 - Sorria destaca novidades e alunos beneficiados pelos programas do Instituto: A Revista Sorria, parceira do Instituto Ayrton Senna, destacou em sua última edição (fevereiro/março) assuntos importantes diretamente ligados ao trabalho da organização. Vendida por R\$ 2,95 nas farmácias Droga Raia, a publicação editada pela Editora MOL destina 100% da verba arrecadada com as vendas para a organização e ao Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (Graac). Na seção Conversar, foi revelada a principal novidade. A partir de 2012, os recursos da Sorria destinados ao Instituto não serão investidos apenas no programa SuperAção Jovem, e sim em todo o trabalho realizado pela organização para melhorar a qualidade da educação pública do Brasil. “Neste ano, nossa meta é fazer mais de 2 milhões de atendimentos, em mais de 1.300 municípios”, afirmou Heloísa Oliveira, gerente de investimentos sociais do Instituto Ayrton Senna. Na seção Ajudar, Tatiana Mendes da Silva, 14 anos, participante do programa SuperAção Jovem, deu seu depoimento. Ela faz 15 anos de março, mês em que a Sorria completa quatro anos de existência. “Vou ficar mais independente”, disse a menina, que aprendeu a gostar de ler no ano passado e é amante do cinema. Na seção Educar, o aluno Jaciel do Carmo Silva ganhou destaque. Aos 13 anos, ele mal conseguia ler e acumulava reprovações. Até que, em 2011, ingressou na escola da professora Creciana Abreu, em Castelo do Piauí (PI), que conta com programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Creciana incentivou o garoto a aprender. Ela o deixava jogar futebol, mas, depois da partida, tinha que escrever um texto narrando o jogo, ou fazer contas com o número de gols, de jogadores, calcular os ângulos. O estudante avançou três anos em um e já está no 7.º ano, aos 14 anos. Lê com fluência, produz textos completos e aprendeu as regras gramaticais. Sobre a parceria. A Revista Sorria é parceira do Instituto Ayrton Senna desde o início de 2011. Todo o valor arrecadado com a venda da publicação nas farmácias Droga Raia é destinado ao Instituto Ayrton Senna e ao Graac. Sobre o SuperAção Jovem. Como os demais Programas do Instituto, a base do SuperAção Jovem é a Educação Para o Desenvolvimento Humano, ou seja, a transformação de potenciais em competências pessoais, relacionais, cognitivas e produtivas. O programa leva às escolas uma nova maneira de educar, em que educadores e adolescentes criam juntos oportunidades de os jovens alcançarem sucesso nos estudos e ajudarem a resolver os problemas da escola, da comunidade e de seu próprio aprendizado. Saiba mais.

12/03/2012 - Ovo de Páscoa Senninha traz minicarro de F1 e beneficia Instituto Ayrton Senna: Com miniaturas de carros de Fórmula 1, os ovos de Páscoa Senninha (160 g) prometem divertir a garotada nesta temporada. Além dos brindes superdivertidos, a Top Cau – empresa voltada para o desenvolvimento, fabricação e comercialização de produtos de chocolates como tabletes, bombons, mini ovos com brindes e ovos de Páscoa, evidencia a importância de suas ações sócio responsáveis e reverte todos os royalties das vendas dos **ovos de Páscoa**

Senninha para o Instituto Ayrton Senna. Os ovos serão vendidos em dois tamanhos, 80g e 160g. A parceria, que já existe há mais de dez anos, colabora com os programas educacionais do Instituto que ajudam a reduzir o analfabetismo, a reprovação e o abandono escolar nas escolas públicas de mais de 1.300 municípios do Brasil. “O consumidor ganha em qualidade, sabor e diversão, mas as crianças e jovens atendidos pelo Instituto ganham muito mais”, comenta a gerente de Marketing, Alais Fonseca. **Sobre o Senninha. Senninha foi idealizado por Ayrton Senna** em 1993 e lançado em 1994. Por meio de aventuras com sua turma, de um jeito alegre e divertido, **Senninha mostra à meninada a importância da motivação, da determinação, da superação, valores defendidos por Senna na vida e nas pistas. O personagem está estampado em vários produtos**, dos alimentícios e de vestuário aos brinquedos e materiais escolares, tendo o total dos royalties de seu licenciamento repassado aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. **Para saber mais sobre Senninha acesse** www.senninha.com.br

Sobre a Top Cau. Fundada em 1994, a Top Cau é uma empresa voltada para o desenvolvimento, produção e a comercialização de produtos de chocolate como tabletes, bombons, mini ovos com brindes e ovos de Páscoa. Desde o ano 2000, a empresa passou a investir em licenciamento de personagens e marcas populares entre o público infanto-juvenil e, também, na produção de ovos exclusivos para as redes varejistas, o que deu maior visibilidade à empresa junto ao mercado e ao público em geral. Em 2011 a empresa recebeu a certificação ISO 22000, a primeira norma internacional direcionada a sistemas de gestão de segurança dos alimentos que assegura controles de riscos em toda a cadeia produtiva e reforça ainda mais a qualidade dos produtos Top Cau.

12/03/2012 - Parceria Instituto Ayrton Senna e Reed Exhibitions Alcantara Machado agita Salão do Automóvel: No último dia 6, no hotel Unique, em São Paulo, Juan Pablo De Vera, presidente da Reed Exhibitions Alcantara Machado, anunciou o lançamento oficial do Salão do Automóvel 2012, o evento que mais movimentou o turismo de negócios na capital paulista. “Vamos ter novidades espetaculares”, afirmou Juan. Por três edições consecutivas, o Instituto Ayrton Senna marcou presença na Feira, graças a parceria entre a organização e a Reed Exhibitions Alcantara Machado. A cada Salão, as inovações no estande do Instituto surpreendem os milhares de visitantes. Em 2010, **os carros pilotados por Senna** puderam ser vistos e fotografados, assim como **alguns objetos emblemáticos usados pelo tricampeão de F1**. Para o evento em outubro, mais surpresas na parceria com o Instituto. “Esta é a quarta vez que somos parceiros sociais do Salão Internacional do Automóvel de São Paulo e nessa parceria para 2012 vamos inovar, mexer com as pessoas, trabalhar ideias. Falou de carro, falou de Ayrton Senna. Estamos planejando uma participação surpreendente nesta edição, aguardem!”, comenta Irineu Villanoeva Junior, gerente de marketing do Instituto Ayrton Senna, presente no evento de lançamento. A parceria social entre as duas organizações viabiliza o fortalecimento da imagem e da **marca Ayrton Senna** e ajuda a divulgar **uma das maiores vitórias do piloto:** o Instituto Ayrton Senna, que atua em todo o País para garantir que, a cada ano, 2 milhões de crianças e jovens recebam educação de qualidade e possam ser campeões na escola e na vida. Veja a matéria completa.

12/03/2012 - Programas do Instituto qualificam educação gaúcha: Encontro realizado na última terça-feira, no município de Bagé (RS), reuniu

supervisores e diretores interessados em implementar nas suas escolas os programas de correção de fluxo do Instituto Ayrton Senna, Se Liga e Acelera Brasil. Na ocasião, a coordenadora local, Lilian Teixeira da Silveira, entregou os testes que serão aplicados nos alunos ainda no mês de março para avaliar em que nível está o aprendizado e quantas crianças terão de frequentar os programas. "Esses programas estão nos ajudando a lidar com essa situação, melhorando a aprendizagem dos nossos alunos", comenta Lilian. Confira a matéria completa. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

12/03/2012 - Ayrton Senna é inspiração para famosos: O tricampeão mundial de Fórmula 1 continua sendo fonte de inspiração para muita gente. Determinação, motivação, superação, valores que ele defendia na vida e nas pistas, servem de "combustível" para a trajetória de pessoas comuns e, também, de ícones de todas as áreas. Exemplo disso foi a declaração que o tricampeão de Roland Garros e tenista brasileiro, Gustavo Kuerten, fez no seu discurso emocionado quando foi indicado, no início deste mês, ao Hall da Fama, a galeria dos grandes do tênis: "**Ayrton Senna foi um mito em quem me inspirei no começo da carreira**", afirmou. Outro famoso, e ídolo do público juvenil, o ator Zac Efron, que esteve em São Paulo no final de fevereiro, não esconde sua preferência. Questionado pelo repórter da revista 'Quem Acontece' se **admirava algum brasileiro famoso**, o astro da série High School respondeu entusiasmado: "Ah, Ayrton Senna. **Eu vi o documentário dele. Senna é o meu herói!**". Confira a matéria completa sobre Guga.

