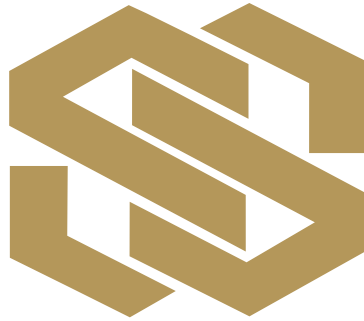




RELATÓRIO
SOCIAL 2007
SOCIAL REPORT





**GRUPO
SILVIO SANTOS**

**50 ANOS CRESCENDO COM O BRASIL
50 YEARS GROWING WITH BRAZIL**



Professores acompanham
ação do Projeto Escola,
no Centro Cultural Grupo Silvio
Santos, em São Paulo (SP)
Teachers watch a Projeto Escola's
performance, at Silvio Santos Group
Cultural Center, in São Paulo (SP)

O GRUPO SILVIO SANTOS PROCURA CONCRETIZAR SONHOS
E CONTRIBUIR DE FORMA ÉTICA E RESPONSÁVEL PARA
O DESENVOLVIMENTO DO BRASIL

SILVIO SANTOS GROUP ATTEMPTS TO MAKE DREAMS COME
TRUE AND CONTRIBUTES TO THE DEVELOPMENT OF
BRAZIL THROUGH ETHICAL AND RESPONSIBLE ACTIONS

SUMÁRIO

CONTENTS

- 4 **INTRODUÇÃO**
INTRODUCTION
- 6 **RESPONSABILIDADE CORPORATIVA**
CORPORATE RESPONSIBILITY
 - 8 **Gestão de pessoas**
People's management
 - 13 **Código de ética**
Ethics code
 - 14 **Comunicação interna e qualidade de vida**
Internal communication and quality of life
- 18 **AÇÃO SOCIAL**
SOCIAL ACTION
- 28 **CENTRO CULTURAL GRUPO SILVIO SANTOS**
SILVIO SANTOS GROUP CULTURAL CENTER
 - 32 **Projetos**
Projects

NOSSA MISSÃO

Nossa missão é oferecer às pessoas entretenimento e possibilitar o acesso a bens de consumo por meio da comercialização, distribuição e financiamento de produtos e serviços, procurando concretizar sonhos e contribuir de forma ética e responsável para o desenvolvimento do País.

NOSSA VISÃO

Ser a principal referência em todos os setores em que atua.

NOSSAS CRENÇAS (PRINCÍPIOS E VALORES)

Acreditamos:

- Na ética e no respeito como base de nossos relacionamentos.
- Nos benefícios de manter um ambiente corporativo que propicie a auto-estima e a valorização de nossos colaboradores.

- No aperfeiçoamento, na inovação e na agilidade como forma de estarmos constantemente sintonizados aos nossos clientes e aptos a atender e superar suas expectativas.
- No estímulo à criatividade, na competição ética e saudável e na busca incessante de melhores resultados como fatores-chaves para o sucesso de nossas atividades.
- No reconhecimento do trabalho e da satisfação profissional como requisitos para que a organização e seus colaboradores atinjam seus objetivos corporativos e individuais.
- Na obtenção do lucro e na remuneração constante do patrimônio do acionista, em consonância com as práticas de responsabilidade corporativa como contrapartida aos nossos resultados e alicerces de desenvolvimento sustentável do País.

OUR MISSION

Our mission is to offer people entertainment, and allow them the access to consumer goods through commercialization, distribution and financing of products and services in an attempt to make their dreams come true and to contribute in an ethical and responsible way for the development of the Country.

OUR VISION

To be the main reference in all sectors we work in.

OUR BELIEFS (PRINCIPLES AND VALUES)

We believe:

- In ethics and respect as the basis of our relationships.
- In the benefits of keeping a corporate environment appropriate to the self-esteem and value of our associates.

priate to the self-esteem and value of our associates.

- In improvement, innovation and agility as ways of being constantly in tune with our clients and also capable of both meeting and surpassing their expectations.
- In stimulating creativity, in ethical and healthy competition and in the ceaseless search for better results as key factors to successfully carry out our activities.
- In acknowledging work and professional satisfaction as requirements for the organization and its employees to meet their corporate and individual goals.
- In achieving profits and constantly remunerating shareholders' equity according to corporate responsibility policies as a basis to our results and to the Brazilian sustainable development.



Café da Manhã com o Presidente
Breakfast with the President

O GRUPO SILVIO SANTOS ACREDITA QUE A ÉTICA E O RESPEITO SÃO AS MELHORES BASES PARA OS RELACIONAMENTOS, SEJA COM FUNCIONÁRIOS OU CLIENTES

SILVIO SANTOS GROUP BELIEVES THAT ETHICS AND RESPECT ARE THE BEST BASES FOR THE RELATIONSHIPS WITH EITHER EMPLOYEES OR CLIENTS



**RESPONSABILIDADE
CORPORATIVA**
CORPORATE RESPONSIBILITY

GESTÃO DE PESSOAS



O ano de 2007, acompanhando o bom desempenho dos mercados e da economia brasileira, tornou ainda mais fortes e significativos os resultados das iniciativas do Grupo Silvio Santos, tanto em termos de novos negócios quanto no desempenho dos negócios tradicionais. São resultados que somente podem ser alcançados à luz de 50 anos de uma história de compromisso do Grupo Silvio Santos com aqueles que são os maiores responsáveis por esta história de sucesso: seus milhares de colaboradores em todo o País.

Para eles, o Grupo Silvio Santos tem como filosofia proporcionar mais do que um ambiente agradável

para trabalhar, mais do que oferecer salários compatíveis e os melhores benefícios; oferecemos, a todos os colaboradores do Grupo Silvio Santos, um verdadeiro sentido de pertencimento, de compromisso, que não somente dura 50 anos como projeta, para todos os nossos colaboradores, um horizonte de futuro.

Assim, o Grupo Silvio Santos tem sido, nos últimos 5 anos, um dos principais empregadores do País, contribuindo ano a ano para a geração de mais empregos, tendo encerrado 2007 com 10.944 colaboradores diretos, cujos índices de empregabilidade concentram-se, dado o perfil dos negócios, na faixas média e inferior da pirâmide organizacional.

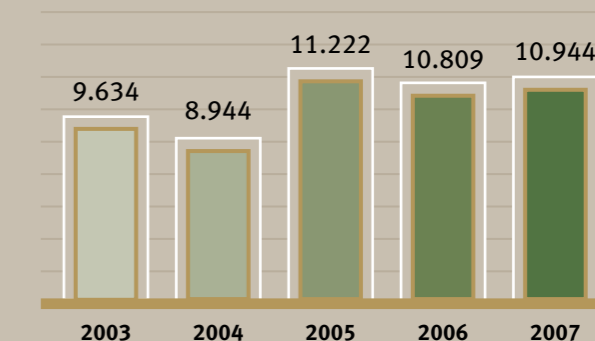
GRADE DE BENEFÍCIOS

- » Assistência Médica
- » Assistência Odontológica
- » Autogestão
- » Assistência Social
- » Cesta Básica
- » Desenvolvimento Pessoal
- » Benefício-Farmácia
- » Fundo de Pensão
- » Seguro de Vida
- » Vale-Alimentação
- » Vale-Refeição
- » Vale-Transporte
- » Outros

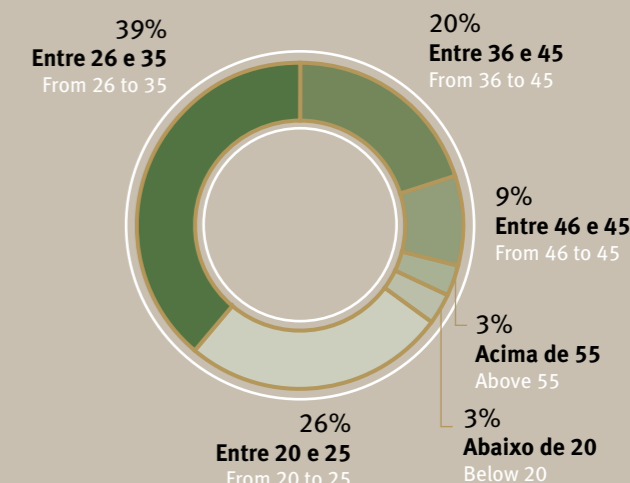
FRINGE BENEFITS LIST

- » Medical Assistance
- » Dentistry Assistance
- » Self-management
- » Social Assistance
- » Basic Food Basket
- » Personal Development
- » Medication Purchase Help
- » Pension Fund
- » Life Insurance
- » Food Tickets
- » Meal Tickets
- » Bus Tickets
- » Others

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE EMPREGADOS EVOLUTION IN NUMBER OF EMPLOYEES



DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA ALLOCATIONS BY AGE



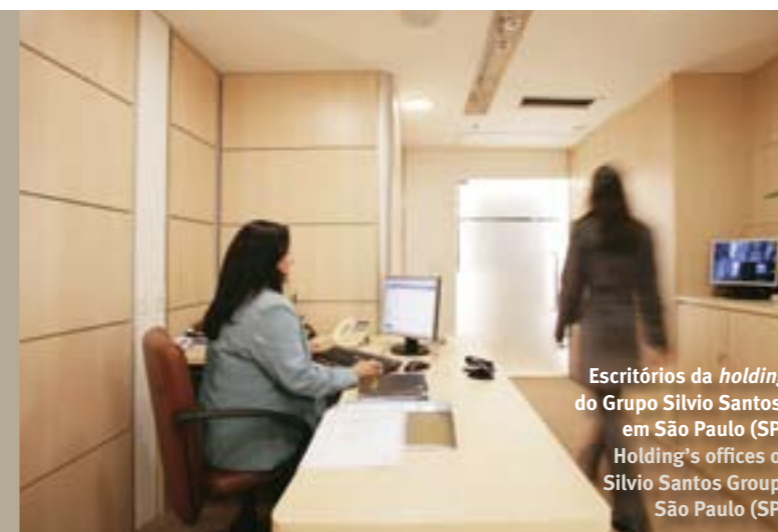
PEOPLE'S MANAGEMENT

In 2007, with the favorable Brazilian market and economy performance, results were strengthened at Silvio Santos Group, making them even more meaningful both in new businesses and in the performance of traditional businesses. These results could only be achieved thanks to Silvio Santos Group's 50-year history of commitment to those that are the truly responsible for this path of success: its thousands employees throughout Brazil.

