

Museu de Arte Moderna de São Paulo

Relatório de atividades 2002

**São Paulo
2002**

Relatório de atividades 2002

1. Panorama Geral	04
2. Agradecimentos	07
3. Parceiros	09
4. Curadoria	13
5. Acervo	17
6. Biblioteca	22
7. Educativo	29
8. Convênio FDE	35
9. Sócios	35
10. Núcleo Contemporâneo	41
11. Áreas de Negócios: Shopman, espaço, restaurante e cursos..	44
12. Clube da Gravura e Fotografia	52
13. Marketing	55
14. Administração	61
15. Conselho e Diretoria	62
16. Conselho Consultivo de Artes Plásticas	65

1. PANORAMA GERAL

Iniciamos o ano de 2002, assim como o ano anterior, com muitas dificuldades e apreensão, mas terminamos o ano orgulhosos de nossas realizações.

Neste ano, o mam desenvolveu diversas atividades, além da grade de exposições, atendendo pessoas com necessidades especiais, formando professores, recebendo o público para visitas monitoradas, apresentando sessões de cinema e realizando, pela terceira vez consecutiva, o Baile de Máscaras – cujo objetivo é a compra de obras contemporâneas para o acervo.

As exposições do ano apresentaram números expressivos de público: A mostra da coleção da *Fundação José e Paulina Nemirovsky*, patrocinada pela Telefônica, foi a terceira exposição com maior número de visitantes da história do mam, recebendo 59.997 pessoas. A exposição do acervo de *Patricícia Cisneiros*, patrocinada pela mesma empresa, contabilizou 55.746 visitantes, tornando-se a quarta maior exposição em visitação. Terminamos o ano com a brasileiríssima exposição *Tarsila Do Amaral e Di Cavalcanti Mito e Realidade no Modernismo Brasileiro*, patrocinada pelo Ministério da Cultura, cujo público foi de 50.841 pessoas, tornando-se a quinta de maior visitação. Dessa maneira, o mam cumpriu, mais uma vez, de forma completa, a divulgação da arte brasileira.

A coleção do acervo do mam esteve presente em 18 exposições: Na Grande Sala foi apresentada a mostra *Fotografias no Acervo*, recebendo 16.294 visitantes. Esta mostra não teve patrocínio. No espaço Higienópolis aconteceram 6 exposições, com a curadoria de Ricardo Resende e patrocínio da Bayer. O Espaço Villa Lobos contou com o apoio do Deutsche Bank e curadoria de Tadeu Chiarelli, realizando 7 exposições, sempre abordando questões relacionadas à história da arte, algumas delas temáticas. Um catálogo reunindo textos sobre as exposições no Villa Lobos está sendo preparado com lançamento previsto para 2003. As exposições itinerantes, como o Panorama da Arte Brasileira, patrocinada pela PricewaterhouseCoopers, apresentada no MAM Rio de Janeiro e no MAM Bahia, no Espaço BM&F e em Londrina, também contaram com obras do acervo.

Quanto ao orçamento do ano, conseguimos junto ao Congresso Nacional a liberação de um Convênio Federal, que pela primeira nos auxiliou a custear exposições, despesas operacionais, atividades e projetos especiais. O valor foi expressivo, uma quantia de R\$ 3.972.594,82 (Três milhões, novecentos e setenta

e dois mil, quinhentos e noventa e quatro reais e oitenta e dois centavos), com o qual ampliamos nossas atividades.

Da aprovação do Congresso Federal, em dezembro de 2001, ao recebimento da primeira parcela foram 10 meses de espera e expectativa.

As figuras dos deputados federais Sampaio Dória, Moreira Ferreira, José Genoíno e Paulo Kobayashi foram determinantes no Congresso e no executivo, e a sua efetivação somente foi possível graças ao competente Ministro da Casa Civil, Sr. Pedro Parente.

Recebemos o valor em 3 (três) parcelas e aplicamos em 4 (quatro) meses todo o valor, cumprindo as formalidades legais da lei 8.666 (licitações).

Outro importante convênio firmado foi com a Secretaria Estadual da Educação, dirigida pelo prof. Gabriel Chalita, cujo valor foi de R\$ 390.440,00 (trezentos e noventa mil, quatrocentos e quarenta reais), atendendo 17 mil estudantes da rede pública estadual.

Para cumprir as exigências dos convênios, foi criada a área de Licitações: a equipe organizou-se e realizou um plano operacional rigoroso e preciso.

Com os convênios, diversas atividades foram realizadas e beneficiaram, além da comunidade em geral, estudantes, pessoas com necessidades especiais e professores (escolas públicas e particulares). Os números foram expressivos, entre 12 e 50 mil atendimentos, respectivamente.

O mam, por meio do Programa Igual Diferente e em parceria com instituições de saúde e de educação especial, propõe um trabalho de inclusão social através da arte. Trata-se de um conjunto de 10 (dez) projetos independentes, desenvolvidos com técnicos de cada instituição, a partir das necessidades específicas que cada grupo. Esses grupos participam de cursos, com duração média de um ano. As atividades realizadas são documentadas em vídeo e fotografia, para que sirvam como elemento multiplicador dirigido aos profissionais de outras instituições que atuam nessa linha de intervenção social.

Nesse ano, recebemos do Hospital Psiquiátrico Juquery uma premiação em agradecimento ao empenho e dedicação da equipe no processo de reinserção social dos internos/moradores do Juquery. A homenagem foi assinada pelo

Secretário de Estado da Saúde, José da Silva Guedes e a Diretora do complexo Hospitalar Juquery, Maria Tereza Gianerini Freire.

Quanto às atividades, inovamos em realizar o primeiro livro, ainda não editado, de uma série de 6 livros didáticos sobre a história da arte no Brasil para leigos. Desenvolvemos também um documentário didático que narra a história da arte brasileira no século XX. Os dois projetos estão sendo vertidos em quatro idiomas: Português, Inglês, Mandarim e Espanhol.

Redesenhamos o nosso site para atrair o novo público do século XXI. Acreditamos que nossos caminhos nos levarão a formar uma grande rede e o mam estará presente com a sua NETMAM.

Ampliamos o Shopping mam, com a nova Loja no Jardim Sul. Montamos uma loja na CasaCor, evento realizado no período de 25 de maio a 9 de julho, o que resultou em participar da Metro Design, de 21 a 25 de agosto, na qual tivemos o apoio da Ornare e Duratex. Também participamos da Feira Chevalls, em Minas Gerais, de 29 de agosto a 01 de setembro.

Conclamamos os conselheiros para que façam do Museu o melhor dentre as instituições culturais, criando um corpo para realizar um importante trabalho para a comunidade.

Cabe agora nos reforçar para 2003, integrando o Conselho do mam nas atividades de captação, pois será um ano muito mais difícil que este.

Em 2003, intensificaremos nossa comunicação com outros países para a internacionalização do mam.

Dezembro/2002

Milú Villela
Presidente

Roberto Teixeira da Costa
Presidente do Conselho

2. AGRADECIMENTOS

Agradecemos a colaboração dos nossos Conselheiros e Diretores, os quais dividimos o nosso sucesso, especialmente a participação de suas empresas no programa Parceiros, conforme listagem abaixo. Também a participação na captação de novas parcerias dos Srs. Thiago Varejão, Fernando de Arruda Botelho, Rosana de Arruda Botelho e Paulo Lemos.