12/03/2012 - Viviane Senna destaca trabalho do Instituto e legado de Ayrton na TV Globo: A presidente do Instituto Ayrton Senna, Viviane Senna, foi destaque de matéria veiculada neste domingo no Esporte Espetacular, da TV Globo. Em entrevista a Glenda Kozlowski, ela falou sobre o trabalho da organização, **o legado de Ayrton Senna** e o futuro do filho Bruno Senna na Fórmula 1. Viviane ressaltou que o Instituto acredita no desenvolvimento do potencial das pessoas. Por isso, trabalha há 17 anos para capacitar professores e auxiliar o aprendizado de jovens e crianças em idade escolar. Mais de 13 milhões de estudantes já foram beneficiados pelo trabalho da organização. "**O Ayrton investia para ter resultados. Ficava horas reunido com os engenheiros, estudava as pistas, o carro, treinava... Tudo isso para ser o melhor, não para ser mais ou menos. Ter sucesso na vida, infelizmente, é exceção neste país. É preciso mudar a regra, virar este jogo**", declarou. Ela lembrou o **início de Ayrton Senna no automobilismo**. Contou que o pai, Milton, construiu o primeiro kart. "Ele fabricou um

brinquedo para o filho se divertir, mas não imaginava que, por estas coisas que ninguém explica, **aquele menino tinha uma excelência na questão de tempo e espaço**. Sem contar que ele **desmontava e montava aquele kart** milhões de vezes. **Ayrton era muito focado, persistente**, foi para a Europa e **conquistou o título na Fórmula Ford**. Meus pais falaram, 'ótimo, já ganhou, já se realizou', e ele voltou para o Brasil para cuidar dos negócios da família. Nunca se revoltou, mas perdeu o brilho, ficou feito uma lâmpada apagada. Tanto que, logo depois, percebemos que era melhor ele seguir aquele caminho e deu no que deu", afirmou. Viviane também comentou sobre a presença de Bruno Senna na Fórmula 1. "Nunca imaginei que o Bruno quisesse ser piloto. Para mim, era mais uma brincadeira, uma coisa de criança, adolescente. Ele foi muito respeitoso em esperar até os 18 anos para falar isso, mas eu tomei um susto, fiquei paralisada. Passou todo o filme na cabeça... Enrolei o Bruno durante quase três anos, até que um dia, sozinha num quarto de hotel durante uma viagem de negócios, uma voz me disse: 'você está atrapalhando o seu filho'. Logo eu, que trabalho para que as pessoas sejam elas mesmas, que sei que é uma crueldade não deixar que elas desenvolvam sua própria natureza. Não tinha o direito de fazer isso com meu próprio filho. A partir dali, demos todo apoio para ele." Assista ao vídeo e leia o relato completo da entrevista.

08/03/2012 - Instituto Ayrton Senna ajuda municípios maranhenses a qualificar a educação: "A partir da aplicação dos programas Se Liga e Acelera Brasil, vamos não apenas corrigir o fluxo escolar, como também parar de gerar distorções de ensino nas escolas", afirmou Rita Paulon, do Instituto Ayrton Senna, durante o Encontro de Apresentação dos Programas de Correção de Fluxo, dias 5 e 6 de março, em São Luís (MA). No encontro, Rita apresentou os programas Se Liga e Acelera Brasil, do Instituto, aos gestores de 18 municípios e técnicos de 17 Unidades Regionais de Educação (UREs), para que conheçam o passo a passo dos programas, desde a aplicação do questionário de diagnóstico, para conhecimento da demanda em cada cidade, até a capacitação dos professores e utilização da metodologia dos programas em salas de aula próprias, com no máximo 25 alunos. "Temos no Maranhão 60 mil alunos com distorções entre a idade e a série, ou entre idade e aprendizado. Com a utilização desses programas, precisamos assegurar os resultados que esses alunos precisam e corrigir essas distorções", afirmou o secretário de Estado de Educação, João Bernardo Bringel. As redes municipais que aderirem aos programas vão começar a implementá-los já em 2 de abril deste ano. A implementação é uma realização da parceria entre a Secretaria de Estado de Educação (Seduc), Instituto Ayrton Senna, Renosa e Instituto Coca Cola e faz parte da municipalização do ensino fundamental, ajudando as cidades a corrigirem falhas de seu sistema para qualificar o ensino. Confira a matéria completa. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a

material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

05/03/2012 - Na IstoÉ, Instituto Ayrton Senna define como tímidas as metas para a educação: A revista IstoÉ publicou matéria especial na edição do último fim de semana para mostrar como alunos de baixa renda conseguiram vencer obstáculos e cursar universidades de ponta nas carreiras mais concorridas, até mesmo no exterior. Em 'A fórmula para chegar lá', Inês Kisil Miskalo, coordenadora da área de educação formal do Instituto Ayrton Senna, afirma que as metas para educação brasileira são muito tímidas e demonstram que, assim como a sociedade em geral, os educadores também não apostam no potencial dos nossos estudantes. Ela também reforça a necessidade urgente de fortalecer as escolas públicas com ensino de qualidade, evitando que alunos de baixa renda tenham de recorrer às faculdades particulares, perdendo o direito de cursar a universidade pública para conquistar a graduação. A matéria conta várias histórias de jovens que agarraram as oportunidades que tiveram e deram duro para se destacarem nos estudos e na vida, munidos de muita motivação, dedicação e talento. Confira a reportagem completa.

28/02/2012 - Parceria com o Instituto combate distorção idade-série de alunos no Piauí: A parceria do Instituto Ayrton Senna com a rede municipal de Teresina está a todo vapor. As aulas nem bem começaram e, paralelamente a elas, as coordenadoras dos programas Se Liga e Acelera Brasil, do Instituto, começaram a aplicar o teste diagnóstico de alfabetização, com o objetivo de verificar nas turmas regulares de ensino fundamental os alunos com distorção idade-série. Estudantes do 1.º ao 5.º ano serão direcionados para um dos dois programas. A coordenadora do programa Se Liga na Secretaria Municipal de Educação (Semec), Naira Rodrigues, conta que a Rede Municipal utiliza essa metodologia desde 2001 e os resultados são impressionantes. Em 2000, ano anterior ao início da parceria, a taxa de distorção idade-série no ensino fundamental era de 46,7%. Em 2010, esse índice caiu para 15,6%. Segundo a coordenadora, os métodos aplicados para a correção de fluxo são bastante eficazes. "Oferecemos um conjunto de habilidades importantes para o sucesso na escola e na vida, acreditando na capacidade de cada aluno." Os bons resultados podem ser observados pela evolução do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) do município: de 4,2 em 2005 para 5,2 em 2009, levando em conta os anos iniciais do ensino fundamental (1.º ao 5.º). Confira a matéria completa. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

24/02/2012 - Viviane comemora prêmios do documentário SENNA: Após o sucesso em vários países, o **documentário SENNA** conquistou dois prêmios no tradicional festival do cinema inglês, o Bafta (British Academy of Film and Television). A presidente do Instituto Ayrton Senna e irmã do Ayrton, Viviane Senna, comemorou a conquista e destacou que o filme **mostra para os fãs o perfil vencedor do piloto**: “Quando soube da notícia dos prêmios no Bafta, logo pensei: **mais uma grande vitória de Ayrton!** A ideia de passar ao público, especialmente **aos fãs**, sua trajetória por meio do documentário foi uma maneira concreta e bacana de **transmitir a garra, determinação e motivação que ele levava consigo dentro e fora das pistas. Valores que transformaram Ayrton Senna em um ser humano e piloto diferenciados**”, afirmou. A declaração de Viviane ganhou destaque na mídia. Veja abaixo as matérias. Bruno Senna, piloto de F1 e sobrinho de Ayrton, parabenizou os responsáveis pela obra: “Estamos muito contentes com todo o sucesso internacional do **filme Senna**. Receber a premiação no Bafta foi um grande motivo de orgulho para a família toda. Um trabalho fantástico de toda a equipe que produziu o filme”, comentou. No Bafta, o filme levou a estatueta em duas categorias: melhor documentário e melhor edição. O produtor Manish Pandey aproveitou a conquista para agradecer à família Senna, que cedeu seu arquivo pessoal de imagens para a realização do filme. “Nós gostaríamos de agradecer à família de Ayrton Senna por nos ter **confiado o seu legado**. Quando ocorre uma tragédia com **um mito como o Senna**, muita gente aparece querendo contar essa história. É preciso coragem para apoiar pessoas assim”, afirmou Pandey. No ano passado, o filme já havia se destacado no Festival de Cinema de Los Angeles, levando o prêmio de melhor filme estrangeiro, na categoria júri popular. **SENN**A também conquistou outros prêmios importantes em 2011, como o melhor documentário no British Independent Film Awards (premiação de cinema independente britânico) e melhor documentário para o júri popular do Festival Sundance (EUA). Parte da verba arrecadada com a **venda do DVD do documentário** é destinada ao Instituto Ayrton Senna. Segundo Viviane, esse sucesso contribuiu para a realização de **outro sonho de Ayrton**: “O prêmio é uma alegria, uma honra, e junta-se **aos troféus, aos três campeonatos** e, especialmente, **ao seu legado**, que era o **desejo de ajudar crianças e jovens brasileiros** a se desenvolverem por meio de uma educação de qualidade. Esse sonho, que hoje é realidade, chama-se Instituto Ayrton Senna. A cada ano, o Instituto beneficia cerca de 2 milhões de meninos e meninas, por meio de programas educacionais que mudam a gestão da educação, capacitando professores e gestores para que toda a escola seja um ambiente que faz a educação de qualidade acontecer efetivamente”, disse Viviane. A repercussão internacional do filme acompanha o **desempenho que o tricampeão** conquistou nas pistas e o **reconhecimento do público no mundo**. Na Inglaterra, o documentário arrecadou 2.170.000 libras, o equivalente à R\$ 6.080.991. Com esses números, **SENN**A tornou-se o **sétimo documentário** de maior bilheteria de toda a história do Reino Unido, superando a marca de líderes do gênero como Buena Vista Social Club (955 mil libras), An Inconvenient Truth (935 mil libras) e Man On Wire (879 mil libras). Quem ainda não assistiu à história do mito pode conhecer a obra, disponível para venda no site da Senna Store nos formatos DVD e Blu-Ray. DESTAQUE NA MÍDIA. Caras OnLine, Contigo.com.br.

