Instituto Ayrton Senna reformula marca e lança campanha

Após treze anos de atividades e mais de sete milhões de crianças e jovens atendidos nos programas educacionais que desenvolve pelo Brasil, o Instituto Ayrton Senna reformula sua marca para evidenciar que a sua área de atuação é a educação, bem como consolidar a associação entre a imagem do piloto tricampeão mundial de Fórmula 1 e a organização que leva o seu nome. Além disso, uma nova campanha para mídia impressa está pronta e poderá ser vista nos próximos dias em jornais e revistas de grande circulação.

Lápis, cadernos e livros – que simbolizam a educação – e o carro de Fórmula 1, que remete à trajetória na vida e nas pistas de Ayrton Senna, são os ícones utilizados na campanha criada pela JWT para o instituto. Sete anúncios poderão ser vistos em revistas e jornais. As peças são pontuadas com títulos como “Ajude o Ayrton Senna a vencer outra vez” e “Nem todas as vitórias são comemoradas com uma bandeira quadriculada”.

O objetivo da campanha é buscar novos parceiros – empresas e pessoas físicas – que apóiem a causa do instituto: garantir educação de qualidade a crianças e jovens do País. Por isso, em todas as peças, está indicado o site da organização: www.senna.org.br.

“Nossa atuação se dá na implementação de uma solução que resolva os problemas que causam a má qualidade do ensino. Acompanhamos essa implementação com avaliações periódicas, capacitação de professores e a disponibilização de materiais adequados, gerindo todo o processo para garantir eficiência e ótimos resultados”, explica a presidente Viviane Senna em comunicado encaminhado à imprensa. Desde 1994, foram investidos R$ 161 milhões nos programas educacionais.

A mudança na identidade visual do Instituto faz parte da estratégia de comunicação idealizada pela JWT Brasil, uma das agências que atende a organização. Além da marca, a agência também desenvolveu o manual da nova identidade visual e toda a campanha impressa.

O novo logo, que já pode ser visto no site www.senna.org.br e nos materiais de comunicação da organização, reúne as duas principais características do Instituto Ayrton Senna: rastros de lápis, que simbolizam a educação; e o capacete, que remete à vida vitoriosa de Ayrton Senna.

Sobre o instituto

O Instituto Ayrton Senna atua desde 1994 com o objetivo de desenvolver o potencial das novas gerações. Para isso, desenvolve programas educacionais que já atenderam a 7.896.146 crianças e jovens, em 25 estados brasileiros, com 410.770 educadores capacitados de 10.670 organizações parceiras (organizações não-governamentais, escolas e universidades). É a única organização não-governamental no mundo a conquistar o título de Cátedra em Educação e Desenvolvimento Humano, da rede de cátedras da Unesco.

Ficha técnica

Cliente: Instituto Ayrton Senna
Direção de criação: Ricardo Chester e Roberto Fernandez
Criação: Andréa Siqueira e Rinaldo Ferrarezi
Atendimento: Joana Tikhomiroff e Rafael Freitas
Planejamento: Ken Fujioka e Rodrigo Maroni
Direção de mídia: Ezra Geld
Mídia: Maura Ruiz e Silvia Trevisan

Disponível em: <http://www.portaldapropaganda.com>. Acesso em 17 set. 2007