Empresas parceiras dos Conselheiros e Diretores (ANTERIORES A 2002):

Alfredo Egydio Setúbal – Banco Itaú
Claudio Haddad – Ibmecc
Daisy Setúbal – Banco Itaú
Eduardo Salomão Neto – Levy & Salomão Advogados
Henrique Luz – PricewaterhouseCoopers
Idel Arcuschin – Vogue
Jozé Zaragoza – DPZ
Luciano Amaro – Banco Itaú
Luiz de Campos Salles – Itaú Seguros
Manoel Felix Cintra Neto – BM&F
Paulo Lemos – Lemos Editorial
Paulo Malzoni Filho – Shopping Paulista
Ricardo Gribel – Visa do Brasil
Sérgio Arcuri – Anglo Latino (Soc. Educ. Anchieta)

Empresas parceiras dos Conselheiros e Diretores (FIRMADAS EM 2002):

Fernando de Arruda Botelho – Camargo Correa
Flávio Pinho de Almeida – Paulista S/A
Israel Vainboim – Unibanco
José Ermírio de Moraes Neto – Votorantim
Marcelo Lacerda Soares – Bayers S/A
Maria da Glória Ribas Baumgart – Shopping Center Norte
Roberto Teixeira da Costa – Sul América
Rosana Camargo Arruda Botelho – Camargo Correa

Novas parcerias em 2002:

Alves Tegam
CPM
Cyrela
Ecentry
Eurofarma
Flores online
Fundação Finambrás
Grand Hyatt Hotel
Grupo CMS Energy
Itaú Personalité
Ornare
Publicromo
Revista Cult
Revista Ocas
Revista Simples
Ripasa
Saeco Brasil
Sejabixo.com
Shopping Jardim Sul
Usina Sonora
Vinhos Salton

Governo:

Pedro Parente - Ministro da Casa Civil
Sampaio Dória - Deputado Federal
Moreira Ferreira - Deputado Federal
Paulo Kobayashi - Deputado Federal

3. PARCEIROS

Neste ano, ampliamos e reforçamos a bem sucedida comunicação realizada junto às empresas para que todos aqueles que contribuíram, de alguma maneira, para o desenvolvimento de nossos projetos pudessem usufruir os benefícios que o Museu oferece aos Parceiros mam. Visitas monitoradas exclusivas, relato de atividades, eventos exclusivos, comunicação e atendimento personalizado, fizeram o mam estar presente no cotidiano das empresas parceiras em 2002, além da consolidação e utilização de nosso Sistema Integrado de Relacionamento (CRM).

O mam privilegiou as Parcerias Institucionais que foram incorporadas na Ficha Técnica do Museu, e importantes acordos de cooperação foram formalizados, como: Polícia Militar do Estado de São Paulo, Secretaria de Segurança Pública, Assembléia Legislativa, Universidade São Marcos, Instituto Avisa Lá, CAPS Itapeva – Centro de Atenção Psicossocial “Prof. Luiz da Rocha Cerqueira”, CECCO – Centro de Convivência e Cooperativa Parque Ibirapuera, Hospital Psiquiátrico Juquery, DERDIC – Fundação São Paulo, Casa de Saúde São João de Deus, APAE - Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de São Paulo.

Dois importantes convênios foram firmados: com o Ministério da Cultura no valor de R\$ 3.972.594,82, e com o FDE – Fundação para o Desenvolvimento da Educação, no valor de R\$ 390.440,00. Através destes convênios, diversas atividades foram realizadas e beneficiaram, além da comunidade em geral, estudantes e professores das escolas públicas, municipais e estaduais. Entre elas, destacamos: Atendimento de 12.000 pessoas portadoras de necessidades especiais; formação de 1.100 professores de escolas públicas e particulares, através do Programa de Capacitação com Oficinas de Criatividade. Também, o mam recebeu 51.000 alunos em visitas monitoradas; realizou sessões de cinema, através do cinemam, para 15.000 pessoas (gratuitamente); elaboração de livro didático sobre história da arte no Brasil; criação e concepção do documentário didático sobre história da arte no Brasil; cinema na periferia para discussão de ética e valores.

A abordagem junto as três esferas do governo (municipal, estadual e federal) foi intensificada, solicitando a atenção especial para a verba de 2003.

Em agradecimento aos parceiros que colaboram com aporte de recursos em mídia, doação de serviços, tecnologia ou produtos, o mam realizou um Café da Manhã que contou com a presença de mais de 100 parceiros empresariais e institucionais. Neste Café, foram formalizadas as Parcerias Institucionais com a Assembléia Legislativa, a qual contou com a presença do Deputado Walter Feldman e com a Secretaria de Segurança Pública, com a presença do Secretário Saulo de Castro Filho.

Também foi produzido pela agência de publicidade DPZ um anúncio em agradecimento aos parceiros do mam, o qual veiculado nos principais veículos de comunicação.

Ao término do ano contabilizamos 110 empresas parceiras divididas em: 08 parceiros na categoria Sênior Plus, 12 parceiros categoria Sênior, 17 na categoria Pleno, 22 na categoria Master, 31 na categoria Apoio Cultural, 05 Patrocinadores de Exposições, 03 Patrocinadores de Espaços, 03 Patrocinadores do Baile de Máscaras e 09 Parceiros Institucionais (conforme quadro e nomes abaixo). É um número expressivo, considerando-se as oscilações econômicas do cenário brasileiro e mundial. Este fato nos estimula a reforçar e ampliar os laços que o Museu de Arte Moderna de São Paulo mantém com a comunidade empresarial.

Parceiros	Categoria
08	Sênior Plus
12	Sênior
18	Pleno
20	Máster
31	Apoio Cultural
05	Patrocínio de Exposições
03	Patrocínio de Espaços
03	Patrocínio do Baile de Máscaras
10	Parceiro Institucional

SÊNIOR PLUS

Banco Bradesco
Banco Itaú
BR Distribuidora
Grupo CMS Energy
Visa do Brasil
Ministério da Cultura
Prefeitura do Município de São Paulo
Secretaria de Estado da Educação

SÊNIOR

Accor
Banco BBA Creditanstalt
BankBoston
Diário de São Paulo
DPZ
Ernst & Young
Folha de S.Paulo
Gazeta Mercantil
Incentive House
Pires Serviços de Segurança
RM Sistemas
Valor Econômico

PLENO

Abril
Alpha Vision
Bloomberg do Brasil
CMA
CPM
Eurofarma Genéricos
Fundação Roberto Marinho
Grupo Predial
Grupo VR
Itaú Seguros
Lemos Editorial
Levy & Salomão Advogados
Petroquímica União
Ripasa S.A. Celulose e Papel
Secretaria de Estado da Cultura
Secretaria Municipal da Cultura
Shopping Jardim Sul
Sodexo Pass

MASTER

American Express Foundation
BM&F
Camargo Corrêa
Carta Editorial
Cia. Suzano de Papel e Celulose
DM9DDB
Ecentry
Editora D'Avila
Gusmão & Labrunie
Ibmec
Linklaters&Alliance
Ornare
Pirelli
Radio CBN
Shoppings Paulista, West Plaza, Plaza Sul,
Higienópolis
Souza Cruz
Tufani, Reis e Soares
Vedacit
Votorantim
White&Case