Silvio Santos Group adopts the philosophy of providing them with more than a pleasant environment to work in, more than ap-

propriate salaries and better fringe benefits. It rather offers to its associates a true feeling of belonging to that community, through such a commitment that not only has been lasting 50 years, but also creates future expectations for all our employees.

Thus, over the last five years Silvio Santos Group has been one of the major employers in Brazil. It has yearly contributed to generate more jobs: at the end of 2007 there were 10,944 direct employees. Given its business profile, the Group's employability rates focus in the middle to bottom areas of the corporate pyramid.

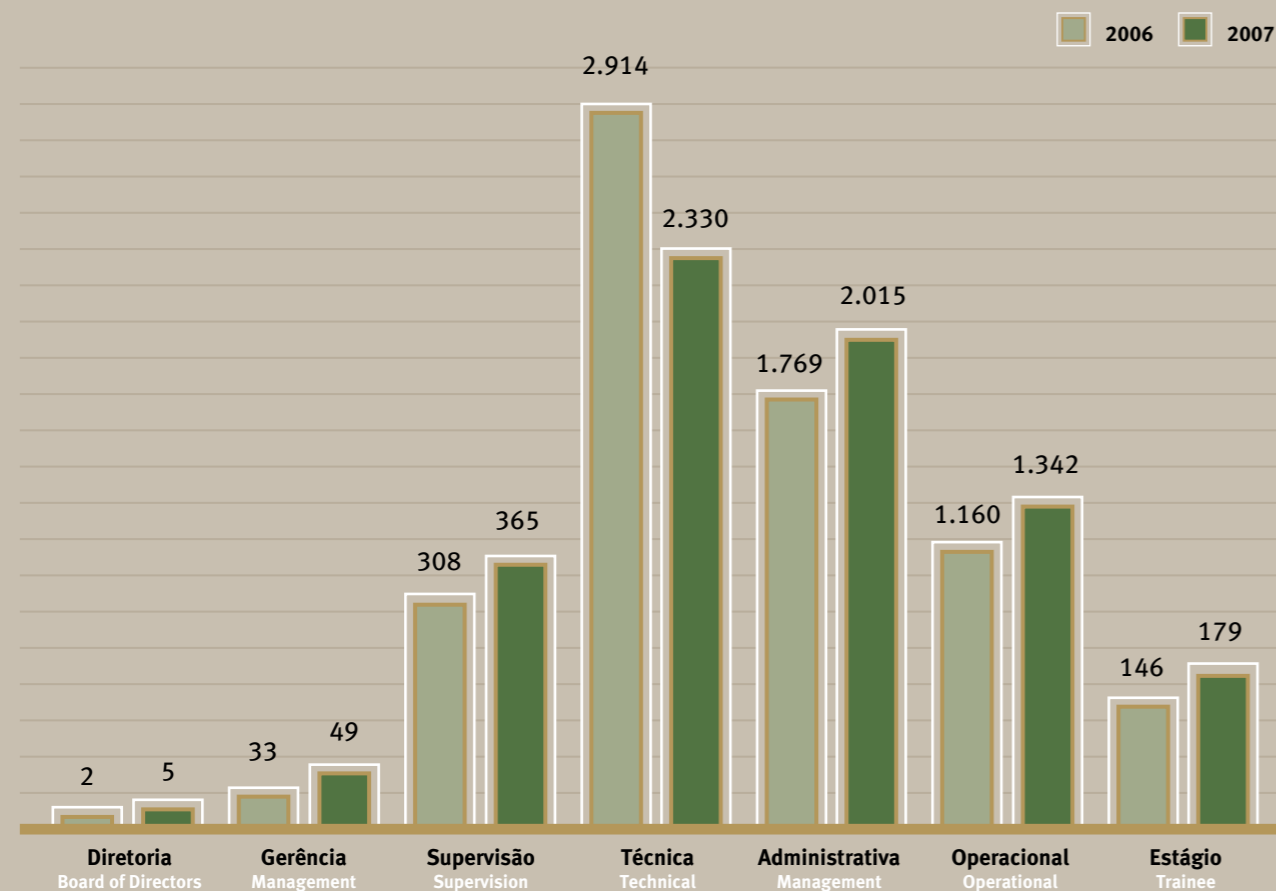


Escritórios da holding do Grupo Silvio Santos, em São Paulo (SP)
Holding's offices of Silvio Santos Group, São Paulo (SP)

Quadro de Colaboradores Personnel

Diretores Directors	35
Gerentes Managers	202
Supervisores Supervisors	763
Técnicos Technicians	3.626
Administrativos Managerial	3.537
Operacionais Operational	2.479
Estagiários Trainees	302
Total Total	10.944

DISTRIBUIÇÃO DAS MULHERES
ALLOCATIONS OF WOMEN



O Grupo Silvio Santos apresenta, nos últimos anos, uma distribuição etária bastante diversificada. A reestruturação realizada em alguns dos negócios tradicionais, em função da mudança do cenário de operação dos mercados e, ao mesmo tempo, a dinamização de outros, tal como o segmento financeiro, com destaque para as estruturas do PanAmericano e suas coligadas, bem como a criação dos novos negócios nas áreas de hotelaria, construção de imóveis e cosméticos, são fatores que têm modificado bastante a composição etária dos colaboradores do Grupo Silvio Santos. Somos uma organização que tem procurado manter o equilíbrio necessário entre a garra e o dinamismo da juventude e a experiência e o talento dos profissionais mais

maduros. Com isso, ao final de 2007, registramos 59% de nossos colaboradores de 26 a 45 anos, e idade média geral de 32,8 anos.

Merece destaque o investimento das empresas do Grupo Silvio Santos em novos talentos, principalmente na contratação de estagiários, que têm tido participação crescente nos negócios do Grupo ao longo dos últimos anos – representando 2,76% do total de colaboradores em 2007 (302 estagiários) –, sendo que nossas empresas garantem aos mesmos não só a concessão de benefícios, além da bolsa-salário, bem como condições efetivas de aprendizado, monitoradas pelos departamentos de Recursos Humanos e equipes de profissionais das áreas contratantes.



Silvio Santos Group has shown quite a diversified age distribution along the last few years. Restructuring carried out for some traditional businesses due to the scenario change of market operation and, at the same time, the fact that others – like the financial segment, especially PanAmericano's and its subsidiary companies' structures – became more dynamic, as well as the creation of new businesses in the areas of hotels, building construction and cosmetics, are some factors that have significantly changed the age range of Silvio Santos Group's personnel. The organization has managed to keep the required balance between youth's eagerness and dynamism

with the skilful and talent of its mature professionals. Therefore, 59% of the employees between 26 and 45 years old were legally hired at the end of 2007, with a general average age at 32.8 years old.

Investment of Silvio Santos Group in new talents stands out, especially in hiring trainees, who have had a growing participation in Group business for the last few years: they amounted to 2.76% of the total number of employees in 2007 (302 trainees). Besides fringe benefits, our companies provide them salary-based scholarships and effective education conditions, which are monitored by the Human Resources departments and by professional teams from the areas they are hired to.

Ao longo dos anos, nos tornamos uma organização com destacada participação feminina: 57% dos nossos colaboradores são mulheres. Porém, a participação feminina no Grupo Silvio Santos concentra-se, majoritariamente, nas faixas operacionais e intermediárias da pirâmide de cargos; houve avanços na promoção e contratação de mulheres para os níveis de gerência e diretoria nas empresas do Grupo, porém, ainda não são significativos. Também não houve avanços em relação a perfil racial: apenas 14,36% dos colaboradores do Grupo Silvio Santos declaram-se pertencentes a minorias étnicas.

O Grupo Silvio Santos entende e reflete as demandas contemporâneas que afetam o mercado e, consequentemente, as estruturas organizacionais, porém, algumas práticas continuam essenciais para nós.