24/02/2012 - Alunos do Recife são destaque no aprendizado no Brasil: A Secretaria de Educação, Esporte e Lazer (Seel) do Recife registrou, em 2011, uma significativa diminuição no número de alunos com distorção de idade/ano de

escolaridade. O resultado positivo deve-se à ampliação no atendimento dos programas de Correção de Fluxo Escolar, composto por Se Liga e Acelera Brasil, do Instituto Ayrton Senna, que tem como objetivo reduzir o analfabetismo e o número de educandos com defasagem entre o ano que cursam e a idade. Em 2009, a rede municipal tinha 11.549 estudantes com distorção. Esse número caiu para 7.917 em 2011, quando 85,7% dos estudantes do Se Liga foram alfabetizados. Já no Acelera Brasil, 90,3% dos estudantes avançaram em relação ao ano de escolaridade, desenvolvendo com sucesso as competências para leitura e produção de textos. Para 2012, a meta da Secretaria de Educação é atender 3.166 estudantes com defasagem escolar. Esse quadro integra o cenário da educação no Recife, que desponta como uma das três cidades brasileiras que atingiu a meta de aprendizagem dos estudantes estabelecida pelo Movimento Todos Pela Educação (TPE). Confira a reportagem completa. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental que combate a repetência, responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

24/02/2012 - Maranhão terá o programa Gestão Nota 10 também no Ensino Médio: No último dia 16, uma boa notícia para a rede de ensino do Maranhão foi dada pelo secretário de educação do Estado, João Bernardo Bringel: o programa Gestão Nota 10, do Instituto Ayrton Senna, também será implementado nas escolas de Ensino Médio a partir deste ano. A ideia é repetir a cultura de gestão que o programa implantou no Ensino Fundamental para a melhoria dos índices de aprovação e de evasão nas escolas. Os resultados alcançados até agora são animadores. Em 2008, ano anterior ao do início da parceria, a taxa de abandono nas escolas estaduais era de 5%. Em 2011, esse índice caiu para 2,2%. Bringel deixou claro que o Governo do Maranhão pretende transferir aos municípios a gestão do Ensino Fundamental por meio de acordos de municipalização e, nesse sentido, vai incentivar também a implantação dos programas de correção de fluxo escolar (Se Liga e Acelera Brasil) para alunos defasados dos anos iniciais das escolas municipais. O anúncio foi feito no 1º Encontro Técnico Gerencial do Programa Gestão Nota 10, promovido pela Secretaria de Estado de Educação (Seduc), com a temática 'Educação e desenvolvimento humano no século 21'. No encontro, foram apresentados os resultados do ano letivo de 2011 e o planejamento para 2012.

Durante o encontro também aconteceu a primeira Formação Continuada (Foco) em 2012. Esta formação terá mais cinco etapas ao longo do ano que serão certificadas pelo Instituto Ayrton Senna e a Seduc. A implementação do programa Gestão Nota 10 no Maranhão é fruto da parceria entre Governo do Estado e Instituto Ayrton Senna, que contam com a parceria social do Instituto Coca Cola Brasil e Renosa. Confira a matéria completa sobre o evento. Sobre o Programa Gestão Nota 10. O

programa oferece ferramentas gerenciais que possibilitam aos educadores realizarem diagnósticos e análises para o alcance das metas estabelecidas no início do ano letivo. As equipes da secretaria e os diretores de escola precisam dominar conhecimentos e habilidades para analisar os dados, levantar as causas de sucesso ou de fracasso de cada unidade escolar e elaborar propostas de intervenção. Saiba mais.

17/02/2012 - 'Instituto Ayrton Senna leva lição de casa para escolas do Brasil', diz Maria Regina: A gerente de programas de educação formal do Instituto Ayrton Senna, Maria Regina Baroni, destacou a importância do trabalho da organização para ajudar a resolver os problemas da educação pública do Brasil. Em entrevista ao programa Nestlé com Você, da Rede TV!, ela afirmou que o Instituto leva muita “lição de casa” para as escolas do País. “Quando percebem o tamanho do trabalho, eles [diretores de escolas e secretarias de educação] normalmente se assustam um pouco. Mas nós provocamos neles essa vontade de melhorar. E o nome do Instituto é bem recebido, tem credibilidade, transparência, e nos abre portas para fazer essas parcerias terem sucesso”, disse. Maria Regina explicou como funciona o trabalho do Instituto. “Nós desenvolvemos programas para atuar junto às secretarias de educação nas propostas de solução de problemas que atingem o ensino público.” Ela falou sobre cada programa da organização e contou como funciona o processo das parcerias. “Todos esses programas do Instituto são ofertados às secretarias de educação. Diante de um diagnóstico da situação, podem estabelecer uma parceria conosco para implementá-los nas escolas públicas daquela determinada região.” Maria Regina também lembrou que todos podem contribuir com o trabalho do Instituto Ayrton Senna. “Empresas e pessoas físicas podem investir recursos. Os royalties de licenciamento das **marcas Ayrton Senna e Senninha** também sustentam nossas ações.” Instituto Ayrton Senna e Nestlé. Em 2011, a Nestlé e o Instituto Ayrton Senna uniram expertises para levar aos alunos de escolas municipais e estaduais de todo o País aprendizagem socioambiental e conscientização sobre o papel de cada um na construção do futuro, com o objetivo de sensibilizar o estudante para que ele possa incorporar ao seu cotidiano atitudes mais responsáveis e, ainda, reproduzir o aprendizado para a família e comunidade. Essa parceria resultou no Concurso Cultural Construindo um Novo Planeta, que mobilizou cerca de 500 mil alunos pelo Brasil, e também contribuiu para a realização do **Circuito Ayrton Senna de Juventude**, que no fim do ano passado reuniu 250 jovens do programa SuperAção Jovem para compartilharem suas experiências e trabalharem em oficinas para desenvolver novas ideias em São Pedro (SP).

16/02/2012 - 'A culpa foi minha', diz Schumacher sobre acidente com Senna em 1992: Em 1992, Michael Schumacher era novato na Fórmula 1. Jovem promissor, estava em seu segundo ano na principal categoria do automobilismo, e queria mostrar serviço. Ayrton Senna, já **tricampeão mundial**, era o principal alvo do alemão. A rivalidade gerou um episódio polêmico, que até hoje intriga fãs do esporte a motor. No GP da França, os dois se chocaram e saíram da corrida, e o **brasileiro** chamou o adversário para uma conversa em particular, sem a presença da imprensa. O teor do rápido bate-papo foi revelado pelo alemão em vídeo especialmente gravado para a campanha ‘Senna Tri. Uma conquista inspira a outra’, do Instituto Ayrton Senna em parceria com a JWT. A declaração de Schumacher foi destaque do blog Voando Baixo, comandado por Rafael Lopes no Globoesporte.com. O blogueiro também publicou o vídeo da época, que mostra o

acidente e, na sequência, **o brasileiro** dando uma bronca no adversário. “A culpa pelo que aconteceu ali foi minha. Como já tínhamos tido algumas discussões no início daquele ano, e eu havia reclamado não só para ele, mas também para a mídia, o principal motivo de ele ter vindo falar comigo foi para pedir que, se tivéssemos algum problema no futuro, deveríamos conversar pessoalmente, e não reclamar para a imprensa. E ele estava certo: nem tudo pertence à mídia”, disse. No vídeo, Schumacher respondeu as cinco melhores perguntas enviadas **pelos fãs do brasileiro** (veja abaixo a transcrição) por meio das redes sociais, e fez algumas outras declarações interessantes. O heptacampeão mundial de Fórmula 1 afirmou ter **aprendido muito com Senna**. “**A forma como usava o acelerador era especial, se adaptava a qualquer circunstância, era mestre nisso. Observá-lo me ajudou muito.**” SennaTri. A campanha ‘**Senna Tri. Uma conquista inspira outra**’, que também contou com a participação de Lewis Hamilton, **vai além da celebração dos três títulos conquistados por Senna** e chama a atenção para a atuação do Instituto Ayrton Senna em todo o País para ajudar a garantir educação pública de qualidade a crianças e jovens. Um trabalho que, em 17 anos, já beneficiou mais de 13 milhões de meninas e meninos. Ana Carolina - Sua **admiração por Ayrton Senna** surgiu de que forma? O que havia nele que chamava a sua atenção? **O que o tornava merecedor de tanto prestígio e admiração?** Como ele influenciou você? Schumacher: Oi Ana, a primeira vez que vi o Ayrton foi no início da década de 80, acho que foi em 1980, em Nürburgring, em uma corrida de Kart. Ele brigava pela quinta posição, ou seja, nem estava na frente. Mas **a forma como brigava pela sua posição era incrível**. Era contra um piloto alemão, Bertzen, que eu conhecia muito bem. **A forma como o Ayrton ultrapassava e manobrava era incrível e era muito bom vê-lo pilotar**. Raí Caldato - De 1991 a 1994, você e o Ayrton dividiram as pistas, correndo e treinando juntos. Existe alguma coisa que você aprendeu com ele e incorporou ao seu estilo de pilotagem? Schumacher: Oi Raí. Certamente, uma das coisas mais importantes é **observar os pilotos, principalmente os melhores, e o Ayrton, sem dúvida, era um deles. Observar seu estilo de pilotar era muito especial**, mesmo antes de eu chegar à Fórmula 1, nos velhos tempos. Porque **a forma como ele usava o acelerador era muito especial, e eu aprendi muito sobre a maneira de se adaptar a qualquer circunstância, a qualquer momento. Ayrton era mestre nisso** e, sem dúvida alguma, **observar isso me ajudou muito**. Pablo Melo - Você e Senna se chocaram no GP da França de 1992. Houve então uma conversa entre vocês e Senna não deixou os repórteres chegarem perto. Gostaria de saber o que ele falou com você e o que aquela conversa afetou na sua carreira? Schumacher: Oi Pablo. Bem, 1992, em Magny Cours, foi sim uma discussão interessante. Sem dúvida, a culpa pelo que aconteceu ali foi minha. Como já tínhamos tido algumas discussões no início daquele ano, e eu havia reclamado não só para ele, mas também para a mídia, o principal motivo de ele ter vindo falar comigo foi para pedir que, se tivéssemos algum problema no futuro, deveríamos conversar pessoalmente, e não reclamar para a imprensa. E **ele estava certo**: nem tudo pertence à mídia. Alex B. Carrilio - Após vencer o GP de Monza de 2000, você **chorou ao conseguir quebrar o recorde de vitórias de Senna**. Qual a emoção e a importância desse momento para você? Schumacher: Oi Alex. Monza 2000 foi, sem dúvida, um momento muito importante. Igualar tempos, recordes, era muito importante para mim. E foi por isso que naquele dia eu não consegui controlar minhas emoções. Afinal de contas, **ele era um ídolo para todos nós**. Eu o conhecia desde a época das corridas de Kart, competi com ele e, finalmente, após a sua tragédia, igualar seus recordes, significou muito para

mim. Milton Vergani - Se fosse possível uma corrida entre você e Senna, qual circuito você escolheria? Qual carro de F1 você escolheria para vocês dois usarem? Schumacher: Oi Milton. Uma das corridas, e acho que isso responde sua pergunta, foi o GP do Brasil de 1994, nós dois tínhamos carros excelentes. E a briga que tivemos na pista foi muito intensa e afiada, e eu acabei sendo o feliz vencedor daquela corrida. Acho que o Ayrton chegou a rodar e, sim, fiquei muito orgulhoso por tê-lo derrotado, correndo na sua própria casa e por vencer a corrida. DESTAQUE NA MÍDIA: TERRA.