APOIO CULTURAL

Actech
Alves Tegam
Century Consulting
Chandon
Clear Channel Outdoor
Consulte Arte & Decoração
Dtcom Direct to Company
Flores Online
Fundação Finambrás
Graphbox Caran
Hines
Itaú Cultural
KPMG Auditores Independentes
Mckinsey&Company
Paulista S.A. Empreendimentos
Publicrono
Rádio Bandeirantes
Rádio Eldorado
Revista Cult
Revista de Higienópolis
Revista Simples
Sejabixo.com
Seven English Español
Shopping Center Norte
Skill Inglês-Espanhol
Sul América
Tintas International
Unibanco
Usina Sonora
Vinhos Salton
Yázig

PATROCÍNIO DE EXPOSIÇÕES

Deutsche Bank
Itautec Philco
Petrobras
PricewaterhouseCoopers
Telefônica

PATROCÍNIO DE ESPAÇOS

Bayer S.A.
Itaú Personnalité
Shopping Villa-Lobos

Credicard
Cyrela
Grand Hyatt Hotel

PARCEIROS INSTITUCIONAIS

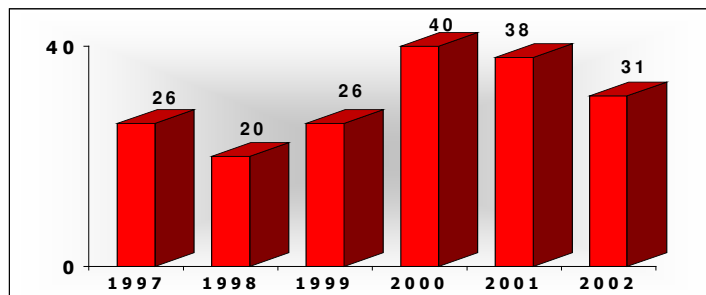
APAE de São Paulo
Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo
CAPS – Centro de Atenção Psicossocial
Casa de Saúde de São João de Deus
CECCO
DERDIC
Instituto Avisa Lá
Polícia Militar do Estado de São Paulo
Secretaria de Segurança Pública
Universidade São Marcos

PATROCÍNIO BAILE DE MÁSCARAS 2002**Benefício Fiscal**

No quadro abaixo, apresentamos as empresas que foram beneficiadas pela Lei Federal de Incentivo à Cultura no âmbito Federal, Lei Rouanet e pela Lei Municipal, Lei Mendonça.

Lei Federal (Rouanet)
Bradesco, Banco Itaú, Banco BBA,, BR Distribuidora, BankBoston, Ernst & Young, Eurofarma, Deutsche Bank, Petroquímica União, Itautec Philco, Itaú Seguros, Bloomberg, BM&F, Bovespa, DM9DBB, Paulista S.A. Empreendimentos, Grupo VR, Pirelli, Souza Cruz, Sul América, Shoppings Paulista, West Plaza, Plaza Sul, Unibanco, Votorantim, Cia. Suzano de Papel e Celulose, Grupo Predial, Tintas International.
Lei Municipal (Mendonça)
RM Sistemas, Camargo Corrêa, Bayer, Shopping Villa Lobos, Ibmecc, Visa

EVOLUÇÃO DAS ESPOSIÇÕES NOS ÚLTIMOS ANOS



ESPOSIÇÕES 2002

GRANDE SALA

1. Beyond Preconceptions

23 de janeiro a 3 de março

Curadoria: Milena Kalinovska, ICI Nova York

Nº de visitantes: 13.106

A exposição itinerante reuniu obras de artistas internacionais com obras realizadas durante a década de 60. Foi apresentada anteriormente no Paço Imperial do Rio de Janeiro, vindo para o MAM em seguida.

2. Imagens do Brasil: Coleção Patricia Cisneros

21 de março a 23 de junho

Curadoria: Ariel Jimenez, Fundación Cisneros

Patrocínio: Telefonica e Banco Itaú

Nº de visitantes: 55.746

O projeto Imagens do Brasil incluiu duas exposições, a coleção Patricia Cisneros na Grande Sala e a coleção Nemirovsky na sala Paulo Figueiredo. Além das mostras, foram realizados dois catálogos e um encarte na revista Bravo!

Para esta mostra foi realizado um projeto arquitetônico especialmente para o espaço pela equipe da Fundação Cisneros.

3. Fotografias no Acervo

04 de julho a 11 de agosto

Curadoria: Ivo Mesquita e Margarida Sant'Anna

Patrocínio: não houve

Nº de visitantes: 16.294

A exposição foi realizada para o lançamento do livro Fotografias no Acervo do MAM coordenado por Margarida Sant'Anna, que teve o patrocínio da Altana e da Lemos Editorial.

4. 100 Anos de Rebolo

22 de agosto a 6 de outubro

curadoria: Lizbeth Rebolo Gonçalves

Patrocínio: obtido pela curadora e pela Fundação Rebolo

(Mostra comemorativa dos cem anos de nascimento do artista)

Nº de visitantes: 23.000

5. Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti: Mito e Realidade no Modernismo Brasileiro

24 de outubro a 15 de dezembro

Curadoria: Maria Alice Milliet

Patrocínio: Ministério da Cultura

Nº de visitantes: 50.841

Esta mostra foi concebida a partir de uma sugestão da presidência do MAM, visando apresentar uma exposição com obras de Tarsila paralelamente à peça Tarsila que entraria em cartaz na mesma época. No dia da inauguração foi apresentado um trecho da peça no auditório do MAM. A exposição contou com um catálogo bilingue coordenado pela equipe de curadoria.

SALA PAULO FIGUEIREDO

6. Coleção Petrobras no acervo do MAM

10 de janeiro a 17 de fevereiro

Nº de Visitantes: 10.233

Mostra reunindo obras adquiridas pelo Museu em 2002, a partir de projeto aprovado pelo Petrobrás Artes Visuais em 2001.

7. SOS Mata Atlântica

21 de fevereiro a 10 de março

Exposição de fotografias registradas na Mata Atlântica.

Nº de Visitantes: 3.588

8. Imagens do Brasil: Coleção Paulina Nemirovsky

Período: 21 de março a 9 de julho

Curadoria: Maria Alice Milliet

Patrocínio: Telefonica

Nº de Visitantes: 59.997

O projeto Imagens do Brasil incluiu duas exposições, a coleção Patricia Cisneros na Grande Sala e a coleção Nemirovsky na sala Paulo Figueiredo. Além das mostras, foram realizados dois catálogos e um encarte na revista Bravo!

A montagem contou com projeto realizado por Mario Gallo especialmente para a mostra.

9. Nefelibatas

18 de julho a 12 de outubro
Curadoria: Ricardo Resende
Patrocínio: não houve
Nº de Visitantes: 42.172

Exposição temática realizada a partir de obras da coleção do MAM e algumas peças de coleções privadas e de outras instituições. Por falta de patrocínio, no lugar de um catálogo, a equipe do MAM publicou um pequeno folder.

10. Amazing Amazon

Período: 7 de novembro a 15 de dezembro
Artista: Jose Wagner Garcia
Patrocínio : Petrobrás
Nº de Visitantes: 36.351

O projeto proposto pelo artista ao MAM incluiu, além da exposição virtual, apresentada no espaço do Museu, a instalação de uma grande bolha no estacionamento próximo ao museu, com várias projeções. Além disso, foi publicado um catálogo, organizado pela equipe do MAM em conjunto com o artista, reunindo textos de geólogos, artistas e especialistas em semiótica.