O investimento em Benefícios em 2006 somou R\$ 82 milhões, representando 39% da folha de pa-

gamento nominal, ressaltando que vários benefícios são estendidos por 6 meses no desligamento do colaborador. Acompanhando as dinâmicas do mercado, as empresas do Grupo Silvio Santos também adotaram, em 2007, o sistema de co-participação com o funcionário para o benefício de assistência médica, visando preservar as condições de atendimento e qualidade.

Mesmo assim, o investimento do Grupo Silvio Santos neste que é considerado um dos benefícios mais importantes pelos colaboradores, dada a ausência de condições de atendimento digno na rede pública de saúde, representa 11% da folha de pagamento nominal.

A preocupação com o futuro de seus colaboradores estende-se ao investimento do Grupo Silvio Santos em previdência complementar, e em 2007 R\$ 9,25 milhões foram destinados a essa rubrica. O GSS já atende 145 Participantes Ativos, em gozo do benefício.

Throughout the years, we have become an organization with outstanding participation of women: 57% of our employees are women. Nevertheless, women's participation in Silvio Santos Group centers mostly in operational and middle ranges of the job pyramid. There was an increasing relating women's promotion and hiring for management and board levels of Group companies, but so far these have not been significant. On the other hand, there was no progress concerning race allocation: only 14.36% of Silvio Santos Group employees say they belong to ethnic minorities.

Silvio Santos Group understands and reflects contemporary demands that impact the market and, as a consequence, corporate structures; some policies, however, are still essential to us.

Investment in Fringe Benefits in 2006 totaled R\$ 82 millions,

reaching 39% of the nominal payroll. It is important to point out that several fringe benefits continue in force for 6 months even after the employee is severed from the Group. In line with market dynamics, Silvio Santos Group companies also adopted in 2007 the co-participation system to provide the employees medical assistance in order to maintain their service and quality conditions.

Even so, the investment of Silvio Santos Group in medical assistance – considered by its employees as one of the most important benefit because of the lack of effective services by the public health network – amounts to 11% nominal payroll.

Concerned about the future of its employees, Silvio Santos Group has extended its investments toward private pension funds, and in 2007 R\$ 9.25 million were destined to that account. SSG already services 145 Active Subscribers who enjoy that benefit.

CÓDIGO DE ÉTICA



Há mais de 6 anos o Grupo Silvio Santos consolidou suas diretrizes de comportamento ético no Código de Conduta Ética do Grupo Silvio Santos. Disponível nas versões impressa e eletrônica, o Código de Conduta Ética já recebeu diversas atualiza-

ções, muitas delas oriundas de recomendações dos próprios colaboradores, ao identificar novos desafios em suas relações com colegas, superiores, fornecedores, terceirizados e órgãos legais, entre muitos outros públicos de relacionamento.

O CÓDIGO DE ÉTICA É ATUALIZADO CONSTANTEMENTE

THE ETHICS CODE IS CONSTANTLY UPDATED



ETHICS CODE

Over six years ago Silvio Santos Group consolidated its ethics behavior guidelines into Silvio Santos Group Ethics Behavior Code. Available both in printed and electronic versions, the Ethics Behavior Code has been updated several times, some of them suggested by the employees themselves, who noticed new challenges to their relationships with co-workers, managers, suppliers, subcontractors and legal agencies, among many other publics entities they work with.

COMUNICAÇÃO INTERNA E QUALIDADE DE VIDA



O relacionamento, o diálogo e a preocupação em manter os colaboradores informados sobre a organização, além da promoção de ações continuadas de qualidade de vida são práticas constantes nas empresas do Grupo Silvio Santos.

A política de relacionamento estende-se à presidência do Grupo Silvio Santos, a qual, em 2007, realizou dez Cafés da Manhã com o Presidente, reunindo um total de 120 colaboradores de todo o País e de vários níveis hierárquicos (excluindo-se apenas as diretorias e as vice-presidências), escolhidos por sorteios randômicos realizados pela diretoria corporativa de Recursos Humanos. É um

espaço aberto para críticas, sugestões e esclarecimento de dúvidas diretamente com a presidência da organização.

Para disseminar as informações corporativas a todos os colaboradores diretos do Grupo Silvio Santos, editamos o *SS News – house organ* com várias edições anuais, cujas editorias tratam de políticas e estratégicas corporativas, resultados, lançamentos de novos negócios, produtos, serviços e premiações, enfim, viabilizando o acesso às informações corporativas consideradas mais relevantes para deixar o colaborador GSS sintonizado com os rumos e o desempenho do Grupo. Complementando

O SS NEWS FALA AOS FUNCIONÁRIOS SOBRE OS ACONTECIMENTOS DA EMPRESA

THE SS NEWS DISCLOSES THE EMPLOYEES THE FACTS INVOLVING THE COMPANY



o jornal interno em mídia impressa, há também o eNews, nosso boletim eletrônico, de característica mais imediata e cujas notícias são, na maioria das vezes, destinadas a mobilizar o público interno em torno de iniciativas e campanhas comuns. Ele chega a todas as máquinas de nossos colaboradores e, para garantir a máxima abrangência da informação, também é impresso e colocado nos murais internos das empresas do Grupo.

O Grupo Silvio Santos disponibiliza ainda um portal de informações corporativas com a íntegra das políticas do Grupo, Resoluções do Conselho de Direção, atos de gestão, *hot site* do fundo de pensão,

manual de identidade visual corporativa, Código de Conduta Ética, informações sobre as empresas e organogramas, entre outras informações de cunho corporativo. Também ficam disponíveis no portal todas as edições eletrônicas do eNews GSS.

As homenagens em datas especiais – como Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia Internacional da Mulher, Dia das Secretárias e diversas outras datas nas quais se podem homenagear as diversas categorias de profissionais que trabalham no Grupo Silvio Santos – fazem parte do calendário regular de atividades de integração e relacionamento de nossas empresas.

INTERNAL COMMUNICATION AND QUALITY OF LIFE

The relationship, constant conversation with its employees and the concern in keeping them informed about the organization – besides continued actions toward enhancing quality of life – are usual practices adopted by Silvio Santos Group companies.

The relationship policy is also extended to the Silvio Santos Group's CEO, which in 2007 offered ten breakfast meetings with the President, gathering 120 employees from all over the country from several hierarchy levels (except for directors and vice-presidents). These employees were randomly chosen through lotteries by the Human Resources corporate board for the meeting has an

aim to collect criticisms, suggestions and also answers to some questions directly from the organization presidents.

In order to broadcast corporate information to all Silvio Santos Group direct associates, we publish *SS News – a house organ* issued periodically. Its editorials deal with corporate policies and strategies, results, launching of new businesses, products, services and awards. In short, it provides access to corporate information considered relevant in order to help SSG employees being in tune with the Group directions and performance. As supplement to the internal printed newsletter, there is also the eNews, a

more immediate nature electronic bulletin. Its news is mostly intended to mobilize internal public towards common endeavors and campaigns. Reaching all computers of the organization, in order to ensure maximum information coverage, it is also printed and placed in internal bulletin boards for the Group companies.

Silvio Santos Group also provides a corporate information portal with all Group policies, Direction Committee Ordinances, management acts, pension fund hot site, corporate visual identity manual, the Ethics Behavior Code, information on companies and organizational charts, among other corporate information. Yet all

electronic issues from SSG eNews are available in the portal too.

Special dates – like Mothers' Day, Fathers' Day, Women's International Day, Secretary Day and several other ones its professionals consider important – are usually celebrated in the Group as a part of its regular integration and relationship calendar.

Our companies are also concerned with quality of life at work carrying out actions aimed at making employees aware they should adopt healthier habits, take care of their health and bodies, balance their personal, family and professional lives, and set some time for leisure and sports as a way of social integration.

Nossas empresas também estão atentas à promoção da qualidade de vida no trabalho com ações que objetivam a conscientização dos colaboradores na busca por hábitos saudáveis, cuidados com a saúde e com o corpo, equilíbrio entre vida pessoal, familiar e profissional, valorização do lazer e do esporte como integração social. As empresas do Grupo realizam várias campanhas de conscientização e de vacinação (contra o vírus da gripe, por exemplo), além de programas estruturados de forma completa – como o QualiVida PAN, que promove palestras mensais com renomados especialistas na área de saúde e bem-estar –, que contam com a participação ativa e interessada de centenas de colaboradores do PanAmericano. O QualiVida PAN também oferece academia e atividades de relaxamento durante o expediente e incentiva a prática de esportes: em seis me-

ses de competição – de julho a dezembro de 2007 –, a IV Olimpíada PAN contou com a participação de 1.054 colaboradores em diversas modalidades esportivas. Ainda no incentivo ao esporte, o PanAmericano patrocina os atletas do TacoPan em várias provas de atletismo durante o ano, tais como a Corpore Nike Plus e a tradicional Corrida de São Silvestre, realizada no último dia de cada ano, na cidade de São Paulo.

Destacam-se também as atividades do SBT, que, além da Academia Espaço Viver Bem, desenvolve durante o ano diversas campanhas de conscientização e promoção de integração e saúde e mantém, desde 2001, o Coral do SBT, que conta com a participação de 25 colaboradores e realiza várias apresentações internas e externas, especialmente em escolas estaduais, hospitais e locais públicos, como estações de metrô e shopping centers.