14/02/2012 - Instituto Ayrton Senna e TecnoI reforçam parceria com nova coleção de óculos: A nova coleção **Senninha de óculos** de receituário já está nas lojas. Produzidos pela TecnoI, a linha licenciada com a **marca Senninha** é voltada ao público tween de 8 a 12 anos e tem um posicionamento mais fashion, acompanhando as tendências da moda. A TecnoI é parceira do Instituto Ayrton Senna há 13 anos e parte das vendas dos **modelos Senninha** será destinada aos programas educacionais da instituição. O início do período letivo é uma época oportuna para o lançamento da coleção. A Sociedade Brasileira de Oftalmologia Pediátrica recomenda que o acompanhamento oftalmológico seja anual e o começo do ano é o período que as famílias geralmente encaminham os filhos ao especialista para avaliação ou revisão do tratamento. Com orientação médica adequada, crianças e jovens podem escolher entre diferentes formas, cores e estilos que levam a **marca Senninha**. São modelos com armações confortáveis, anatômicas e material resistente adequado à essa fase do desenvolvimento. Leves e duráveis, em metal ou trogamid, os modelos apresentam estampas diferenciadas, com design arrojado e moderno que aliam qualidade e modernidade. **Sobre o Senninha. Senninha foi idealizado por Ayrton Senna** em 1993 e lançado em 1994. Por meio de aventuras com sua turma, de um jeito alegre e divertido, **Senninha mostra à meninada a importância da motivação, da determinação e da superação, valores defendidos por Senna na vida e nas pistas. O personagem está estampado em vários produtos**, dos alimentícios e de vestuário aos brinquedos e materiais escolares, tendo o total dos royalties de seu licenciamento repassados aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Para saber mais sobre **Senninha acesse www.senninha.com.br**. Sobre a TecnoI. Com 39 anos de existência e sede em Campinas, São Paulo, a TecnoI fabrica óculos solares e armações oftálmicas, das marcas Senninha, Forum, Isabella Fiorentino, Guttier, Iron, Jean Monnier, Pierre Cardin, entre outros, e vem se tornando cada vez mais forte no mercado nacional e internacional. Sempre atenta às tendências internacionais de moda aplicadas às necessidades do mercado brasileiro e oferecendo o que há de melhor ao mais variado público, a empresa foca estrategicamente seus investimentos em modernização de fábricas, tecnologia, marketing, desenvolvimento e lançamento de novos produtos.

13/02/2012 - Miniaturas das Lotus guiadas por Ayrton Senna estão à venda no Brasil: Acaba de chegar ao Brasil um novo produto que vai agradar aos colecionadores e **fãs de Ayrton Senna**. São as **miniaturas das Lotus guiadas pelo brasileiro na Fórmula 1** na década de 80. As peças criadas pelo inglês Jim Bamber, conceituado artista plástico da Heroes Bamber, estão disponíveis na **Senna Store** e em lojas de automobilismo e de colecionáveis. O número de carrinhos é limitado. São somente mil modelos na cor preta e outros mil na cor amarela. Cada um custa R\$ 200. **As esculturas são caricatas, em resina, e reproduzem Ayrton**

Senna em ação no carro em que conquistou suas **primeiras vitórias na principal categoria do automobilismo mundial**. Senna Store. **A Senna Store é a loja oficial dos produtos da marca Ayrton Senna**. O valor obtido com o licenciamento da imagem do tricampeão mundial é 100% destinado aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Os produtos podem ser adquiridos pelo **site da loja (www.sennastore.com.br)** ou nos quiosques localizados nos Shoppings Morumbi e Eldorado, em São Paulo. DESTAQUE NA MÍDIA: Diário do Grande ABC; Jornal da Tarde; iCarros.

13/02/2012 - Australiano relembra encontro com Senna: ‘O momento mais importante da minha vida’: Ayrton Senna é um ídolo internacional, admirado em várias partes do mundo. Na Austrália, não é diferente. Um fã do brasileiro entrou em contato com o Instituto Ayrton Senna para falar de sua admiração pelo tricampeão mundial de Fórmula 1, e lembrou de um episódio ocorrido em 1992 que o emocionou. Senna estava em Adelaide e, logo após participar do GP da Austrália, encontrou o fã. “É gratificante conhecer o homem que eu considero o maior esportista de todos os tempos”, declarou o australiano. Ayrton agradeceu e em seguida deu ao admirador um guarda-chuva. Ele guarda o objeto com carinho até hoje. “Vai ficar para sempre comigo. Fiquei ao lado de Ayrton Senna por apenas um minuto, e este foi provavelmente o momento mais importante de toda a minha vida. Casado com uma japonesa, o australiano ressalta que Senna é até hoje muito admirado no Japão, local onde conquistou os seus três títulos mundiais. E diz admirar o “trabalho maravilhoso” realizado pelo Instituto Ayrton Senna em busca de educação pública de qualidade para todas as crianças e jovens do Brasil.

13/02/2012 - SENNA garante dois troféus na premiação mais importante do cinema inglês: “Nós realmente gostaríamos de agradecer à família de Ayrton Senna por confiar-nos com o seu legado.” Com esta frase, o roteirista Manish Pandey comemorou mais um triunfo do filme SENNA, que cada vez mais brilha em várias partes do mundo. Neste domingo, em Londres, o filme ganhou prêmios em duas categorias do Bafta (British Academy of Film and Television), o mais importante do cinema inglês: melhor documentário e melhor edição. Dirigido por Asif Kapadia, com distribuição da Universal Pictures, o filme, que conta a história do tricampeão mundial de Fórmula 1 Ayrton Senna, com cenas reais e imagens inéditas, já havia ganhado outros prêmios importantes em 2011: melhor documentário no British Independent Film Awards (premiação de cinema independente britânico), melhor documentário para o júri popular do Festival Sundance e melhor filme estrangeiro do público no Festival de Cinema de Los Angeles. Além disso, recebeu uma taça da revista inglesa ‘Autosport’, referência em automobilismo. “Quando seu filho morre em circunstâncias como aconteceu com o Senna, muita gente vai aparecer dizendo que quer contar essa história. É preciso muita coragem para apoiar pessoas assim, e eu realmente gostaria de agradecer à família Senna por isso”, declarou Pandey.

A produção inglesa faz sucesso em várias partes do mundo e bate recordes – na Inglaterra, arrecadou 2.170.000 libras esterlinas (R\$ 6.080.991), o sétimo maior do gênero em bilheteria de toda a história do Reino Unido, superando a marca de líderes da categoria como Buena Vista Social Club (955 mil libras), An Inconvenient Truth (935 mil libras) e Man On Wire (879 mil libras). Na Austrália, o filme arrecadou mais de 325 mil dólares nas 47 salas em que foi exibido. Uma performance campeã,

especialmente se comparada com outros documentários lançados naquele país. No Brasil, o DVD está à venda desde março de 2011 e também é **uma dos filmes mais procurados nas locadoras brasileiras**. A versão em inglês do DVD chegou ao primeiro lugar em vendas no iTunes e liderou também o número de aluguéis nas locadoras. Filme. **SENNA conta a história do nosso tricampeão mundial de Fórmula 1**. Desde a estreia na principal categoria do automobilismo mundial, em 1984, até a **glória e reverência em todo o planeta**. Quem quiser adquirir o documentário para assistir, guardar na coleção e rever quantas vezes quiser pode acessar o **site da Senna Store**. Além de ter em casa um filme histórico, você estará contribuindo para ajudar a educação pública do Brasil, por meio dos programas do Instituto Ayrton Senna.

10/02/2012 - Gestão Nota 10 é considerado essencial por educadores de Pernambuco: O programa Gestão Nota 10, do Instituto Ayrton Senna, contribui para melhorar o ensino público em Pernambuco. Cerca de 80% dos educadores deram nota máxima para os encontros de Formação Continuada (FOCO IAS), em que diretores são capacitados para lidar com a gestão da escola e das redes de ensino, de forma que a qualidade da educação e o sucesso do aluno sejam o eixo condutor das decisões estratégicas. Aproximadamente 400 diretores de escolas da rede estadual de Pernambuco responderam a uma avaliação que listou vários aspectos trabalhados durante as formações do Gestão Nota 10 em 2011. Eles constataram que o conjunto de ações e práticas recomendadas nas formações contribui não só para o bom desempenho das redes de ensino, mas principalmente para o desenvolvimento de suas competências como profissionais. O item de maior concordância positiva foi a possibilidade de reflexão sobre as práticas da gestão escolar. Outro ponto chave é a importância do trabalho de acompanhamento dos resultados, por meio de ferramentas gerenciais, para corrigir rotas e atingir as metas estabelecidas. Em 2011, o Programa Gestão Nota 10 em Pernambuco foi adotado em 169 municípios. Capacitou 834 educadores e beneficiou 278.636 alunos. FOCO IAS. A Formação Continuada do Gestão Nota 10 constitui-se de seis encontros anuais, com duração de quatro horas cada. O programa oferece ferramentas gerenciais que possibilitam aos educadores realizarem diagnósticos e análises para o alcance das metas estabelecidas no início do ano letivo. As equipes da secretaria e os diretores de escola precisam dominar conhecimentos e habilidades para analisar os dados, levantar as causas de sucesso ou de fracasso de cada unidade escolar e elaborar propostas de intervenção.