PROJETO PAREDE

11. Sandra Tucci:

de 23 de janeiro a 16 de junho

12. Anesia Pacheco Chaves:

de 27 de junho a 6 de outubro

13. Lucia Koch:

de 25 de outubro a 15 de dezembro

MAM VILLA-LOBOS

Projeto: Arte Brasileira

Curadoria: Tadeu Chiarelli
Patrocínio : Deutsche Bank

Série de 7 (sete) exposições realizadas a partir da coleção do MAM, sempre com um viés abordando questões relacionadas à história da arte e/ou temáticas. Um catálogo reunindo textos sobre cada exposição está sendo idealizado para ser lançado em junho de 2003.

Exposições apresentadas:

14. A permanência dos gêneros na arte brasileira

Até 27 de janeiro

15. A linha como estrutura da forma

De 31 de janeiro a 10 de março

16. Cidadeprojeto/ cidadexperiência

De 28 de março a 12 de maio

17. Insólitos

De 16 de maio a 21 de julho

18. O plano como estrutura/ O plano como figura

De 25 de julho a 01 de setembro

19. Apropriações

De 06 de setembro a 27 de outubro

20. Arte e política

De 31 de outubro a 11 de janeiro de 2003

MAM HIGIENÓPOLIS

Várias exposições com obras do acervo e artistas convidados foram realizadas com curadoria de Ricardo Resende, a saber:

21. Project Room: obra de Rivane na coleção do MAM

De: 01 de março a 27 de abril

22. Project Room: Albano Afonso

De: 02 de maio a 20 de julho

23. A Natureza Morta na coleção do MAM

De: 02 de maio a 20 de julho

24. Project Room: Georgia Kiriakakis

De: 17 de julho a 20 de setembro

25. A paisagem na coleção do MAM

De 17 de julho a 20 de setembro

26. Ronaldo Fraga e

De 23 de setembro a 11 de janeiro de 2003

EXPOSIÇÕES ITINERANTES

27. Panorama da Arte Brasileira no MAM Rio de Janeiro

De 22 de janeiro a 03 de março

Curadoria: Paulo Reis, Ricardo Basbaum, Ricardo Resende

Patrocínio: Price WaterhouseCoopers

28. Panorama da Arte Brasileira no MAM Bahia

De: 12 de abril a 19 de maio

Curadoria: Paulo Reis, Ricardo Basbaum, Ricardo Resende

Patrocínio: Price WaterhouseCoopers

29. Paisagens do Acervo do MAM no Espaço BMF

De 05 de agosto a 11 de setembro

Curadoria: Rejane Cintrão

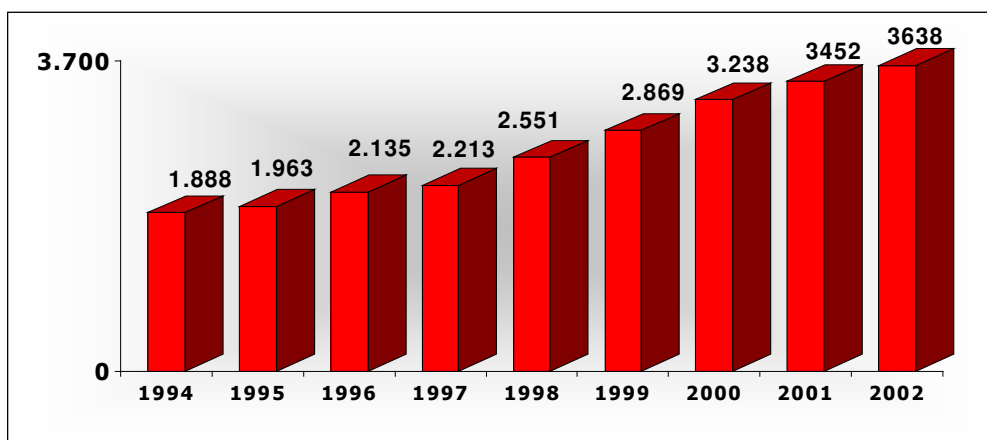
Patrocínio: BMF

30. São ou Não São Gravuras em Londrina

Curadoria: Ricardo Resende

5. ACERVO

O acervo conta atualmente com **3638** obras, das quais **185** ingressaram em 2002.



	2001	2002
Doações	104 obras	116 obras
Aquisições	55 obras	50 obras
Comodatos		19 obras
Obras restauradas	121 obras	18 obras

Depósito Alves Tegam

Devido à falta de espaço em nossa reserva técnica foi necessária a locação do depósito Alves Tegam, onde atualmente guardamos 58 obras acondicionadas em engradados de madeira, algumas molduras de obras de grandes dimensões e as peças do Ateliê de Emiliano Di Cavalcanti.

A equipe do acervo do mam acompanhou a transferência das obras, o qual foi feito um mapa de localização, para facilitar a identificação posteriormente.

Antes da mudança, um termohigrógrafo foi deixado dentro da sala por uma semana para verificar as condições de temperatura e umidade. O aparelho indicou picos de até 80% de umidade. Esses dados foram passados à curadoria por meio de um relatório redigido logo após o traslado, com fotos da operação.

Empréstimos

O mam emprestou obras para as seguintes exposições:

Nacionais

- “Panorama da arte brasileira”, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/RJ:
Iran do Espírito Santo (2001.109, 2001.110, 2001.111, 2001.112, 2001.113)
Cao Guimarães (2001.108-000)
Rubens Mano (2001.106, 2001.107)

- “Ceará redescobre o Brasil”, Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, Fortaleza/CE:
Ernesto Neto (1991.002-000)

- “Estratégias para deslumbrar”, MAC-USP, São Paulo/SP, 1 obra do acervo:
Paulo Pasta (1997.070)

- “Ivens Machado: o engenheiro de fábulas”, Pinacoteca do Estado, São Paulo/SP:
Ivens Machado (1998.011-000)

- “Panorama da Arte Brasileira”, Museu de Arte Moderna da Bahia, Salvador/BA:
Iran do Espírito Santo (2001.109, 2001.110, 2001.111, 2001.112, 2001.113)
Cao Guimarães (2001.108-000)
Rubens Mano (2001.106, 2001.107)
- “Pioneiro Palatnik: Máquinas de Pintar e Máquinas de Desacelerar”, Instituto Itaú Cultural, São Paulo/SP:
Abraham Palatnik (2000.100, 2000.101)
- “II Prêmio Cultural Sergio Motta”, Paço das Artes, São Paulo/SP:
Caio Reisewitz (2000.328-000)
- “Ivens Machado: o engenheiro de fábulas”, Museu de Arte Contemporânea do Paraná, Curitiba/PR:
Ivens Machado (1998.011-000)
- “100 anos de Pancetti”, Museu de Arte de Ribeirão Preto - MARP, Ribeirão Preto/SP:
José Pancetti (1998.023, 39, 41)
- “100 anos de Pancetti”, Museu de Arte Contemporânea “José Pancetti”, Campinas/SP:
José Pancetti (1998.023, 39, 41)
- “Apropriações e Coleções”, Santander Cultural, Porto Alegre/RS:
Farnese de Andrade (1185, 1996.147)
Alfredo Nicolaiewsky (2000.329-0000, 2000.330-000)
Fabiana Rossarola (2000.300. 2000.301, 2000.302, 2000.303)
- “Laura Lima: costumes e homem=carne/mulher=carne”, Museu de Arte da Pampulha, Belo Horizonte/MG:
Laura Lima (2000.441, 2000.442)

- “Adoração”, Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães, Recife/PE:
Nelson Leirner (1999.318, 1999.319)
- “Adoração”, Espaço Cultural Contemporâneo Venâncio, Brasília/DF:
Nelson Leirner (1999.318, 1999.319)
- “Brasil 1920 – 1950: Da Antropofagia a Brasília”, Museu de Arte Brasileira-
FAAP, São Paulo/SP:
Lívio Abramo (404)
Marcelo Grassmann (582, 583, 584)
- “Matéria prima”, NovoMuseu Curitiba – Arte, Arquitetura e Cidade,
Curitiba/PR:
Emmanuel Nassar (1999.191-000)
- “ArteFoto”, Centro Cultural Banco do Brasil, Rio de Janeiro/RJ:
Arthur Omar (1998.155, 1998.156, 1998.157)

Internacionais

- “O fio da trama / El hilo de la trama”, Museo de Arte Latinoamericano de
Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina:
José Leonilson (1996.069, 1997.006)
Nazareth Pacheco (1997.061-000)
- “Vivências”, The New Art Gallery Walsall, Walsall, Inglaterra:
José Damasceno (2000.412)
- “Vivências”, Sainsbury Centre for Visual Arts, Norwich, Inglaterra:
José Damasceno (2000.412)

Banco de Imagens

Demos continuidade ao procedimento de produção de cromos das obras do acervo.