The Group companies arrange several awareness and vaccination campaigns (against flu virus, for instance) besides fully-structured programs – like QualiVida PAN, which promotes monthly lectures from famous experts in the field of health and well-being. They count on active and interested participation of hundreds employees from PanAmericano. QualiVida PAN also provides gym and relaxation activities during work ours and stimulates the practice of sports: in six months of competition – from July to December 2007 – 1,054 took part in the IV PAN Olympics on several kinds of sport. Still fostering sports, PanAmericano sponsors athletes from Taco-

Pan at several athletism competitions along the year, such as Corpore Nike Plus and the traditional São Silvestre Race, ran at December 31 every year in the city of São Paulo.

Among these activities stand out the SBT's: besides Espaço Viver Bem Gym it carries several awareness campaigns along the year to generate health awareness and integration. Since 2001, it maintains SBT Chorale, which comprises 25 employees with varios presentations, both internal and external, especially in state schools, hospitals and public places, like underground stations and shopping centers.



O PANAMERICANO INCENTIVA A PRÁTICA DE ESPORTES

PANAMERICANO ENCOURAGES THE PRACTICE OF SPORTS



AÇÃO SOCIAL
SOCIAL ACTION

Além do Centro Cultural Grupo Silvio Santos, que concentra o investimento social das empresas do GSS em projetos diretamente ligados à cultura, as empresas do Grupo Silvio Santos se destacam em ações específicas que objetivam um maior envolvimento e contrapartida de cada empresa aos públicos e à comunidade diretamente relacionados a cada uma delas.

O SBT mantém programas de incentivo e apoio à educação de funcionários, por exemplo, tanto por meio do reembolso parcial para cursos de extensão, graduação e pós-graduação, como também, desde 2002, o projeto Volte a Estudar Conosco, que, em 2006, em parceria com o CIEE (Centro de Integração Empresa Escola), ofereceu aulas durante a semana em três horários diferentes, dentro do SBT, para turmas de 5ª a 8ª séries.

Além de toda a estrutura – sala de aula, professor, orientação pedagógica, oficinas específicas e material didático –, o empregado conta com o incentivo do gestor na flexibilização da escala de trabalho do aluno envolvido. Em 2007, esses projetos beneficiaram 98 pessoas.

Em atendimento à Lei Federal 10097/2000, o SBT também cumpre função social com o programa de Aprendizagem Profissional, que, em 2008, está em sua quinta turma, e em parceria com a AME (Associação das Mulheres pela Educação) contempla jovens carentes com idade entre 16 e 18 anos oriundos da comunidade de Osasco, São Paulo, onde se localiza a sede da empresa.

Os jovens são distribuídos por diversas áreas de atuação da empresa e, durante a semana, passam três dias estudando no SENAC/SP e três dias traba-



Artista plástico, no Teleton, em São Paulo (SP)
Plastic artist, at Teleton, São Paulo (SP)

O SBT MANTÉM PROGRAMAS DE INCENTIVO E APOIO À EDUCAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS, COMO O “VOLTE A ESTUDAR CONOSCO” E O PROGRAMA DE “APRENDIZAGEM PROFISSIONAL”

SBT KEEPS PROGRAMS TO FOSTER AND SUPPORT THE EMPLOYEES’ EDUCATION, SUCH AS “VOLTE A ESTUDAR CONOSCO” (BE BACK TO SCHOOL WITH US) AND “APRENDIZAGEM PROFISSIONAL” (PROFESSIONAL LEARNING)

Besides Silvio Santos Group Cultural Center, the focus of SSG companies’ social investment in projects strictly linked to culture, its companies stand out some specific actions aimed at causing companies to get more involved with and provide better benefits to publics and communities directly related to each of them.

SBT maintains programs to foster and support employees’ education. For instance, both through partially paying for extension, under-graduate and graduate courses, and also – from 2002 on – through Volte a Estudar Conosco [Be Back to School with Us], which, since 2006 in a partnership with CIEE (Business School Integration Center) offers workday classes at three different periods at SBT’s installations for 5th and 8th grade students.

In addition to the whole infrastructure – classroom, teachers, pedagogical guidance, specific workshops and teaching material – employees are further helped by their managers, who provide the enrolled students with flexible work schedules. In 2007, these projects reached 98 people.

In compliance with Federal Law 10097/2000, SBT also fulfills a social role through the Aprendizagem Profissional [Professional Learning]. Its fifth class started in 2008 and, in a partnership with AME (Women’s Association for Education), it helps needy youths aged 16 to 18 from communities in Osasco, São Paulo, where the company has its headquarters.

The youths come from several company performance areas. During the week, they spend three days studying at SENAC/SP and three days working at SBT. There, they get technical and professional



Boneco símbolo do Teleton,
em São Paulo (SP)
Teleton puppet symbol,
in São Paulo (SP)

EM 2007, COM SUA DÉCIMA EDIÇÃO, O TELETON
TEVE 27 HORAS DE PROGRAMAÇÃO SOCIAL
E ARRECADOU MAIS DE R\$ 17 MILHÕES

IN 2007, IN ITS TENTH EDITION, TELETON OFFERED
27 HOURS OF SOCIAL PROGRAMMING AND
COLLECTED MORE THAN R\$ 17 MILLION

lhando no SBT, onde recebem formação técnica e profissional, baseada em programas relacionados com cada área, bem como acompanhamento e suporte da área de Desenvolvimento e RH.

Em abril de 2007, os dez aprendizes da terceira turma do programa obtiveram excelentes resultados: 80% do grupo conseguiu recolocação no mercado de trabalho, em oportunidades internas ou em outras organizações.

Destaque também para a parceria com o Instituto Criar (entidade sem fins lucrativos que oferece a jovens carentes capacitação para o trabalho em atividades relacionadas ao campo audiovisual por meio da formação técnica), na qual 17 estudantes do Instituto Criar de TV e Cinema fazem estágio supervisionado nas áreas de maquiagem, iluminação, roteiro, produção e edição do SBT. A parceria envolve ainda a prefeitura do município de Osasco, que, por meio de seu programa de inclusão, proporciona uma bolsa-auxílio a cada participante.

Mas o grande destaque de ação social do SBT é, sem dúvida, o **Teleton**. Em 2007, com sua décima edição, tendo à frente em 27 horas de programação social o apresentador Silvio Santos, foram arrecadados mais de R\$ 17 milhões, superando os R\$ 16.163.083 obtidos na edição de 2006. A maratona conta ainda com o apoio de 6 mil voluntários entre artistas, apresentadores, atendentes de telemarketing e equipe de apoio. Os recursos arrecadados são doados à AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente) para a manutenção das unidades de atendimento, a construção de novas unidades e a ampliação da capacidade mensal do número de cirurgias de escoliose.

O Teleton se soma a diversas iniciativas, que contam com o voluntariado interno dos colaboradores do SBT em campanhas de arrecadação de agasalhos destinados ao FUSSESP (Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo) e de doação de sangue ao Hemocentro – Fundação Pró-Sangue, por exemplo.

training based on area-related programs, as well as follow-up and support from the Development and HR areas.

On April 2007 learners from the third program class achieved excellent results: 80% of the group managed to re-enter the labor market, both through work opportunities in the group itself and in other organizations.

The partnership with Instituto Criar (a non-profit agency with the goal to provide needy youths with technical labor training in audiovisual industry activities) also stands out. Thanks to it, 17 Instituto Criar de TV e Cinema's students are now working as supervised trainees in SBT's areas of makeup, lighting, script, production and editing. The partnership involves also the Osasco municipality city hall which, through its inclusion program, offers each participant scholarships.

Nevertheless the great SBT social action highlight is certainly **Teleton**. Now with its tenth issue, having Silvio Santos as host during 27 hours of social shows, it has collected R\$ 17 million in 2007, surpassing the R\$ 16,163,083 recorded in the 2006 issue. The marathon is supported by 6 thousand volunteers, including artists, show hosts, telemarketing operators, and the support team. Funds collected are donated to AACD (Association for the Assistance to Challenged Children) so as to maintaining existing service units, building new ones and increasing the monthly number of scoliosis surgeries.

Teleton is part of several actions that have the voluntary support of SBT associates in campaigns to collect warm clothes and send them to FUSSESP (Social Solidarity Fund of the State of São Paulo) or

Há ainda a veiculação de quase 8,5 mil inserções de publicidade institucional para 40 organizações sem fins lucrativos, divulgando e promovendo diferentes causas sociais, o que representa um investimento de mídia estimado em cerca de R\$ 49 milhões.

O Banco PanAmericano também é uma das unidades de negócio mais ativas do Grupo Silvio Santos no envolvimento com a questão social.

As equipes de Recursos Humanos e Comunicação Interna do Banco promovem várias ações e campanhas de cunho social, que têm por objetivo despertar no colaborador do PanAmericano a consciência de cidadania. Em 2007, a campanha do agasalho arrecadou cerca de 5 mil peças; já a campanha de brinquedos bateu todos os recordes, arrecadando 17.915 brinquedos, que fizeram a alegria de mais de 5 mil crianças.