09/02/2012 - Edisca e Instituto Ayrton Senna ajudam a transformar a vida de jovens cearenses: A Edisca (Escola de Dança e Integração Social para Criança e Adolescente) e o Instituto Ayrton Senna têm mudado a realidade de crianças e adolescentes de Fortaleza (CE). Com a parceria do programa Educação pela Arte desde 1999, milhares de jovens já foram beneficiados. Assista ao vídeo. O Educação pela Arte, programa desenvolvido pelo Instituto em parceria com organizações não-governamentais, capacita gestores e arte-educadores para oferecerem oportunidades educativas alinhadas com a proposta de educação para o desenvolvimento humano pela arte. Dançando, pintando, atuando ou cantando, crianças e jovens têm a oportunidade de desenvolver competências que renovam não só o seu interesse em estudar e alcançar sucesso na escola e na vida profissional, mas principalmente construir um conhecimento sensível sobre si mesmos e o mundo, além de incorporar valores. De acordo com Dora Andrade,

idealizadora da Edisca, 400 alunos integram a escola anualmente. Segundo ela, a presença do Instituto Ayrton Senna é essencial para o sucesso do projeto. "Eu estava para desistir quando o Instituto apareceu. E hoje posso dizer que há uma Edisca antes e outra depois da parceria." A diretora administrativa da Edisca, Ana Claudia Andrade, também destaca a importância do parceiro. "A Viviane Senna (presidente do Instituto) foi a primeira a ver o potencial da Edisca. Nós éramos pequenos quando ela chegou com a ideia de levar o projeto para mais pessoas. Disse que precisávamos crescer." A Edisca existe desde 1992, e atende crianças de comunidades de baixa renda de Fortaleza. Para entrar no projeto, é preciso estar matriculado em uma escola formal. "Eles chegam aqui pela manhã, fazem as aulas de dança, almoçam e depois vão para a escola no período da tarde", afirma Andréa Soares, coordenadora de atividades. Dora Andrade se orgulha dos resultados obtidos. Segundo ela, 80% das crianças que chegavam na Edisca eram analfabetas. "Mas o projeto foi se sofisticando e criamos uma rede de atenção integral. Hoje fico orgulhosa em dizer que mais de 50 ex-educandos nossos entraram na universidade pública." Um exemplo de ex-aluna bem-sucedida é Jamila Lopes, 19 anos. Universitária, ela dá aula para crianças na Edisca. "Aqui eu aprendi que, se sou determinada no palco, também tenho que ser determinada na vida", diz. Com a dança, conheceu o mundo – já se apresentou em cidades como Paris e Nova York. Assista ao vídeo. Sobre o Educação pela Arte. Desenvolvido desde 1999, o Educação pela Arte tem como objetivo formar gestores e educadores para que desenvolvam competências e habilidades pessoais, relacionais, cognitivas e produtivas junto aos educandos por meio de oportunidades educativas em arte. Saiba mais.

08/02/2012 - Parceria com Instituto Ayrton Senna motiva educadores em

Recife: Em Recife, capital de Pernambuco, o ano letivo começou a todo o vapor na rede municipal de ensino. A parceria com o Instituto Ayrton Senna, por meio da implementação dos programas de correção de fluxo Se Liga e Acelera Brasil, serve como motivação aos educadores que perceberam as mudanças no cenário da educação local e sensível redução nos índices de defasagem entre a idade e a série cursada pelo aluno, problema causado por muitas repetências. "Estamos motivados e felizes, pois o ano já começa com os fardamentos, as cadernetas e os materiais de apoio didático entregues às escolas antecipadamente. Além disso, temos o programa de correção de fluxo que, em parceria com o Instituto Ayrton Senna, reduziu de cerca de 12 mil – em 2009 – para 7 mil o número de estudantes com distorção idade/ano", lembrou a gerente Geral de Aprendizagem dos Anos Iniciais, Mariza Augusta. Ao final do ano letivo de 2011, 85,7% dos estudantes do Se Liga foram alfabetizados. Já no Acelera Brasil, 90,3% dos estudantes avançaram em relação ao ano de escolaridade, desenvolvendo com sucesso as competências para leitura e produção de textos. Para 2012, a meta da Secretaria de Educação é atender 3.166 estudantes com defasagem escolar. Confira a matéria no site da Prefeitura do Recife. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de

conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

08/02/2012 - Agentes técnicos conhecem novo material do Se Liga: Os 21 agentes técnicos que atendem as redes de ensino parceiras em todo o Brasil se reuniram em janeiro com os gerentes de programas de Educação Formal do Instituto Ayrton Senna. Eles conheceram o novo material didático do programa Se Liga e foram preparados para liderar a capacitação de profissionais nos locais onde atuam junto às Secretarias de Educação. De acordo com a gerente de projetos Regina Baroni, que organizou a elaboração dos novos livros, “a mudança metodológica do Se Liga é significativa e responde à necessidade de se ampliar as práticas educativas com formas mais atuais de ensino-aprendizagem, que se alinhem com as demandas do século 21”. Além dos livros de Língua Portuguesa, Matemática e o Livro do Professor, a nova versão traz um volume específico sobre Meio Ambiente, que inclui orientações para os educadores trabalharem a matéria. O grande diferencial dessa mudança é a proposta de conduzir a alfabetização por meio de gêneros textuais e sequência didática, que estimulam o aluno a participar de situações desafiadoras e mais significativas para o aprendizado da língua. Em Matemática, a proposta de resolução de problemas e cálculo mental em contextos interessantes de estudos são os pontos fortes do material. A Educação Ambiental ganhou espaço e se integrou ao material estruturado do programa como tema transversal, com uma metodologia consistente, reflexiva e dinâmica. Esse novo material didático foi adotado como projeto piloto, em 2011, no Estado de Pernambuco e nos municípios do Rio de Janeiro e Recife. Para a professora Maria José do Nascimento Silva, da cidade de Sirinhaém (PE), o livro do Se Liga despertou nos alunos mais interesse pelas aulas e curiosidade em aprender outros assuntos. “Na disciplina de Língua Portuguesa, foi muito bom ver o envolvimento dos alunos ao dizerem palavras de sentimentos iniciadas com determinada letra. Partindo desta atividade, foi possível trabalhar quais sentimentos devemos cultivar e aqueles que devem ser eliminados de nossas vidas.” Em 2012, a implementação do material terá a sua escala ampliada para os Estados de Goiás e Rio Grande do Sul. “A equipe está confiante para universalizar a adoção do novo material do Se Liga em 2013”, enfatizou a gerente Regina Baroni. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais.

07/02/2012 - Maratona Ayrton Senna Racing Day é aprovada por 91% dos participantes: Um evento que alia saúde, entretenimento, esporte, relacionamento e educação. Esta é a Maratona de **Revezamento Ayrton Senna Racing Day**, que cresce a cada ano e conquista mais fãs e parceiros. A oitava edição da prova, realizada em dezembro do ano passado, foi um sucesso, com 91% de aprovação dos corredores, segundo a pesquisa pós-prova. “Todos sentem os bons resultados e querem fazer parte da maratona. Além disso, é um evento seguro, realizado em um espaço fechado, num **local mítico para todos nós brasileiros, que é o Autódromo de Interlagos**”, afirma Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton

Senna. A organização da prova, com 74% de aprovação, é um grande diferencial. As pessoas podem estacionar seus veículos dentro do circuito, há acesso fácil por meio do transporte público (estação Autódromo da CPTM) e há atividades para todos durante a prova. Quem está aguardando para correr, já correu ou foi a Interlagos apenas para acompanhar a maratona, pode se divertir, fazer compras e ganhar brindes nos estandes dos parceiros. As áreas dos patrocinadores e assessorias esportivas são aprovadas por cerca de 90% dos maratonistas. Outros pontos positivos da prova são o kit atleta (76% de aprovação) e os postos e atendimento médico (95% de aprovação). A **Maratona de Revezamento Ayrton Senna Racing Day** tem perfil corporativo. Metade dos participantes são colegas de trabalho que se reúnem para correr a prova. 31% são amigos, 8% familiares e 8% colegas de assessorias esportivas. A maior parte dos corredores são homens (70%) residentes em São Paulo (98%). Sucesso. Entre os fatores que motivam a parceria das empresas na realização da maratona, dois são comuns a todos: **associar a marca da empresa ao nome de Ayrton Senna, por tudo o que o tricampeão mundial de Fórmula 1** representa, e integrar uma ação social que tem impacto direto no desenvolvimento do País, por meio da educação pública de qualidade - 100% do valor das inscrições é revertido aos programas do Instituto Ayrton Senna. O investimento em um evento esportivo diferenciado e a relação com o bem-estar também são pontos decisivos. Os parceiros da maratona estão contentes com o sucesso. Em café da manhã realizado na sede do Instituto, representantes dos patrocinadores foram convidados por Viviane Senna para comemorar o sucesso da prova em 2011. “Já faz parte do nosso calendário realizar esta prova ao lado do Instituto Ayrton Senna. A gente sempre aguarda esse momento com ansiedade porque sabe que tem uma repercussão muito boa, tanto no dia da prova como nos dias subsequentes. O que nós percebemos é uma vontade cada vez maior de participar do evento, e sempre tem um reconhecimento de que este é um evento importante para o grupo Bradesco Seguros”, afirmou o diretor Alexandre Nogueira. O Bradesco Seguros é patrocinador master da maratona. “Como a **Ayrton Senna Racing Day** é um dos principais eventos do ano para o Instituto, a Pioneer, como grande parceira, tem a intenção real de apoiar e estar associada a uma prova que, além de cuidar da saúde, atua em prol da educação”, disse o gerente de marketing André Ricardo Andrade. A Pioneer é co-patrocinadora da prova. Assista ao vídeo com os depoimentos dos parceiros. Saiba mais sobre o café da manhã com os parceiros. Leia o relato completo da maratona realizada em 2011. Maratona. Em 2011, a **Ayrton Senna Racing Day** contou com Foram mais de 6.200 corredores divididos em equipes de dois, quatro e oito atletas, que percorreram os 42,2 km da prova. No total, cerca de 8 mil pessoas, entre corredores, familiares, amigos e os **fãs de Senna**, frequentaram o autódromo. O **Espaço Ayrton Senna, com objetos, fotos e até o primeiro kart pilotado pelo tricampeão**, foi o ponto alto fora das pistas. Os patrocinadores e apoiadores fizeram toda a diferença e ajudaram a garantir um domingo especial aos participantes: Bradesco Seguros (patrocínio); Pioneer (co-patrocínio); Gillette, Embratel, Saucony, Shopping Cidade Jardim e Pirelli (apoio); Band TV, ESPN, Jornal Metro, Rádio Band News e Rádio Mitsubishi FM (apoio de divulgação); Berlan, Fierce, Graber, Poit, Schio, Jaguaré banana e Gatorade (apoio especial); Netza, Eco Benefícios, Hospital Sírio Libanes, Kasinski, Prefeitura do Município de São Paulo, Nestlé e Autódromo de Interlagos (colaboração). A Bradesco Seguros disponibilizou área vip aos convidados. A Pioneer promoveu uma volta de abertura de Átila Abreu, com seu carro da Stock Car, antes da prova, distribuiu brindes e ainda teve três DJs, dois na pista e um na

tenda. Outras ações animaram o público. Teve preparador físico para ajudar os atletas no aquecimento (Gillette), massagem (Gillette, Netza, Eco Benefícios e Rádio Mit FM), venda de produtos (tênis Saucony, Senna Store, Embratel e Berlan), distribuição de sucos, Gatorade e água mineral (Nestlé e Eco Benefícios), medição de Glicemia e apoio médico (Hospital Sírio Libanês), motos (Kasinski), Bola Show na hora da largada (Band News), teste de pneu (Pirelli) e até transmissão ao vivo de programa (Band News em Forma).

03/02/2012 - VÍDEO – Circuito Ayrton Senna de Juventude, em São Pedro

(SP): Mais de 250 estudantes atendidos pelo programa SuperAção Jovem, do Instituto Ayrton Senna, se reuniram em dezembro para participar do Circuito Ayrton Senna de Juventude, em São Pedro (SP). Assista ao vídeo e confira como foi a experiência desses jovens protagonistas durante dois dias no hotel Colina Verde. Saiba mais sobre o Circuito Ayrton Senna de Juventude.

02/02/2012 - Acelera Brasil resgata cultura brasileira em escola de

Saquarema: No final de 2011, a escola municipal Margarida Rosa de Amorim, em Saquarema (RJ), viveu momentos emocionantes. Os alunos do Acelera Brasil, programa do Instituto Ayrton Senna, mostraram à comunidade escolar o quanto aprenderam. Não foi só em leitura, escrita e matemática que eles se destacaram. Um trabalho voltado às origens culturais do povo brasileiro (negros, índios e europeus), desenvolvido com a professora Adriana Bondim, encerrou o ano mostrando que todo aluno é capaz de aprender e todo professor é capaz de ensinar. Basta ter em mãos soluções educacionais adequadas e uma gestão do ensino que provoque reais mudanças no aprendizado. A apresentação abordou questões geográficas e contou com a interpretação de música e percussão feita com latas e chocalhos, além de declamação de poesia, para o orgulho e alegria de todos os presentes. Confira os principais momentos do evento que celebrou a vitória desses alunos e de seus educadores. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

01/02/2012 - Instituto e patrocinadores comemoram sucesso da Ayrton

Senna Racing Day: A presidente do Instituto Ayrton Senna, Viviane Senna, recebeu nesta quarta-feira na sede da organização os parceiros da **Maratona de Revezamento Ayrton Senna Racing Day 2011** para um café da manhã. A confraternização reforçou os ótimos resultados da oitava edição da prova, realizada em 4 de dezembro no Autódromo de Interlagos. Os patrocinadores da maratona receberam um kit e um troféu de participação. Todos ressaltaram a importância de estarem ao lado de um evento que, além de garantir saúde e divertimento aos participantes, ajuda a melhorar a qualidade da educação pública do Brasil. Toda a verba arrecadada com as inscrições é destinada aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Assista ao vídeo com os depoimentos dos parceiros. Veja as fotos do evento realizado no Instituto Ayrton Senna. “A **Ayrton Senna Racing Day**

agrega saúde, entretenimento, esporte, relacionamento e educação. São várias coisas em um único pacote. Todos sentem os bons resultados e querem fazer parte da maratona. Além disso, é um evento seguro, realizado em um espaço fechado, num local mítico para todos nós brasileiros, que é o Autódromo de Interlagos”, afirmou Viviane. Sucesso. Entre os fatores que motivam a parceria das empresas na realização da maratona, dois são comuns a todos: **associar a marca da empresa ao nome de Ayrton Senna, por tudo o que o tricampeão mundial de Fórmula 1** representa, e integrar uma ação social que tem impacto direto no desenvolvimento do País, por meio da educação pública de qualidade. O investimento em um evento esportivo diferenciado e a relação com o bem-estar também são pontos decisivos. Em 2011, a **Ayrton Senna Racing Day** contou com Foram mais de 6.200 corredores divididos em equipes de dois, quatro e oito atletas, que percorreram os 42,2 km da prova. No total, cerca de 8 mil pessoas, entre corredores, familiares, amigos e os **fãs de Senna**, frequentaram o autódromo. **O Espaço Ayrton Senna, com objetos, fotos e até o primeiro kart pilotado pelo tricampeão**, foi o ponto alto fora das pistas. Os patrocinadores e apoiadores fizeram toda a diferença e ajudaram a garantir um domingo especial aos participantes: Bradesco Seguros (patrocínio); Pioneer (co-patrocínio); Gillette, Embratel, Saucony, Shopping Cidade Jardim e Pirelli (apoio); Band TV, ESPN, Jornal Metro, Rádio Band News e Rádio Mitsubishi FM (apoio de divulgação); Berlan, Fierce, Graber, Poit, Schio, Jaguaré banana e Gatorade (apoio especial); Netza, Eco Benefícios, Hospital Sírio Libanes, Kasinski, Prefeitura do Município de São Paulo, Nestlé e Autódromo de Interlagos (colaboração). A Bradesco Seguros disponibilizou área vip aos convidados. A Pioneer promoveu uma volta de abertura de Átila Abreu, com seu carro da Stock Car, antes da prova, distribuiu brindes e ainda teve três DJs, dois na pista e um na tenda. Outras ações animaram o público. Teve preparador físico para ajudar os atletas no aquecimento (Gillette), massagem (Gillette, Netza, Eco Benefícios e Rádio Mit FM), venda de produtos (tênis Saucony, Senna Store, Embratel e Berlan), distribuição de sucos, Gatorade e água mineral (Nestlé e Eco Benefícios), medição de Glicemia e apoio médico (Hospital Sírio Libanês), motos (Kasinski), Bola Show na hora da largada (Band News), teste de pneu (Pirelli) e até transmissão ao vivo de programa (Band News em Forma). Assista ao vídeo e saiba tudo o que aconteceu na prova. Leia o relato completo da maratona. Veja as fotos da Ayrton Senna Racing Day 2011. Acesse o site oficial da Ayrton Senna Racing Day.

31/01/2012 - Senninha bota a criançada para ‘acelerar’ e garante aventura e diversão: Até 27 de fevereiro, **Senninha Racing é a atração** de férias do Shopping Center Boulevard Rio Iguatemi, na cidade do Rio de Janeiro. A diversão começa com o **jogo de corrida Senninha GP**, que tem como objetivo desenvolver as habilidades da criançada para encarar uma corrida de verdade. O jogo reúne os principais personagens da **turma do Senninha** (Braço Duro, Johnny, Gabi, Neco, Marcha Lenta, Pé de Breque, Bate Pino e Becão), que disputam o pódio em quatro pistas diferentes. A etapa seguinte é a do Mini Autódromo, em que meninos e meninas colocam em prática o que aprenderam no jogo, pilotando uma miniatura de Fórmula 1. Tem até grid de largada e bandeirada. No final da prova, os pequenos corredores sobem ao pódio para tirar uma foto exclusiva ao lado do personagem. Na **lojinha do Senninha**, também podem adquirir divertidas lembranças. Serviço Senninha Racing; Onde: Shopping Center Boulevard Rio Iguatemi; Quando: Até 27/2, de segunda a sábado, das 10h às 22h; domingos e feriados, das 11h às 22h; Para quem: atividades indicadas para crianças de 5 a 12 anos; Quanto: o valor do

ingresso é R\$ 15,00 por pessoa para realizar o circuito completo; Informações: Acesse o site www.boulevardrioiguateми.com.br e saiba mais sobre o evento. **Sobre o Senninha. Senninha foi idealizado por Ayrton Senna em 1993 e lançado em 1994. Por meio de aventuras com sua turma, de um jeito alegre e divertido, Senninha mostra à meninada a importância da motivação, da determinação, da superação, valores defendidos por Senna na vida e nas pistas. O personagem está estampado em vários produtos, dos alimentícios e de vestuário aos brinquedos e materiais escolares, tendo o total dos royalties de seu licenciamento repassado aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Para saber mais sobre Senninha acesse www.senninha.com.br.** Sobre o Shopping Center Boulevard Rio Iguatemi. Inaugurado em 1996, atende a 1,4 milhões de consumidores e reúne 200 lojas de variados segmentos, além de disponibilizar diversos serviços. Mantendo o foco sempre em seu cliente, o Boulevard Rio Iguatemi realiza diversas promoções e eventos, visando entretenimento diversificado e benefícios exclusivos. Diversos programas de televisão e cinema já foram filmados no Boulevard Rio Iguatemi.