A Lemos Editorial, empresa do nosso diretor Paulo Lemos, nos forneceu CDs com imagens em alta resolução de quase todas as obras do acervo até o ano 2000 (obras que saíram no Catálogo Geral). No entanto, ainda temos cerca de 141 obras que entraram para o acervo em 2001 e em 2002 as quais não temos cromos.

Continuamos enviando pedidos de autorizações para os artistas, que possuem obras no acervo – ou seus familiares detentores dos direitos autorais –, para toda publicação do mam. Estamos fazendo um levantamento exaustivo, obra por obra, do que ainda não temos amplos direitos de divulgação e preparando a documentação. Porém, para alguns deles é preciso enviar o pedido a cada novo projeto editorial. Dos 900 artistas cadastrados no acervo temos:

- autorizações para imagem de todas as obras: 142 artistas;
- autorizações para algumas obras; 44 artistas;
- sem autorização: 714 artistas.

Quanto ao empréstimo para publicações de outras instituições, o procedimento é:

- a. autorização da curadoria;
- b. autorização do artista e do fotógrafo para a divulgação da imagem naquele veículo específico;
- c. produção de duplicata do cromo ou da imagem digitalizada. No caso do cromo, o solicitante paga a fatura da Camera Press referente ao serviço de duplicação dos cromos.

Reserva Volpi

A Sala Volpi foi reformulada para ser efetivamente uma Reserva Técnica e guardar as obras menores e mais delicadas. Foram instaladas 15 prateleiras de vidro; existe no teto uma saída de ar condicionado que é a mesma da Sala Paulo Figueiredo.

Seguro

Enviamos listagens de obras do acervo com os valores de seguro para que o Itaú Seguros emita as apólices das exposições temporárias nos espaços mam. Os valores das obras são fornecidos pelo artista, pelo doador ou pelo Sr. Peter Cohn.

A partir de meados de setembro começamos a preparar o relatório para a renovação da apólice anual do acervo, que engloba as peças que estão no mam Ibirapuera, no depósito Alves Tegam, Comodato Mococa e Comodato Bebedouro.

6. BIBLIOTECA

Centro de Estudos Luís Martins

O Centro de Estudos Luís Martins é constituído pelo arquivo histórico do museu e três arquivos pessoais: Luís Martins (doado pela viúva e filha, respectivamente Anna Maria e Ana Luisa Martins), Paulo Mendes de Almeida (doado por seu filho, Ângelo Mendes de Almeida) e Moussia Pinto Alves, doado por sua filha Vera Pereira de Almeida. Os documentos compreendem cartas, fotos, livros, catálogos, revistas, manuscritos, desenhos, recortes de jornal.

Durante o ano de 2002, o Centro de Estudos Luís Martins desenvolveu diversas atividades que colaboraram para o seu crescimento qualitativo e quantitativo. As atividades desenvolvidas foram:

1. Continuidade do processo de classificação manual e informatizada de todo o acervo; atualmente se encontram à disposição do usuário, por meio de busca informatizada, aproximadamente 160 livros, 2.000 crônicas, 500 correspondências, 200 catálogos e 50 fotografias;
2. Atendimento individual e personalizado aos usuários do Centro de Estudos Luís Martins;

Elaboração do projeto *“Implantação de Sistema de Segurança e Conservação / Restauração do acervo da Biblioteca Paulo Mendes de Almeida e Centro de Estudos Luís Martins do Museu de Arte Moderna de São Paulo”*, apresentado à VITAE, atualmente em fase de pré-seleção (valor de **R\$ 145.639,47**) ;

3. Elaboração do projeto *“Publicação de inventário do Arquivo Luís Martins do Centro de Estudos Luís Martins do Museu de Arte Moderna de São Paulo”*,

apresentado ao IPHAN para o concurso Rodrigo de Mello Franco (não premiado)

Restauração de periódicos relacionados à arte moderna do arquivo Luís Martins, possibilitado pelo apoio do Ministério da Cultura (em processamento)

PATRIMONIO DOCUMENTAL:

1 - Biblioteca

7.012	livros
4.204	catálogos nacionais
4.562	catálogos estrangeiros
4.963	dossiês de artistas com aproximadamente 18.000 documentos
7.520	slides
178	CD-ROM's
176	pastas de exposições
	periódicos:
140	títulos (coleções de revistas)
758	artigos de revistas
53	fascículos de revistas
54	teses
34	DVDs

2- Centro de Estudos Luís Martins

1.248	correspondências
7.000	crônicas
3.500	páginas manuscritas e datilografadas
300	fotografias
250	revistas
162	livros
207	catálogos

3 - Arquivos de documentação e memória do MAM/SP

Aproximadamente **5.000** documentos entre decretos, atas, projetos, escrituras, relatórios, correspondências, convites, plantas, fotografias, recortes de jornais, eventos, campanhas, etc.

A **BIBLIOTECA PAULO MENDES DE ALMEIDA**, neste ano conseguiu os seguintes resultados, com o apoio constante das instituições, editoras, empresas, pesquisadores, usuários e o intercâmbio.

Publicações Recebidas	2002
Livros e catálogos	641 livros 645 catálogos
CD-ROMs	30
Vídeos	302
Slides	420
DVDs	34

Além de inúmeros folhetos, convites de exposições, dossiês de artistas, cartões postais, cartazes, fotografias, guias, portere, cromos, fitas cassetes, hemeroteca (recortes de jornais), clipping eletrônicos, relatórios.