Para um Natal sem Fome, a campanha de alimentos superou mais uma vez marca de 8 toneladas de doativos. Ainda em dezembro, os Concertos de Natal do Banco PanAmericano, realizados na sede do Banco, na Av. Paulista, reúnem milhares de pessoas para assistir a uma programação bem eclética, que abrange trechos de óperas e peças clássicas famosas, trilhas sonoras de cinema e músicas brasileiras, além das tradicionais canções natalinas. Em 2007, o renomado maestro Renato Misiuk foi responsável pela regência do espetáculo, que contou com participações importantes, como a soprano Edna D'Oliveira, o tenor Rubens Medina e o Grupo Paulista de Trombone.

Ainda em ação social, em junho de 2007 o PanAmericano recebeu o **Top Social 2007** da ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do



Silvio Santos coordenou a maratona televisiva do Teleton, nos estúdios do SBT, em São Paulo (SP)
Silvio Santos has coordinated Teleton tv marathon at SBT studios, in São Paulo (SP)

to donate blood to Hemocentro – Fundação Pró-Sangue [Pro-Blood Foundation], for instance. There is also the broadcast of almost 8.5 thousand corporate publicity adds for 40 non-profit organizations that advertise and encourage several social causes. This amounts to a media investment estimated in about R\$ 49 million.

Banco PanAmericano is also one of the business units in Silvio Santos Group that is most actively involved in social issues.

The Bank's Human Resources and Internal Communication teams promote several social actions and campaigns aimed at generating citizenship awareness in PanAmericano's associates. In 2007, the warm clothes campaign collected about 5 thousand pieces; and the toy campaign reached a record of 17,915 toys, bringing joy to over 5 thousand children. The food campaign Para um Natal sem Fome [For a Hunger-free

Christmas] once more surpassed the goal of 8 tons in donations.

Also in December, Christmas Concertos of Banco PanAmericano, presented at the Bank headquarters in Av. Paulista, gather thousands of people, who watch to several presentations, including stretches of operas and famous classical pieces, movie soundtracks and Brazilian songs, together with traditional Christmas' songs. In 2007 the famous maestro Renato Misiuk was responsible for conducting the show, which counted on with famous figures, like soprano Edna D'Oliveira, tenor Rubens Medina and Grupo Paulista de Trombone [São Paulo Trombone Group].

Also during social actions, in 2007 PanAmericano was awarded with **Top Social 2007** of ADVB (Association of Sales and Marketing Managers on Brazil) granted to all social actions, particularly the Food Campaign and the Recycling Campaign – ReciclaPan, which works to gener-



O PanAmericano recebeu o Top Social 2007 da ADVB, em São Paulo (SP)
PanAmericano was awarded with Top Social 2007 by ADVB, in São Paulo (SP)



Projeto Cidadão, no Guarujá (SP)
Citizen Project, in Guarujá (SP)

Brasil) pelo conjunto de suas ações sociais, especialmente pela Campanha de Alimentos e pela Campanha de Reciclagem – ReciclaPan, que atua na conscientização e na mobilização dos colaboradores em prol de ações de preservação e proteção à natureza, realizando coleta seletiva. Com as verbas arrecadadas, há dois anos o PAN adquire medicamentos, colchões e utensílios para doar a dezenas de entidades beneficentes.

Também em relação à atuação cidadã, com o objetivo de aumentar a carteira de investidores e, ao mesmo tempo, contribuir efetivamente com projetos sociais, desde 2006 o PanAmericano criou o Fundo Solidário PanAmericano – parceria com algumas prefeituras e associações em diversos estados do Brasil –, no qual a taxa de administração de aplicações realizadas por empresas e investidores individuais das regiões

conveniadas é revertida para projetos sociais locais.

Já a Sisan Empreendimentos Imobiliários e o Complexo Jequitimar trabalham sua contrapartida social na forma do Projeto Cidadão.

O **Projeto Cidadão – Sua Porta para o Futuro** teve início em 2006, com cem jovens, na faixa etária de 17 a 20 anos, pertencentes aos bairros Barreira, Vila Rã e Vila Baiana, que abrigam comunidades carentes do município do Guarujá.

A iniciativa tem por principal objetivo proporcionar ao jovem de baixo poder aquisitivo e em situação de risco formação e capacitação que permita inseri-lo no mercado de trabalho. Sua primeira turma, concluída em dezembro de 2006, formou 79 jovens e, destes, 46 foram inseridos no mercado de trabalho local. Com duração de sete meses, sua grade de capacitação principal é volta-

ate awareness and mobilize its associates in favor of nature preservation and protection actions through selective collection. For two years, PAN has been designing collected money, medications, mattresses and crockery to dozens of charity organizations.

Also in relation to citizen performance with the goal of increasing investors' portfolio and, at the same time, actually contributing to social projects, PanAmericano created in 2006 the Fundo Solidário PanAmericano [PanAmericano Solidarity Fund] – a partnership with some city halls and associations in several Brazil states – and the administration fee from investments by companies and individual investors from subscribing companies is reverted into local social projects.

Sisan Empreendimentos Imobiliários and Jequitimar Plant, in

its turn, have fulfilled its social counterpart through the Projeto Cidadão [Citizen Project].

Projeto Cidadão – Sua Porta para o Futuro [Citizen Project – Your Door to the Future] has started in 2006 with a hundred youths from 17 to 20 years old coming from Barreira, Vila Rã, and Vila Baiana neighborhoods, needy communities of Guarujá.

The endeavors main goal is to provide low income youths in risk situations with enough training and education to send back to labor market. The first group, which graduated December 2006, included 79 youths, and 46 of them got jobs in the local labor market.

Lasting for seven months, its main training syllabus focuses on the Tourism and Sales/Retail sectors, and includes supplementary subjects – Computer Skills, Arts, Reading, Speaking and Writ-

da para os segmentos de Turismo e Vendas/Varejo, com disciplinas complementares – Informática; Artes; Ler, Falar e Escrever; Números e Contas; Brasil Natureza; Corpo e Saúde; Esportes; Oriente-se; Técnicas de Vendas; e Dicionário de Inglês.

São desenvolvidas atividades externas com os jovens visando incentivar, ampliar e atualizar o conhecimento gerado nos cursos através de visitas técnicas, tais como ao Museu da Língua Portuguesa. O sucesso tem sido tão grande que o programa está em sua segunda edição, atendendo a mais cem adolescentes que moram no Guarujá.

O Projeto Cidadão – Sua Porta para o Futuro é uma parceria entre o Grupo Silvio Santos, por meio da Sisan Empreendimentos Imobiliários, e a UNAERP (Universidade de Ribeirão Preto – Campus Guarujá), com apoio da Prefeitura Municipal do Guarujá.

ing, Numbers and Calculating, Nature Brazil, Body and Health, Sports, Get Oriented, Sales Techniques, and an English Dictionary.

External activities are carried out involving youths in order to foster, extend, and update knowledge generated in classes by means of site visits, such as the one to Museu da Língua Portuguesa [Portuguese Language Museum]. The program is so successful that it is now in its second issue, helping more than a hundred teenagers living in Guarujá.

Projeto Cidadão – Sua Porta para o Futuro is a partnership between Silvio Santos Group – through Sisan Empreendimentos Imobiliários – and UNAERP (Ribeirão Preto University – Guarujá Campus), with the support of Guarujá City Hall.

Ação da Campanha do Agasalho, em São Paulo (SP)
Warm Clothing Campaign, in São Paulo (SP)



O PROJETO CIDADÃO TEVE INÍCIO EM 2006, COM CEM JOVENS, DE 17 A 20 ANOS

THE CITIZEN PROJECT STARTED IN 2006, WITH ONE HUNDRED PEOPLE BETWEEN 17 AND 20 YEARS OLD



CENTRO CULTURAL GRUPO SILVIO SANTOS

SILVIO SANTOS GROUP CULTURAL CENTER



Ação do Projeto Escola,
no Centro Cultural Grupo Silvio
Santos, em São Paulo (SP)
Projeto Escola's endeavor at the
Silvio Santos Group Cultural
Center, São Paulo (SP)



O Centro Cultural Grupo Silvio Santos (CCGSS) é uma entidade social sem fins lucrativos criada pelas empresas do Grupo Silvio Santos no ano de 2003, consolidando as políticas de ação social do Grupo, que vê a prática da Responsabilidade Social Corporativa como alicerce para o desenvolvimento sustentável do País.

MISSÃO

Desenvolver, promover e implementar ações baseadas no teatro como instrumento para a educação, o desenvolvimento social e o fortalecimento de valores culturais e de cidadania entre crianças e jovens, especialmente os de comunidades de baixa renda, sempre em parceria com educadores e instituições de ensino.

VISÃO

Tomar-se referência nacional na valorização do teatro para crianças e jovens e no uso das artes cênicas como recurso para a educação, promoção de valores culturais, exercício da cidadania e inclusão social.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Criar e difundir uma tecnologia de baixo custo e de fácil replicação, que possibilite a qualquer educador brasileiro, em qualquer lugar do País, desenvolver em sua escola uma experiência de teatro-educação com resultados pedagógicos satisfatórios.
- Atuar com organizações do Terceiro Setor, órgãos educacionais e instâncias de governo, colocando sua experiência a serviço da formulação de políticas públicas voltadas para o teatro e a educação.
- Tornar os espetáculos acessíveis por meio de preço de ingresso subsidiado para públicos de baixa renda que normalmente não freqüentam o teatro.
- Estabelecer mais parcerias com escolas, educadores e autoridades educacionais em torno do teatro voltado para a educação.
- Promover o reconhecimento público de iniciativas nos campos do teatro para crianças e jovens e do teatro-educação.
- Capacitar educadores, atores, diretores e profissionais interessados em trabalhar o teatro na educação em todos os seus aspectos.