31/01/2012 - Parceria com Ecobenefícios traz recursos ao Instituto Ayrton Senna: A Ecobenefícios, parceira do Instituto Ayrton Senna desde o ano passado, lançou o Cartão Premium - Volta às Aulas para facilitar a compra de material escolar e ajudar a garantir educação de qualidade a crianças e jovens de todo o País. A mecânica é simples: o cartão funciona como um cartão pré-pago, cujo crédito é concedido pelas empresas aos seus colaboradores, que podem adquirir o material de seus filhos nas lojas credenciadas à rede Good Card. Além de facilitar a vida dos pais, que já têm outras despesas nessa fase do ano, parte do valor do gasto com o cartão é revertida ao trabalho do Instituto que, a cada ano, beneficia cerca de dois milhões de alunos no Brasil. O Cartão Premium - Volta às Aulas é uma das ações da parceria planejadas para este ano. A Ecobenefícios também colaborou com a 8ª Edição da Maratona de Revezamento Ayrton Senna Racing Day, realizada dia 4 de dezembro do ano passado, no Autódromo de Interlagos. Sobre a Ecobenefícios Good Card. A Ecobenefícios Good Card é uma divisão da Empresa Brasileira de Tecnologia e Administração em Convênios HOM (Embratec) especializada em soluções sustentáveis para a área de recursos humanos e benefícios corporativos, visando a promoção do consumo consciente, melhor qualidade de vida das pessoas e aumento da produtividade. Utiliza a bandeira nacional Good Card, que conta com mais de 150 mil estabelecimentos credenciados. Atualmente, leva praticidade e conforto ao departamento de recursos humanos de 8,3 mil empresas, entre eles, os grandes empregadores do País, totalizando mais de 1,7 milhão de usuários em todo o Brasil. A empresa está presente em todo o território nacional, com 11 unidades de negócios.

30/01/2012 - VÍDEO - Premiação do Concurso Cultural Construindo um Novo Planeta: Doze crianças das cinco regiões do País, atendidas pelos programas do Instituto Ayrton Senna, visitaram a sede da organização em dezembro. Elas são as vencedoras do Concurso Cultural Construindo um Novo Planeta, realizado pela parceria Nestlé e Instituto. Depois de um ano letivo de muito aprendizado, mais essa vitória: entender a importância do cuidado consigo mesmo, com o outro e com o meio ambiente. É o que você confere nesse vídeo emocionante, além de perceber que essas crianças também envolveram seus pais e professores na grande tarefa de

fazer do Planeta Terra um lugar muito melhor. Saiba mais sobre o Concurso Cultural.

27/01/2012 - Café da manhã no Instituto comemora o sucesso da Ayrton

Senna Racing Day: No dia 1.º de fevereiro, empresários que patrocinaram e apoiaram a 8ª Edição da **Maratona de Revezamento Ayrton Senna Racing Day** participam de um café da manhã, na sede do Instituto Ayrton Senna, em São Paulo. O convite para o encontro partiu de Viviane Senna, presidente da organização. "Vamos celebrar, juntos, mais uma vitória de nossa parceria e reconhecer o quanto cada empresa contribuiu para essa conquista", revela Viviane. A confraternização reforça os ótimos resultados da 8ª edição, realizada em 4 de dezembro, no Autódromo de Interlagos. Foram mais de 6.200 corredores divididos em equipes de dois, quatro e oito atletas, que percorreram os 42,2k m da prova. No total, cerca de 8 mil pessoas, entre corredores, familiares, amigos e os **fãs de Senna**, frequentaram o autódromo em mais uma festa para **comemorar os 20 anos da conquista do tricampeonato. O Espaço Ayrton Senna, com objetos, fotos e até o primeiro kart pilotado pelo tricampeão**, foi o ponto alto fora das pistas. Os patrocinadores e apoiadores fizeram toda a diferença e ajudaram a garantir um domingo especial aos participantes: Bradesco Seguros (patrocínio); Pioneer (co-patrocínio); Gillette, Embratel, Saucony, Shopping Cidade Jardim e Pirelli (apoio); Band TV, ESPN, Jornal Metro, Rádio Band News e Rádio Mitsubishi FM (apoio de divulgação); Berlan, Fierce, Graber, Poit, Schio, Jaguaré banana e Gatorade (apoio especial); Netza, Eco Benefícios, Hospital Sírio Libanes, Kasinski, Prefeitura do Município de São Paulo, Nestlé e Autódromo de Interlagos (colaboração). A Bradesco Seguros disponibilizou área vip aos convidados. A Pioneer promoveu uma volta de abertura de Átila Abreu, com seu carro da Stock Car, antes da prova, distribuiu brindes e ainda teve três DJs, dois na pista e um na tenda. Outras ações animaram o público. Teve preparador físico para ajudar os atletas no aquecimento (Gillette), massagem (Gillette, Netza, Eco Benefícios e Rádio Mit FM), venda de produtos (tênis Saucony, Senna Store, Embratel e Berlan), distribuição de sucos, Gatorade e água mineral (Nestlé e Eco Benefícios), medição de Glicemia e apoio médico (Hospital Sírio Libanês), motos (Kasinski), Bola Show na hora da largada (Band News), teste de pneu (Pirelli) e até transmissão ao vivo de programa (Band News em Forma). Além de garantir saúde e divertimento aos participantes, a Maratona também colabora para que milhões de crianças e jovens tenham a oportunidade de vencer na escola e na vida. 100% do valor das inscrições são revertidos aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Assista ao vídeo completo e saiba tudo o que aconteceu na prova.

26/01/2012 - Viviane Senna homenageia São Paulo: Convidada pela emissora de rádio Estadão ESPN para participar da campanha em homenagem a maior cidade do País, Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, dedica um presente a São Paulo para celebrar os 458 anos. Ela deseja educação de qualidade às crianças e aos jovens paulistas. "Porque essa é a melhor linha de largada que alguém pode ter para ser campeão na vida", declara. Confira o depoimento completo, em áudio

24/01/2012 - Acelera Brasil e Se Liga ganham destaque em livro sobre tecnologias educacionais: Artigo sobre os programas Se Liga e Acelera Brasil, de Inês Kisil Miskalo, coordenadora da Área de Educação Formal do Instituto Ayrton

Senna, é um dos textos que compõem o livro 'Ações Institucionais de Avaliação e Disseminação de Tecnologias Educacionais', organizado por Ricardo A. Silveira e Raymundo C.M. Ferreira. A obra foi publicada no final de 2011 e reúne experiências apresentadas durante o II Workshop sobre Ações Institucionais de Avaliação e Disseminação de Tecnologias Educacionais, realizado em 2010, em João Pessoa (PB). O artigo 'Acelera Brasil e Se Liga: Disseminando Soluções Educacionais' mostra como programas educacionais voltados a uma gestão que ultrapassa o conceito simples de administração do processo educacional e permite detectar ameaças e oportunidades de sucesso das redes de ensino é a solução ideal para combater os grandes vilões da educação pública brasileira: a precariedade do processo de alfabetização e o congestionamento do fluxo escolar gerado pela repetência e abandono já nos anos iniciais do Ensino Fundamental. Leia o artigo completo. Sobre o Se Liga. O Se Liga é um programa emergencial que atua para combater o analfabetismo nos primeiros anos do Ensino Fundamental. O objetivo é alfabetizar crianças que repetem de ano porque não sabem ler nem escrever. Assim, elas podem frequentar o Acelera Brasil e depois retornar à rede regular. Saiba mais. Sobre o Acelera Brasil. O Acelera Brasil é um programa de correção de fluxo do Ensino Fundamental, que combate a repetência responsável pela distorção entre a idade e a série que o aluno frequenta e, também, pelo abandono escolar. Contribui para que, em um ano, a criança alcance o nível de conhecimento esperado para a primeira fase do Ensino Fundamental, de maneira que possa avançar em sua escolaridade. De acordo com seu aproveitamento, ela pode recuperar de 2 a 4 séries perdidas com repetências. Tanto os alunos como o professor têm acesso a material didático específico, além de monitoramento e avaliação constantes. Saiba mais.

20/01/2012 - Viviane Senna participa de Fórum Econômico em SP: O 2º Fórum Econômico de Barueri, promovido pelo LIDE (Grupo de Líderes Empresariais) em dezembro de 2011, reuniu na Câmara Municipal daquela cidade cerca de 400 líderes das áreas empresarial e governamental para discutir estratégias eficazes que alavancem a economia dos municípios. Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, foi convidada para representar a área social e falar sobre como a educação, aliada ao desenvolvimento econômico, pode formar uma nova geração de cidadãos bem-sucedidos. O Fórum aconteceu no município de Barueri, pelo segundo ano consecutivo, por ser um dos destaques do Estado de São Paulo, já que apresenta bons exemplos de dinâmica de desenvolvimento responsável e detém o 16º lugar no ranking das cidades mais ricas do País. Para saber mais sobre o Fórum, acesse www.forumbarueri.com.br.