INTERCÂMBIO

Dando continuidade a Política de Intercâmbio entre Instituições Culturais, durante o ano de 2002 foram expedidos quatro (4) intercâmbios, no total de:

Total de Instituições:	277
Total de Catálogos:	2.635

A Biblioteca do **mam** expediu os seguintes catálogos:

I. Intercâmbio (06.02.02)

1. Panorama da Arte Brasileira 2001 (capa vermelha)
2. Panorama da Arte Brasileira 2001 (capa azul)

Instituições Nacionais	85
Instituições Internacionais	135
Total de Instituições	220
Total de catálogos	440

3. Doação Paulo Figueiredo – MAM
4. Ver para Crer – Vik Muniz
5. Sem Título – Feliz González-Torres

Instituições Nacionais	132
Instituições Internacionais	138
Total de Instituições	270
Total de catálogos	810

II. Intercâmbio (11.12.02)

1. Fotografias no acervo do MAM
2. Coleção Nestlé Brasil de Arte Contemporâneo
3. Rebolo: 100 anos

Instituições Nacionais	138
Instituições Internacionais	139
Total de Instituições	277
Total de catálogos	831

III. Intercâmbio (26.11.02)

1. Tarsila e Di Cavalcanti: mito e realidade no modernismo brasileiro
2. Revista Moderno (n. 1)

Instituições Nacionais	138
Instituições Internacionais	139
Total de Instituições	277
Total de catálogos	277

IV. Intercâmbio (16.12.02)

1. Amazing Amazon: estética evolucionária
2. 25º Bienal de São Paulo: Iconografias Metropolitanas – representação brasileira (DVDs)

Instituições Nacionais	138
Instituições Internacionais	139
Total de Instituições	277
Total de catálogos	277
Total de DVDs	100 (instituições nacionais)

DOAÇÕES

A Biblioteca continua recebendo importantes doações e materiais significativos dos seguintes doadores:

Milú Villela, Ronaldo Bianchi, Maria Alice Milliet, Paulo Figueiredo, Aracy Amaral, Banco BBM S/A., Michel Claude Etlin, Celina Penteado, Anna Teresa Fabris, Itaú

Cultural, Imprensa Oficial do Estado, TV Senac, Brasil Connects, Edusp, Cosac & Naifv, TV PUC/ SP, Banco Sudameris, Banespa / Santander.

Além de editoras, instituições culturais, instituições financeiras, empresas, museus, universidades, galerias, fundações etc. (através de intercâmbio)

SERVIÇOS AO USUÁRIO

A principal função da Biblioteca é dar suporte a todos os departamentos do mam e ao público em geral, basta fazer o agendamento devido a falta de espaço e funcionários.

Usuários externos	
Agendados	843
Usuários internos	
Funcionários	2.153
Visitantes	4.020

A fim de elaborar teses, monografias, trabalhos e pesquisas pessoais, livros, programas de TV, projetos, cenários e etc.

INTERNET

Com o advento das novas tecnologias na área de comunicações, a forma de utilização da Biblioteca vem sofrendo alterações de consultas usando e-mail, Internet, fax, telefone.

Para atender a esta mudança já estamos com projeto em negociação com “Provedor Ajato e esperando a liberação da implantação do **catálogo On-line**”.

EMPRÉSTIMOS

Para instituições culturais, editoras, agências de publicidades particulares, produtoras.

4.856	Slides
531	Vídeos
66	Cromos e fotos
102	Catálogos
81	CdRoom

XEROX

Por motivo de conservação e preservação a maior parte do acervo foi vetado para xerox, por isso, a redução de cópias.

Interno	45.163	(público interno)
Externo	9.814	(público externo)

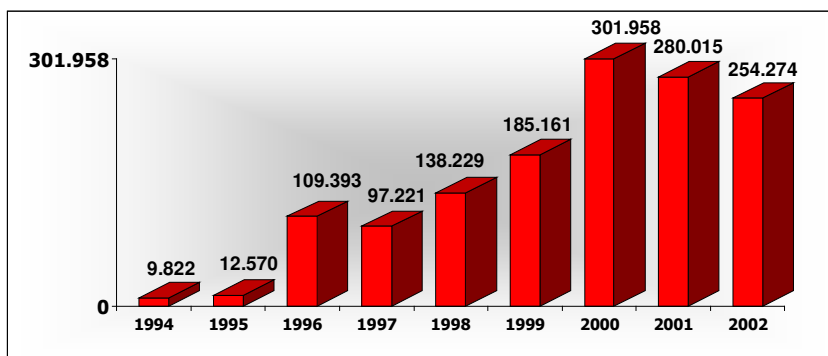
OUTRAS ATIVIDADES

A Biblioteca ainda participou nas pesquisas da realização da TV Cultura em parceria com o MEC uma série de 14 programas sobre **“Matemática por meio de paralelismo e equivalência encontrados nos caminhos da arte”**.

Da série 06 vídeos educativos para o Ministério da Educação a Distância / TV Escola; **“Como construir e manipular sólidos geométricos”**.

7. EDUCATIVO

EVOLUÇÃO DO PÚBLICO MAM



PÚBLICO ATENDIDO ATRAVÉS DO SETOR EDUCATIVO MAM

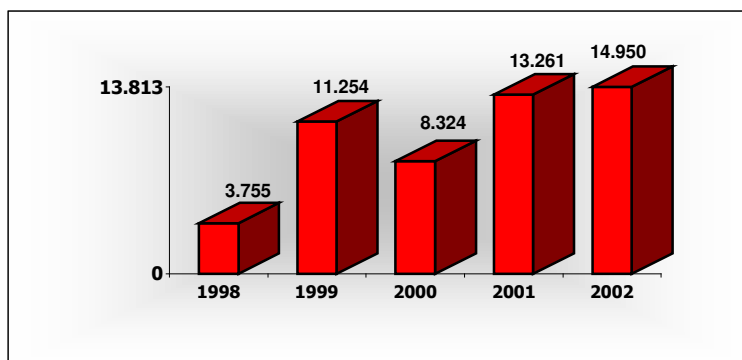
Público Atendido	
Visitação Escolar	36.932
FDE	15.445
Contatos com a arte	527
Encontro com a arte	460
Cursos	620
Cinemam	14.550
Acústico	322
Programa Igual Diferente	286
Educação Digital Além da Informática	52
TOTAL	69.194
Público Atingido	
Conversa com artista e palestras	665
Cinemam – Sessão Amaral Gurgel (Fest. Mix)	400
Aniversário de São Paulo	5.000
Dia da Criança	5.000
Peça: “Quase Verdade” dir. Ulisses Cohn	1.500
XPTO	3.500
Lacto. Revista Cultura e Poesia Sibila II e III	70

Leitura de Poesias com Ligia Cortez e Raul Barreto	50
Leitura de textos de Guimarães Rosa	50
Performance Roberto Ramos	200
Geometria Roberto Pompéia	100
Banda Betro Birger	80
Show Cid Campos	20
Ivaldo Bertazz	800
Planetário	60
Dia dos Pais (Villa Lobos)	2.000
TOTAL	19.495
TOTAL GERAL - PÚBLICO	3.689

CINEMAM

Em 2002, o cinemam apresentou 5 mostras, recebendo um público de 11.950 pessoas. O cinemam na escola apresentou 25 sessões para 2.500 pessoas. O cinemam aprendiz apresentou 5 sessões para 500 pessoas.

O público total foi de 14.950, superando o público do ano anterior de 13.261 pessoas.



ACÚSTICO MAM

O público do acústico mam em 2002 foi de 322 pessoas, uma queda de 44% em relação ao ano anterior que recebeu 728.

Apresentações:

Vange Miliet	3 de outubro	74
Vange Miliet	3 de outubro	68
Júpter Apple	30 de novembro	180
TOTAL		322 pessoas

CURSOS

O número de cursos oferecidos no ano de 2002 subiu 7,5% com relação ao ano anterior. Passou de 53 para 57 em 2002, com total de 620 alunos inscritos, sendo:

17	artes plásticas
10	fotografia – vídeo
6	literatura
7	teatro – moda
9	história da arte
6	yoga
2	corpo
57	Total de cursos
620	Total de alunos inscritos

PROJETOS ESPECIAIS

Conversa com artista – Palestras

objetivo

Os encontros com artistas, críticos e/ou historiadores tem a intenção de aproximar o público do universo da arte através do contato direto com realizadores e profissionais da área. Esse contato enriquece a percepção que o visitante tem das obras e da própria instituição.