Silvio Santos Group Cultural Center (Centro Cultural Grupo Silvio Santos – CCGSS) is a non-profit social entity created by Silvio Santos Group companies in 2003. It consolidates the Group's social endeavors, by considering the Corporate Social Responsibility policy the foundation for Brazil's sustainable development.

MISSION

To develop, foster and implement actions based on the theater as an education, social development and cultural value, as well as a citizenship strengthening tool among children and youths, especially those from low income communities, always through partnerships with educators and teaching institutions.

VISION

To become a national reference in aiding children and youth appreciate theater and also to use performing arts as a resource for education, by encouraging their cultural values and the exercise of citizenship and social inclusion rights.

STRATEGIC OBJECTIVES

- To create and broadcast a low-cost technology easily replicable so as to allow any Brazilian educator throughout Brazil developing a theater-education experience at their schools with effective pedagogical results.
- To work with voluntary third-party sector organizations and education and government agencies by using its expertise to help creating public policies focused on theater and education.
- To subsidize ticket prices in order to help low-income public – who normally do not go to the theater – having access to shows.
- To enter into more partnerships with schools, educators and education authorities concerning the theater focused on education.
- To foster public acknowledgement of endeavors in the fields of theater and theater education for children and youths.
- To train educators, actors and directors, and other professionals interested in working with theater in education in all its aspects.

PROJETOS



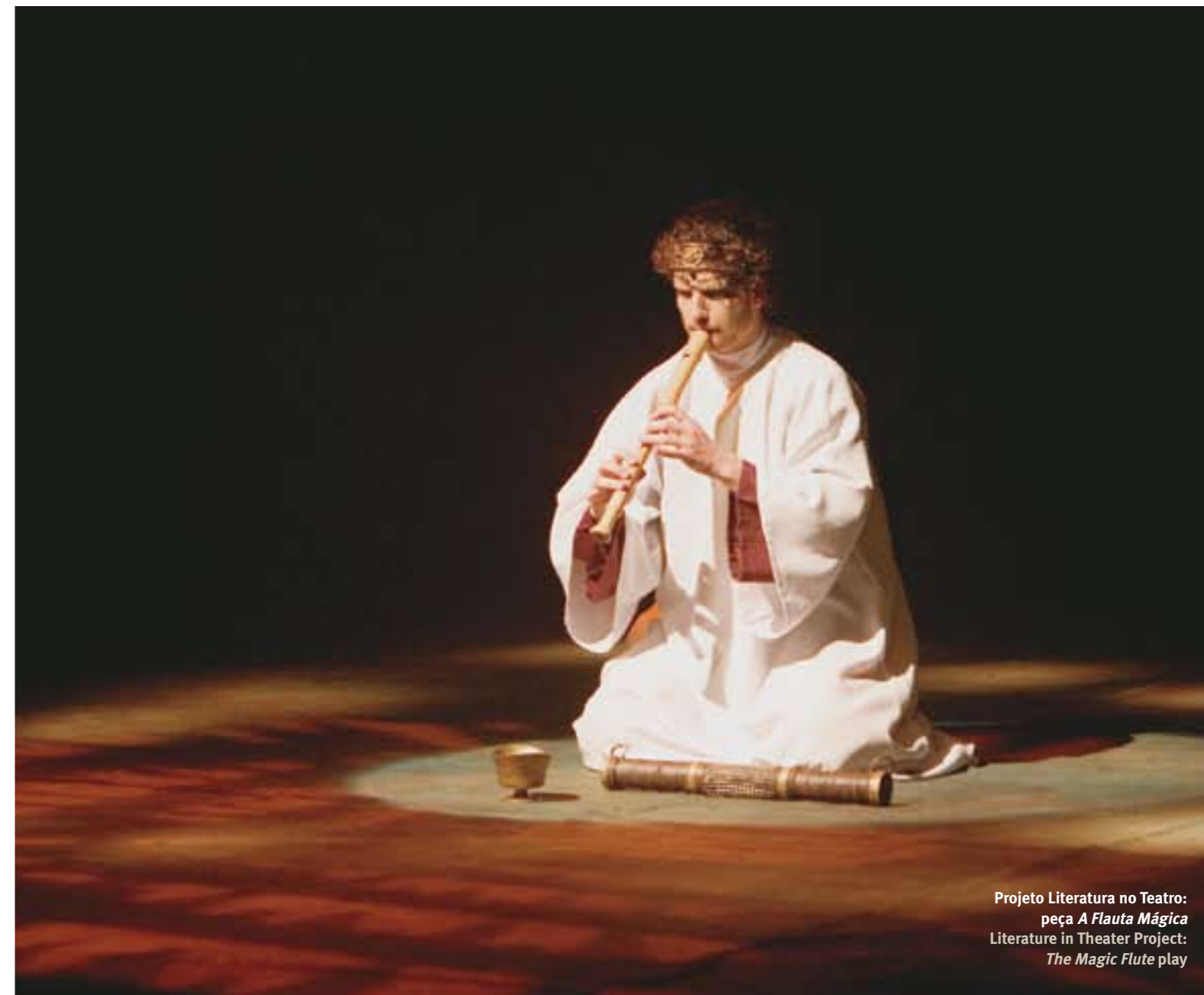
A partir de sua missão e dos objetivos centrais de atuação, o Centro Cultural Grupo Silvio Santos desenvolve, com sucesso, o Projeto Literatura no Teatro, uma iniciativa que congrega a valorização e o incentivo à leitura de obras literárias com as múltiplas possibilidades educacionais e culturais do teatro.

Para cumprir seus objetivos, o Projeto contempla a realização de oficinas artístico-pedagógicas destinadas a capacitar os professores no uso do teatro como recurso de educação e torná-los multiplicadores ativos da causa. Para isso, trabalha com o livro original (com doação de cerca de 20 mil exemplares da obra para alunos e professores participantes e bibliotecas das escolas) e com material pedagógico exclusivo, em versões específicas para professores e alunos, preparados por uma comissão especializada de educadores. Dessa forma, o Projeto dissemina conhecimentos, técnicas e ativi-

dades que possam efetivamente ser realizadas em sala de aula e garante a continuidade do processo.

O Projeto Literatura no Teatro é realizado sempre com o apoio institucional das Secretarias de Educação dos estados e dos municípios onde é realizado e tem como público-alvo professores e alunos das redes oficial e particular de ensino, notadamente os da rede pública. No entanto, também pode ser visto pelo público em geral, na forma de espetáculo teatral.

Em 2007, em parceria com a Bic e a Edições SM, promoveu sua segunda edição, com a obra **A Flauta Mágica**, adaptação do escritor brasileiro Dionísio Jacob ao libreto da famosa ópera de Mozart, dando continuidade às comemorações dos 250 anos do nascimento do gênio austríaco. Indicada ao Prêmio Femsa de Teatro Infantil na Categoria Melhor Produção, a peça ficou em cartaz de março de 2007 a junho de 2008, no Teatro Imprensa, em São Paulo,



Projeto Literatura no Teatro:
peça *A Flauta Mágica*
Literature in Theater Project:
The Magic Flute play

PROJECTS

Based on its mission and core performance objectives, Silvio Santos Group Cultural Center has successfully developed Projeto Literatura no Teatro [Literature in Theater Project], an endeavor that joins appreciation and incentive to reading of literary works to the several educational and cultural possibilities provided by theater.

In order to meet its goals, the Project includes artistic-pedagogic workshops to train teachers in using theater as an education resource and to encouraging them to extend their learning to other people in favor of that issue. Thus, it works with original works (including about 20 thousand copies donated to students and teachers and to school libraries) and with exclusive pedagogical material in specific teacher and student versions prepared by a committee of expert educators. Consequently, the Project spreads

knowledge, techniques and activities that can actually be used in the classroom ensuring that the process carries on.

Projeto Literatura no Teatro is always carried out with the institutional support from Secretaries of Education from states and towns it takes place. Its target comprises teachers and students from the private and especially public education networks. However, other theater-going public can watch these shows.