20/01/2012 - Arte da dança leva jovem do litoral cearense a brilhar em palcos do mundo: Em Icapuí (CE), cidade 200 quilômetros distante de Fortaleza, nasceu Jamila Lopes, 19 anos, filha de um pescador e uma costureira. Na infância viveu momentos difíceis, como acontece com grande parte da população brasileira, mas começou a mudar completamente a sua trajetória quando conheceu a Edisca (Escola de Dança e Integração Social para Criança e Adolescente), que por meio de parceria com o Instituto Ayrton Senna tem mudado a realidade de jovens cearenses (assista ao vídeo). A Edisca aplica o Educação pela Arte. O programa idealizado pelo Instituto trabalha a capacitação de educadores para uma educação integral por meio da arte. Dançando, pintando, atuando ou cantando, crianças e jovens têm a oportunidade de desenvolver competências que renovam seu interesse em estudar

e alcançar sucesso na escola e na vida profissional. Foi dessa maneira que Jamila descobriu seu talento para a dança, e começou a brilhar. Já se apresentou em várias partes do País e até no exterior, em Paris e Nova York. “A dança modificou totalmente meu caráter, minha postura. Se não tivesse a arte, eu teria um caminho bem mais difícil.” O sucesso nos palcos incentivou Jamila a lutar por um futuro melhor. Conseguiu bolsa de estudos em um colégio de Fortaleza, e hoje estuda dança na Universidade Federal do Ceará. “Eu aprendi que, se sou determinada no palco, também preciso ser determinada na vida. Tenho que transformar os aplausos no palco em aplausos na vida.” Apesar do sucesso, ela não esquece as origens. Hoje, dá aulas na Edisca, que trabalha com jovens de 8 a 19 anos desde 1992. “O diferencial de ser educado pela arte é a forma como você vê o mundo, de perceber o outro. Eu vejo as crianças quando entram e algum tempo depois, como muda o brilho nos olhos delas.” Edisca. De acordo com Dora Andrade, idealizadora da Edisca, 400 alunos integram a escola. Segundo ela, a presença do Instituto Ayrton Senna é essencial para o sucesso do projeto. “Eu estava para desistir quando o Instituto apareceu. E hoje posso dizer que há uma Edisca antes e outra depois da parceria.” O objetivo da Edisca é promover o desenvolvimento humano de crianças e adolescentes de comunidades em situação de risco social em Fortaleza. Com pedagogia centrada na arte (dança, teatro e artes plásticas), gera intercâmbio entre a escola, a família e a comunidade. Também busca fortalecer o ensino formal, por meio da integração entre as disciplinas. Educação pela Arte. O programa tem como objetivo despertar habilidades relacionadas à sensibilidade, percepção e criatividade. É uma forma de complementar o ensino da escola formal. As crianças se divertem enquanto se preparam para ser cidadãs do século 21. Em 2010, atendeu 2765 crianças e capacitou 497 educadores de nove municípios em oito Estados do Brasil. Entre os atendidos pelo programa, o abandono escolar foi praticamente zerado, enquanto que a média do Brasil estacionou em 3,7%. Saiba mais.

18/01/2012 - Aluno aprende 68% mais com professores de qualidade: O presidente executivo do CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola), da APH (Academia Paulista de História) e Diretor da Fiesp, Luiz Gonzaga Bertelli, destacou em coluna no Jornal da Tarde um estudo do Instituto Ayrton Senna em parceria com a SAE (Secretaria de Assuntos Estratégicos) e o movimento Todos pela Educação. O levantamento revisou mais de 200 artigos científicos e apontou que o aluno aprende 68% mais com professores de qualidade. “É a escola que faz o aluno – educadores despreparados e desmotivados prejudicam o desempenho desse jovem. Além disso, outros fatores são determinantes para o aprimoramento do aprendizado, dentre os quais a quantidade de alunos por sala, apoio e estrutura da instituição de ensino”, afirma Bertelli. O estudo, que foca a educação básica (6 aos 17 anos), está publicado no site Caminhos para Melhorar o Aprendizado, que tem por objetivo apresentar aos pais, gestores, professores, especialistas e comunidade maneiras de melhorar a qualidade do ensino. O levantamento aponta outros dados importantes. Uma aula a menos em cada dia letivo representa uma queda de 44% no aprendizado; salas com até 15 alunos são mais eficazes; e aulas com mais de 50 minutos não são eficientes. “É preciso transformar a educação em prioridade nacional”, ressalta Bertelli.

16/01/2012 - Nova embalagem do papel Suzano Report® Senninha traz dicas de preservação do planeta: A Suzano Papel e Celulose reformulou a

embalagem do **papel Suzano Report® Senninha**, tradicional item presente na lista de material escolar da meninada, com dicas de preservação ao planeta, a fim de enfatizar a importância da conservação ambiental e do consumo consciente. Na embalagem, por meio de atividades lúdicas, a criança é convidada a ter uma atitude responsável, de cuidado e respeito com o planeta, por meio de ações do dia a dia, que garantem a sustentabilidade do meio ambiente. Além disso, o **Suzano Report® Senninha** é certificado FSC® (Forest Stewardship Council - Conselho de Manejo Florestal), que atesta as boas práticas de uma empresa em relação aos aspectos sociais, ambientais e econômicos em seu manejo florestal. A educação pública também é beneficiada. Ao adquirir o produto, 100% da renda obtida com o licenciamento é direcionada aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna, que ajuda milhões de crianças e adolescentes em todo o Brasil. O **Suzano Report® Senninha** está disponível nas cores branco, azul, amarelo, verde e rosa, nas papelerias de todo o País. **Senninha. Senninha foi idealizado por Ayrton Senna** em 1993 e lançado em 1994. Por meio de aventuras com sua turma, de um jeito alegre e divertido, **Senninha mostra à meninada a importância da motivação, da determinação e da superação, valores defendidos por Senna na vida e nas pistas. O personagem está estampado em vários produtos**, dos alimentícios e de vestuário aos brinquedos e materiais escolares, tendo o total dos royalties de seu licenciamento repassados aos programas educacionais do Instituto Ayrton Senna. Para saber mais sobre Senninha acesse www.senninha.com.br. Suzano Papel e Celulose. A Suzano Papel e Celulose (Bovespa: SUZB5, OTC: SUZBY and Latibex: XSUB) é uma empresa de base florestal e uma das maiores produtoras verticalmente integradas de papel e celulose de eucalipto da América Latina. Controlada pela Suzano Holding e parte do Grupo Suzano, investe no setor de papel e celulose há 87 anos, com operações globais em aproximadamente 80 países. Atualmente, possui cinco unidades industriais: Suzano, Rio Verde, Limeira e Embu, no interior do Estado de São Paulo, e Mucuri, no Estado da Bahia. A operação da companhia está dividida em três unidades de negócios: Florestal, Celulose e Papel. Em 2010, com a definição de um novo posicionamento estratégico, sua atuação ganhou duas novas frentes: energia renovável e biotecnologia. FSC. O Forest Stewardship Council® (FSC®) atesta o correto manejo das florestas baseado em princípios e critérios rigorosos que levam em conta boas práticas de uma empresa em relação aos aspectos sociais, ambientais e econômicos em seu manejo florestal. Para obter o selo, uma empresa deve oferecer padrões exemplares de conduta. Com toda a sua linha de produtos com certificação FSC, a Suzano Papel e Celulose detém o maior escopo florestal com múltiplas certificações em todo o mundo, além de possuir o mais completo mix de produtos com o selo FSC do mercado e ser líder mundial na produção de celulose de eucalipto 100% certificada.

11/01/2012 - SENNA concorre em seis categorias do prêmio mais importante do cinema inglês: SENNA cada vez mais se consagra como um dos melhores documentários dos últimos tempos. O filme foi indicado para disputar prêmios em seis categorias do Bafta (British Academy of Film and Television), o mais importante do cinema inglês: melhor filme, melhor filme britânico, melhor documentário, melhor montagem, melhor som e melhor roteiro. A cerimônia de premiação será em 12 de fevereiro. Dirigido por Asif Kapadia, com roteiro de Manish Pandey e distribuição da Universal Pictures, o filme, que conta a história do **tricampeão mundial de Fórmula 1 Ayrton Senna**, com cenas reais e imagens inéditas, já ganhou outros prêmios importantes em 2011: melhor documentário no

British Independent Film Awards (premição de cinema independente britânico), melhor documentário para o júri popular do Festival Sundance e melhor filme estrangeiro do público no Festival de Cinema de Los Angeles. Além disso, recebeu uma taça da revista inglesa 'Autosport', referência em automobilismo. A produção inglesa faz sucesso em várias partes do mundo e bate recordes – na Inglaterra, arrecadou 2.170.000 libras esterlinas (R\$ 6.080.991), o sétimo maior do gênero em bilheteria de toda a história do Reino Unido, superando a marca de líderes da categoria como Buena Vista Social Club (955 mil libras), An Inconvenient Truth (935 mil libras) e Man On Wire (879 mil libras). Na Austrália, o filme arrecadou mais de 325 mil dólares nas 47 salas em que foi exibido. Um a performance campeã, especialmente se comparada com outros documentários lançados naquele país. No Brasil, o DVD está à venda desde março de 2011 e também é uma dos filmes mais procurados nas locadoras brasileiras. A versão em inglês do DVD chegou ao primeiro lugar em vendas no iTunes e liderou também o número de aluguéis nas locadoras. Filme. **SENNÁ conta a história do nosso tricampeão mundial de Fórmula 1. Desde a estreia na principal categoria do automobilismo mundial, em 1984, até a glória e reverência em todo o planeta.** Quem quiser adquirir o documentário para assistir, guardar na coleção e rever quantas vezes quiser pode acessar o **site da Senna Store**. Além de ter em casa um filme histórico, você estará contribuindo para ajudar a educação pública do Brasil, por meio dos programas do Instituto Ayrton Senna.