Estrutura

É feita uma divulgação na mídia e no meio acadêmico. Cada convidado é recebido por um educador que fica encarregado também de reunir os visitantes interessados em participar da conversa.

As palestras acontecem sempre aos sábados às 14 horas, com 25 pessoas em média.

Contatos com a arte

O mam, através do projeto *Contatos com a Arte*, possibilita encontros com grupos de professores, cujo objetivo principal é disparar reflexões e discussões sobre arte e ensino – aprendizagem de arte, numa concepção atualizada de educação, em que a formação do professor acontece continuamente e simultaneamente ao seu trabalho em sala de aula, alimentando assim o exercício de uma prática reflexiva. Atualmente reunimos cerca de 130 participantes por exposição, distribuídos em quatro grupos. Os encontros são gratuitos, com duração de quatro horas. Não há nenhum critério seletivo para participar.

Encontros com a arte

O projeto é um desdobramento do *Contatos com a Arte*, portanto foi realizado de maneira similar, com os mesmos objetivos e propostas descritas anteriormente. O que difere é o fato de que o *Encontro com a Arte* é destinado para a participação de 500 professores da rede estadual de ensino.

Este projeto nasceu da parceria entre o mam e a Secretaria Estadual de ensino e recebeu em 2002 dezesseis grupos de professores.

Programa Igual Diferente

O mam, através do programa igual diferente, e em parceria com outras 7 (sete) instituições, desenvolveu 10 (dez) projetos sociais para pessoas com necessidades especiais. Os projetos foram documentados através de textos, fotografias e vídeo.

Integraram os nossos cursos 286 alunos provenientes destas instituições e entregue 280 certificados de participação nos cursos.

Resultados:

Todo material produzido em vídeo serão entregues pela produtora, responsável pela edição, em maio de 2003. Serão 10 (dez) vídeos, com um total de 09 (nove) documentários dos cursos realizados.

Cada curso produziu um conjunto de textos que está em fase de compilação para futuramente ser publicado. Esse material é formado pelos seguintes itens:

- a) O projeto propriamente dito
- b) A programação pedagógica resumida com a proposta de todas as aulas
- c) O relatório dos artistas e educadores envolvidos
- d) O texto escrito por técnicos das instituições parceiras com a avaliação do trabalho e relato da sua repercussão na vida dos pacientes. Apenas uma instituição nos entregou esse material.
- e) Providenciaremos para que as instituições apresentem seus relatórios.

Fotografia

Foi produzido um acervo fotográfico, detalhado de cada um dos cursos. Este material está organizado em álbuns catalogados. Poderá possibilitar uma exposição futura.

Artigo

Foi escrito um artigo para o site Educarede sobre o Programa Igual Diferente.

Pesquisa

O Projeto “As Exposições como Eixo” dirigido aos alunos da Apae tornou-se objeto de pesquisa científica. A pesquisadora responsável, Vera Trevisan da PUC SP, está elaborando o texto final que será entregue em março.

Exposições

Duas exposições foram montadas com a ajuda da curadoria e do pessoal da manutenção

1º Exposição: Ateliê Chico Science do Curso Percurso Criador : turma 1 e turma 2 , Instituição Hospital Psiquiátrico Juquery , Vernissage dia 12/12/02 cada um dos 30 alunos trouxe um amigo do hospital.

2º Exposição: Sala Paulo Figueiredo dos cursos Interação com a Arte e com o Meio da Instituição Casa de Saúde São João de Deus, Ateliê de Artes: Teoria e Prática Instituição Caps Itapeva, Mulher, Arte e Intuição e Pintura a Óleo, Xilogravura e Colagem Instituição CECCO Ibirapuera e Percurso Criador turma 2, Instituição Hospital Psiquiátrico Juquery, vernissage dia 17/12/02 encerramento dia 13/01/03.

Prêmios

O mam recebeu do Hospital Psiquiátrico Juquery uma premiação com a seguinte menção:

“O Secretário de Estado da Saúde, a Diretora, demais gerentes e funcionários do Complexo Hospitalar Juquery agradecem a Diretoria e funcionários do Museu de Arte Moderna de São Paulo - MAM pelo empenho e dedicação no processo de reinserção social dos internos/moradores do Juquery, através da Parceria das Possibilidades”

A homenagem foi assinada pelo Sr. José da Silva Guedes, Secretário de Estado da Saúde e, Maria Tereza Gianerini Freire, Diretora do Complexo Hospitalar Juquery.

A coordenadora do projeto, Ana Maria Caira Gitahy, recebeu do Hospital Psiquiátrico Juquery, o Juquito em reconhecimento ao trabalho realizado junto aos pacientes.

8. CONVÊNIO FDE



SECRETARIA DE ESTADO
DA EDUCAÇÃO



Em 2002, o mam realizou um convênio com o FDE – Fundação para o Desenvolvimento da Educação, no valor de R\$ 390.440,00. Através deste convênio, diversas atividades foram realizadas, entre elas, destacamos: Atendimento de pessoas portadoras de necessidades especiais; formação de professores de escolas públicas e particulares, através do Programa de Capacitação com Oficinas de Criatividade, visitas monitoradas às exposições, sessões de cinema, entre outras atividades.

AGENDAMENTO CONVÊNIO FDE - VISITAS DE ALUNOS AO mam

17.214	ALUNOS agendados para visitas às exposições e ateliers
66	ALUNOS recebidos em visita espontânea previamente marcada e de acordo com o convite (cartão convite / vale ingresso)

9. Sócios

O Programa de Sócios teve sua origem na fundação do Museu, e desde sua criação, passou por uma mudança conceitual muito grande. No início, o Sócio era considerado um doador, conseqüentemente, a associação ao mam possuía um caráter filantrópico. No decorrer dos anos, esta imagem veio sendo modificada para uma relação custo-benefício, na qual ambas as partes saem ganhando, o mam e o associado.

Houve uma reestruturação nas atividades da área, tornando as rotinas mais sistematizadas. As funções operacionais foram terceirizadas. O atendimento foi profissionalizado, através da contratação de uma funcionária de telemarketing. Começaram a ser coletados dados importantes para uma posterior análise de rentabilidade e desempenho. O mailing passou por uma minuciosa atualização, para que o relacionamento com os associados fosse sempre melhorado. Por fim, a

coordenação pode concentrar seus esforços em ações que agregassem mais valor à associação ao mam.

O objetivo central de todas estas ações é tornar a associação um produto rentável para o Museu e atraente para o consumidor. Pois, somente desta maneira, a associação pode ser vendida em grande escala, aumentando assim a representatividade do grupo de associados junto à sociedade paulistana.

VISÃO GERAL

Em 2002, a principal ação realizada pelo Programa de Sócios foi a criação de uma identidade visual para o Programa. A DPZ desenvolveu diversas opções e os Sócios votaram para eleger a vencedora, através de carta, internet ou telefone. Esta votação propiciou uma maior interação do grupo de associados com o mam, fazendo-o participar da construção de imagem do Programa.

Eles deveriam escolher entre as seguintes logomarcas:



nº 1



nº 2



nº 3

A logomarca vencedora foi a nº 2.

Para o lançamento da logomarca foi realizado um grande evento no restaurante do mam, que contou com a presença de Luana Piovanni, a mais nova Sócia do Museu.

Este evento foi importante, porque, pela primeira vez na história do Programa, vieram um grande número de associados (300 sócios), e estes passaram a se conhecer, integrando-se aos demais. Além disso, a festa foi coberta pela Revista CARAS, que publicou uma nota com foto do evento.