In 2007, in a partnership with Bic and Edições SM, it was promoted the second issue through *The Magic Flute*, a work based on the Brazilian writer Dionísio Jacob's adaptation of the libretto of Mozart's famous opera, to keep on celebrating the Austrian genius' 250 birth anniversary. The play, which was appointed to Prêmio Femsa de Teatro Infantil [Femsa Award for Children Theater] in the



O PROJETO LITERATURA NO TEATRO
INCENTIVA A LEITURA DE OBRAS LITERÁRIAS
COM AS MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES
EDUCACIONAIS E CULTURAIS DO TEATRO

LITERATURE IN THEATER PROJECT STIMULATES
THE READING OF LITERARY WORKS THROUGH
THE MULTIPLE EDUCATIONAL AND
CULTURAL POSSIBILITIES OF THEATER

PRINCIPAIS NÚMEROS (2007/2008)
MAIN FIGURES (2007/2008)

65 mil espectadores, sendo
22 mil alunos de escolas públicas
21 mil alunos de escolas particulares

65 thousand watchers including
 22 thousand students from public schools
 21 thousand students from private schools

4 mil crianças
 de entidades carentes
 (gratuidade)

4 thousand children from
 needy institutions (free admission)

6 mil educadores, com
400 capacitados em oficinas
 pedagógicas específicas

6 thousand educators, 400 of whom
 are trained on specific pedagogical workshops

12 mil espectadores
 nos finais de semana

12 thousand watchers on weekends

**O PROJETO CONTEMPLA A REALIZAÇÃO DE OFICINAS
 ARTÍSTICO-PEDAGÓGICAS DESTINADAS A CAPACITAR
 OS PROFESSORES NO USO DO TEATRO COMO
 RECURSO DE EDUCAÇÃO**

THE PROJECT INCLUDES ARTISTIC-PEDAGOGICAL
 WORKSHOPS INTENDED TO TRAIN TEACHERS TO USE
 THEATER AS AN EDUCATIONAL RESOURCE

recebendo exclusivamente professores e alunos durante a semana e aberta ao público nos finais de semana. O espetáculo retoma todos os elementos d’*A Flauta Mágica* original, incentiva a leitura da obra de Dionísio Jacob e introduz crianças, jovens e adultos ao rico mundo da ópera, uma vez que faz alusão a elementos desse gênero teatral – marca a divisão do texto em atos e entremeia-os com canções originais e outras compostas por Mozart.

Já em 2008, o CCGSS trouxe, em curta temporada, o espetáculo *O Poeta e as Andorinhas*. Baseada na obra de Oscar Wilde e recomendada para alunos a partir do 3º ano do Ensino Fundamental, a peça também é estruturada a partir de oficinas pedagógicas de capacitação de professores no universo do autor, sua obra e adaptação do espetáculo, com sessões exclusivas para escolas e apresentações para o público em geral.

O **Literatura no Teatro**, que se tornou, em abrangência, o principal projeto do Centro Cultural Grupo Silvío Santos para trabalhar a causa do teatro na educação, tem um histórico de extrema relevância social.

A primeira edição do Projeto Literatura no Teatro apresentou uma adaptação de *O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá*, obra infanto-juvenil de Jorge Amado. Iniciada em outubro de 2003, a peça foi trabalhada até novembro de 2006, estendendo-se a diversas cidades do estado de São Paulo, como Osasco, Ribeirão Preto e Jundiaí, entre outras. O espetáculo contou com a parceria de várias empresas, como, por exemplo, Bic (na capital), Bandeirante Energia (litoral norte e Vale do Paraíba) e Cosipa/Usiminas (litoral sul). Em 2007, *O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá* viajou por algumas das principais capitais do país, como Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

Best Production Category, was up from March 2007 to June 2008 in Teatro Imprensa playhouse in São Paulo, open solely for teachers and students on weekdays and for the general public on weekends. The show uses all elements from the original work *Magic Flute* and stimulates people to read Dionísio Jacob’s work. It also introduces children, youths and adults to the rich world of opera, since it alludes to elements to this theater genre – it marks the text division into acts and includes original songs and some other composed by Mozart during the presentations.

In 2008, CCGSS presented the show *O Poeta e as Andorinhas* [The Poet and the Swallows] for a short season. Based on the work by Oscar Wild and recommended for students from 3rd year Elementary School on, the play is also organized based on pedagogical workshops to train teachers according to the world of the author, his work and the show adaptation, including exclusive

performances to schools and for the general public.

Literatura no Teatro, the first comprehensive project of Centro Cultural Grupo Silvío Santos to work on behalf of the theater’s issue in education, has a history of extreme social relevance.

Literatura no Teatro Project’s first issue presented an adaptation of *O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá* [The Spotted Cat and Sinhá Swallow], a book for youths by Jorge Amado. First presented in October 2003, the show was up until November 2006 and was played through several towns in the state of São Paulo, like Osasco, Ribeirão Preto and Jundiaí, among others. The presentation was sponsored by several companies, such as Bic (in the state capital), Bandeirante Energia (northern coastline and Paraíba Valley) and Cosipa/Usiminas (southern coastline). In 2007, *O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá* was played throughout some of the main Brazilian capitals, such as Rio de Janeiro and Belo Horizonte.

O GATO MALHADO E A ANDORINHA SINHÁ O GATO MALHADO E A ANDORINHA SINHÁ PLAY

Principais Números (novembro/2003 – outubro/2007)

Main Figures (november/2003 – october/2007)

123.848 alunos de escolas da rede pública

123,848 students from public network schools

32.638 ingressos gratuitos, distribuídos para escolas carentes e entidades sem fins lucrativos

32,638 free tickets distributed to needy schools and non-profit entities

40.728 alunos de escolas da rede particular

40,728 students from private network schools

36.288 espectadores nas sessões realizadas para o público em geral, nos finais de semana

36,288 spectators in performances for the general public during weekends

3.802 professores capacitados nas oficinas artístico-pedagógicas

3,802 teachers trained in artistic-pedagogic workshops

6.500 trabalhos inscritos, 24 alunos e 8 professores premiados, nas categorias redação e desenho, como parte do 1º Concurso Artístico-Literário, vinculado ao projeto

6,500 papers enrolled, 24 students and 8 teachers awarded in composition and drawing categories as a part of the 1st Artistic-Literary Contest linked to the project

18.004 professores que assistiram ao espetáculo

18,004 teachers watched the show

NO PRINCÍPIO ERA AÇÃO

Resultado das avaliações e das pesquisas realizadas com os educadores participantes do Literatura no Teatro, esse projeto buscou ampliar significativamente o universo cultural de educadores, de modo a habilitá-los para uma nova prática em sala de aula: a leitura e a adaptação de textos da literatura para o teatro.

Realizado durante o ano de 2006, teve como público-alvo educadores de todas as disciplinas (dos níveis Fundamental II, Ensino Médio e Superior), de escolas públicas e particulares, além de, por meio do espetáculo *Rapsódia dos Divinos*, também contemplar os amantes da literatura em geral.

Sua proposta uniu a sedução exercida pelo ritual do teatro e a riqueza da literatura, trabalhando com o mesmo peso o saber literário e o teatral. No projeto, foram estudados textos de 500 anos de literatura brasileira, desde o Trovadorismo (século

XVII) até a Literatura Contemporânea, passando pelo Humanismo (século XV), o Classicismo (século XVI), o Barroco (século XVII), o Arcadismo (século XVIII), o Romantismo (primeira metade do século XIX), o Realismo/Naturalismo, o Parnasianismo (segunda metade do século XIX), o Simbolismo, o Pré-Modernismo (início do século XX), o Modernismo e o Pós-Modernismo (século XX).

Estruturado em três partes – Oficina das Letras (workshop literário sob orientação de um especialista), Letras em Cena (espetáculo profissional, *Rapsódia dos Divinos*) e Oficina da Ação (na qual os professores participantes aprendem a utilizar as artes cênicas como recurso pedagógico) –, o projeto também disponibilizou aos educadores participantes material pedagógico completo.

Ainda no ano de 2006, o projeto contou com 16 ensaios abertos da *Rapsódia dos Divinos*,



Projeto Vitrine Cultural: peça Amor
Vitrine Cultural Project: Amor play



Projeto Vitrine Cultural: peça Os Crimes do Preto Amaral
Vitrine Cultural Project: Os Crimes do Preto Amaral play

IN THE BEGINNING IT WAS THE ACTION

As a result from assessments and surveys including educators taking part in Literatura no Teatro, this project sought to significantly enlarge the cultural frontiers of educators, training them into a new classroom practice: reading and adaptation of literary texts to theater.

Carried out during 2006, its target watchers were educators from all subjects (from Elementary II, High School and College levels) of public and private schools. Besides, the show *Rapsódia dos Divinos* [Divines Rhapsody] was intended to literature's lovers in general.

Its proposal joined the seduction aspect from the theater ritual to the wealth of literature, equally balancing both literary and theater knowledge. During the project, texts from 500 years of Brazilian Literature since Troubadour Poems (17th century) until Contempo-

rary Literature were studied. These also included Humanism (15th century), Classicism (16th century), Baroque (17th century), Archaism (18th century), Romanticism (first half of the 19th century), Realism/Naturalism, Parnasianism (second half of the 19th century), Symbolism, Pre-Modernism (beginning of the 20th Century), Modernism and Post-Modernism (20th century).

Divided into three parts – Oficina das Letras [Letters Workshop] (a literary workshop under the direction of an expert), Letras em Cena [Letters on Stage] (*Rapsódia dos Divinos*, a professional show) and Oficina da Ação [Action Workshop] (where participating teachers learn to use performing arts as a pedagogical resource) – the project also provided all pedagogical material to participating educators.

Also in 2006, the project counted on 16 open rehearsals of *Rap-*

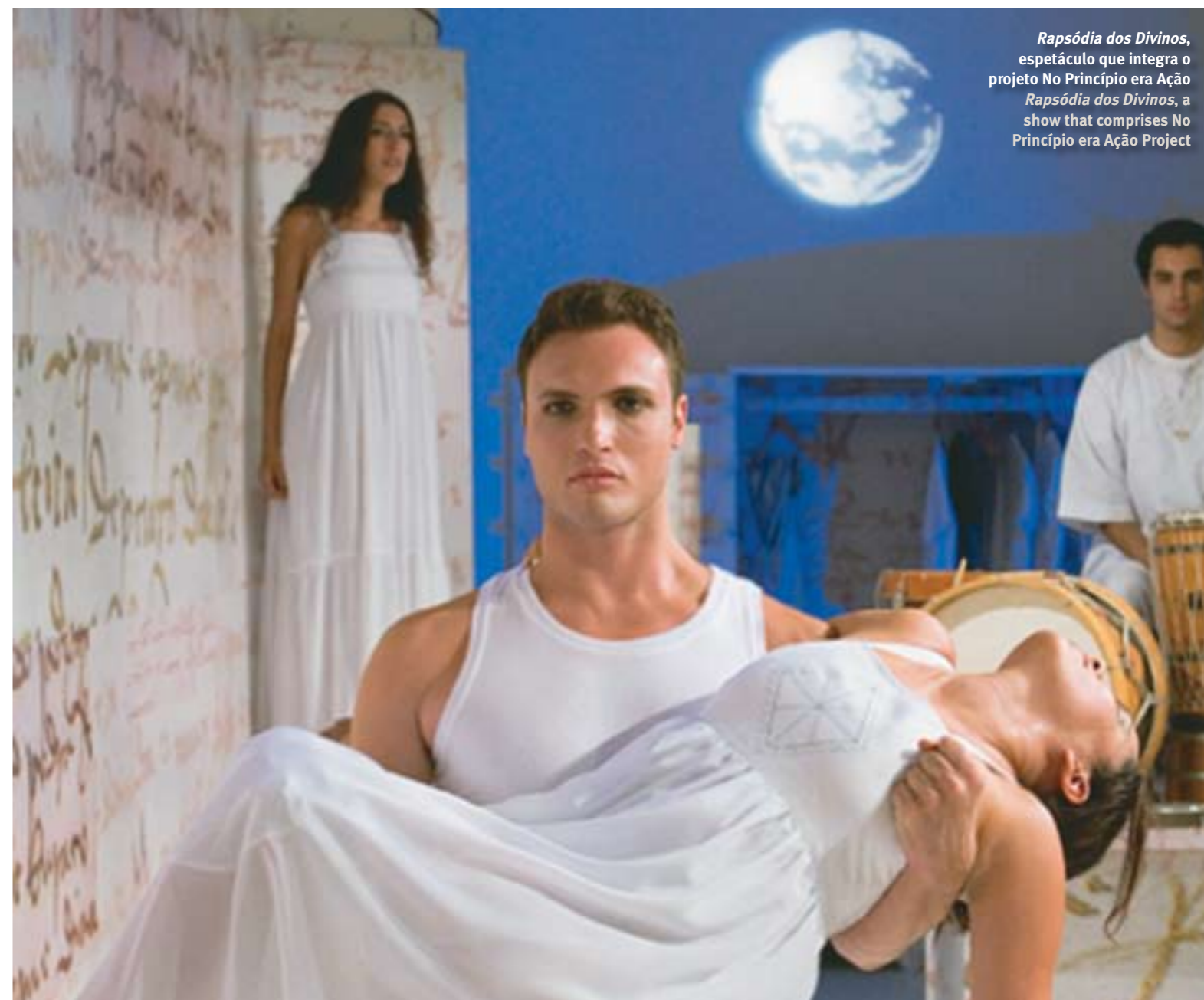
além de apresentação especial para educadores, pedagogos e Secretarias de Ensino, sendo trabalhado com cerca de mil pessoas, gratuitamente. Também fez parte da participação do Centro Cultural Grupo Silvio Santos nas atividades do 2º Corredor Literário da Paulista, quando foi apresentado no auditório do MASP (Museu de Arte de São Paulo). Iniciativa da Secretaria de Estado da Cultura do Estado de São Paulo e da Associação Paulista Viva, o Corredor consiste numa programação de sete dias com o objetivo de incentivar e disseminar a leitura por prazer e estimular a proximidade com o universo literário.

Em 2007, estendeu-se de março a outubro no Espaço Vitrine do Centro Cultural Grupo Silvio Santos, recebendo um público total de 2,1 mil pessoas, inclusive 400 alunos das redes pública e privada de ensino e 860 professores capacitados nas oficinas pedagógicas do projeto.

REVELANDO TALENTOS E AJUDANDO PESSOAS

Durante o primeiro semestre de 2007, o Centro Cultural Grupo Silvio Santos também se dedicou a apoiar os novos talentos do teatro nacional com o projeto **Vitrine Cultural**, que cede o palco e a infraestrutura do Teatro Imprensa para grupos e atores estreantes em várias sessões cujos ingressos puderam ser adquiridos em troca de 1 quilo de alimentos não perecíveis.

Participaram do projeto produções como *Rapsódia dos Divinos*, *Avatar*, *Os Crimes do Preto Amaral* e *Amor*. Os 3.134 quilos de comida arrecadados foram doados para o Abrigo dos Velhinhos Frederico Ozanam, o Lar do Idoso Santo Alberto, as Obras Sociais Nossa Senhora Achiropita, o Projeto do CAAC – Catadores de Papel da Favela do Moinho e o AACC HIV. Juntas, essas entidades atendem mais de mil pessoas entre idosos, crianças e famílias carentes.



Rapsódia dos Divinos, espetáculo que integra o projeto No Princípio era Ação *Rapsódia dos Divinos*, a show that comprises No Princípio era Ação Project

sódia dos Divinos, besides a special performance for educators, pedagogues, and Secretaries of Education, working with about a thousand people for free. It has also participated in Centro Cultural Grupo Silvio Santos' activities during the 2nd Corredor Literário da Paulista [São Paulo Literary Corridor], performed at MASP (São Paulo Art Museum) auditorium at that time. The Corridor, an endeavor from São Paulo State Secretary of Culture and Paulista Viva Association, includes a seven-day schedule in order to foster and broadcast reading for fun and stimulate people to get closer to the literary universe.

In 2007 it took place from March to October at Espaço Vitrine [Shopwindow Hall] from Silvio Santos Group Cultural Center. There, it received a public of 2.1 thousand people, 400 of which were students from public and private schools and 860 teachers trained at the project's pedagogical workshops.

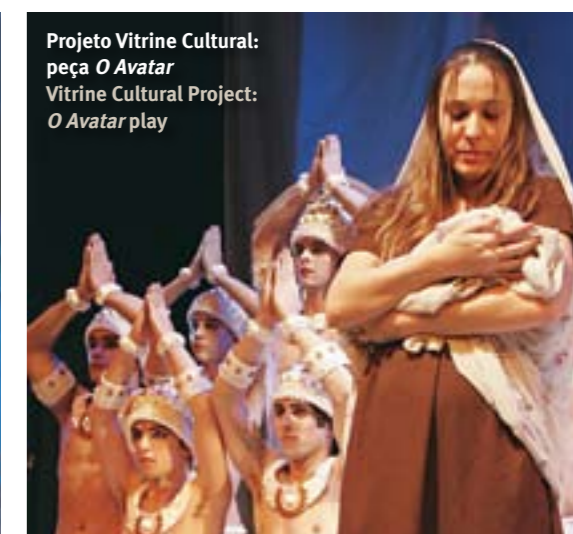
REVEALING TALENTS AND HELPING PEOPLE

During the first semester of 2007, Centro Cultural Grupo Silvio Santos also supported new talents from domestic theater with the Vitrine Cultural [Cultural Shopwindow] project, which provides the stage and the infrastructure of Teatro Imprensa playhouse for beginner companies and actors to make several performances whose tickets could be obtained in exchange for 2 pounds of non-perishable food.

Shows like *Rapsódia dos Divinos*, *Avatar*, *Os Crimes do Preto Amaral* and *Amor* all took part in the project. The 6.91 pounds of food gathered were donated to Abrigo dos Velhinhos Frederico Ozanam, Lar do Idoso Santo Alberto [both homes for the aged], Obras Sociais Nossa Senhora Achiropita [a charitable institution], CAAC – Paper Collectors from Favela do Moinho Project and AACC HIV. Together, these entities help over a thousand people among aged, children and needy families.



O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá
O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá play



Projeto Vitrine Cultural: peça *O Avatar*
Vitrine Cultural Project: *O Avatar* play

EXPEDIENTE CREDITS

RELATÓRIO SOCIAL 2007 SOCIAL REPORT

Coordenação Geral General Coordination

Comitê Financeiro Finance Committee

José Roberto dos Santos Maciel

Kuniharu Maeda

Sandra Regina Medeiros Braga

Vilmar Bernardes da Costa

Wilson Roberto De Aro

Coordenação e Redação Coordination and Editorial

Tânia Câmara Baitello

Assistente de Coordenação Coordination Assistant

Renata Moniz Marques

Projeto e Realização Editorial Content and Publishing

VI editorial

Fotos Photos

Daniela Toviansky, Everton Ballardin, Jefferson Coppola, Rubens Chaves, Agência Estado, Folhapress, Getty Images, O Globo, Pulsar Imagens, Shutterstock, Acervo Grupo Silvio Santos e Acervo TV1

Tradução Translation

Arabera Traduções

Impressão Printing

Gráficos Burti



GRUPO
SILVIO SANTOS