Theo Werneck, Don KB e Escowa foram os responsáveis pela produção musical da festa. A Fábrica Bijari se encarregou das projeções visuais no espaço. A festa contou com o apoio de *Chandon do Brasil*, *Buffet Cuca e Paula e Polaroid*.

Na saída, cada convidado recebeu uma foto sua *Polaroid*, que foi tirada na entrada do evento. Esta foto vinha dentro de um porta-documentos promocional do Programa de Sócios.

Outra ação de grande importância foi a criação de novos benefícios aos Sócios, agregando mais valor à associação ao mam. Dentre eles, destacamos as visitas monitoradas a cada exposição, o curso gratuito e exclusivo de História da Arte e o recebimento gratuito de algumas edições da Revista CULT e a visita monitorada a 25º Bienal.

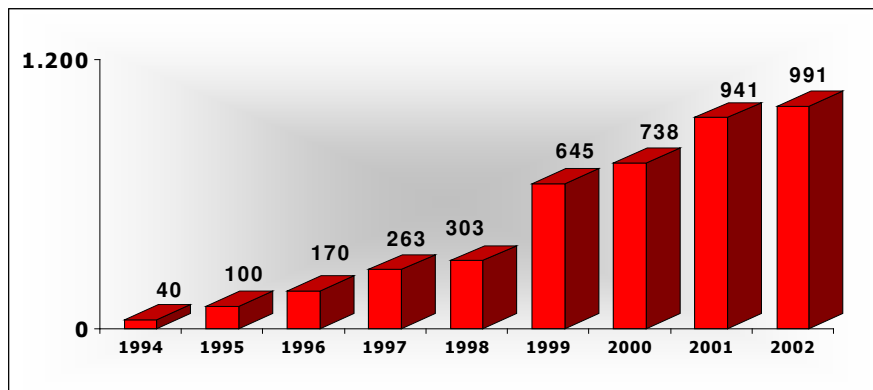
Visando o aumento no número dos associados, foi realizada uma campanha de repescagem com os ex-sócios, através de mala-direta, oferecendo a estes o desconto de 10% sobre o valor da associação em qualquer uma das categorias existentes.

Em geral o ano 2002 foi um ano mais difícil que 2001 para a captação de novos sócios. Apesar de terem ocorrido exposições, que atraíram um grande público (“Imagens do Brasil - Coleção Cisneros”, “Rebolo”, “Tarsila e Di Cavalcanti”), a conjuntura social e política do país foi fator desmotivador para a aquisição de novos sócios. Isto se deu devido à dificuldade financeira, causada pelo alto desemprego e à insegurança, causada pelo momento de eleições.

Além destas razões, outro fator que pesou para baixar a captação de Sócios foi a diminuição nas inscrições advindas dos Cursos. Enquanto no 2º semestre de 2001 houve a entrada de 285 sócios por Cursos, no 2º semestre de 2002 entraram apenas 03 sócios. Isto ocorreu devido ao aumento no valor dos Cursos e à diminuição do desconto que os Sócios possuíam sobre o valor do Curso.

Visão Quantitativa:

EVOLUÇÃO DOS SÓCIOS



Durante o ano foram captados **338** novos Sócios. Um número menor do que em 2001, quando foram captados **400** sócios.

Essa diferença se deve ao fato da diminuição da captação de cursos. No 2º semestre de 2001 vieram 285 novos sócios por Cursos e no 2º semestre de 2002 apenas 03.

Ano/ Receita	Annual	Média mensal	Diferença (%)
2001	R\$ 279.236,00	R\$ 23.269,00	-----
2002	R\$ 262.265,00	R\$ 21.855,00	- 6%

O principal fator para a queda de 6% na Receita de 2002 foi a diminuição da captação através de Cursos.

Estudo do custo da unidade de negócios

Foi realizado um estudo, visando obter o custo gerado pela área de Sócios, e chegou-se as seguintes conclusões:

- O custo para o mam de cada sócio é de R\$ 90,60 por ano.

- A categoria “Estudante” gera para o mam um margem de contribuição negativa de R\$40,60.

A categoria central, ou seja, o valor médio de contribuição, gera para o mam um lucro de R\$509,40.

Visão Qualitativa

Curso de História da Arte

A todas as categorias de sócio do mam foi criado um Curso de História da Arte gratuito. Não-sócios não podem participar deste Curso. As aulas ocorrem sempre às quintas-feiras, das 20h às 22h, uma vez por mês, no auditório do mam. O curso é baseado no acervo do Museu. Iniciou-se em Setembro e tem duração de 01 ano. O professor foi José Carlos Cezar Ferreira (BOI).

Visitas Monitoras

Em 2002, foram realizadas visitas monitoradas às exposições, sempre às quintas-feiras, exclusivas aos Sócios do mam.

Recebimento gratuito de edições da REVISTA CULT

Através de uma parceria com a REVISTA CULT, os sócios do mam ao realizar a assinatura anual da Revista, receberam por mais 06 meses a Revista gratuitamente, ou seja, pagam pelo recebimento de 12 edições e recebem 18.

Aumento do benefício na assinatura da REVISTA BRAVO

Em 2002, após negociações, os Sócios do mam que recebiam um desconto de 18%, passaram a receber um desconto de 30% na assinatura da REVISTA BRAVO.

Descontos em Peças de Teatro

Os Sócios do mam puderam usufruir do desconto de 50% nas seguintes peças de teatro: "Noite de Reis ou O que quiserdes" e "É 20! As folias do Século".

Visita a 25ª Bienal

A programação teve início com um bate-papo sobre a história da Bienal, no auditório do mam, com a pesquisadora Margarida Sant'Anna. Em seguida, após

um coffee-break, o grupo foi para uma visita monitorada à 25ª Bienal Internacional de São Paulo.

Programação trimestral

Foi criado um Informativo trimestral, constando as atividades programadas para os Sócios durante os 03 próximos meses, que seguem anexos. Isto possibilitou ao Sócio se programar, com antecedência, para as atividades do Museu.

Campanha de Repescagem

Foi realizada uma campanha de repescagem junto aos ex-sócios do mam, através de mala-direta. O grupo de ex-sócios era formado por 730 pessoas. Foi oferecido a estes o desconto de 10%, caso renovassem a associação em qualquer uma das categorias existentes.

CATEGORIAS	VALOR NORMAL	VALOR C/ DESCONTO
Colega	R\$ 120,00 / ano	F \$ 100,00 / ano
Individual	R\$ 25,00 / mês	F \$ 20,00 / mês
Amigo	R\$ 50,00 / mês	F \$ 45,00 / mês
Parceiro	R\$ 100,00 / mês	F \$ 90,00 / mês
Patrocinador	R\$ 200,00 / mês	F \$ 180,00 / mês
Patrono	R\$ 500,00 / mês	F \$ 450,00 / mês

O resultado obtido foi o resgate de 14 sócios. Mas, esta ação ainda não está encerrada. A partir de 2003, será realizada uma ação de telemarketing junto aos sócios que não aderiram à campanha. Pois muitos podem até não ter recebido a correspondência, ou mesmo não ter lido.

Ação de captação com o cartão VISA

Foi realizada uma ação com o cartão VISA, proporcionando aos gerentes dos bancos a possibilidade de oferecerem aos seus clientes uma associação ao mam, em uma categoria exclusiva, com benefícios exclusivos e um valor promocional.

O único banco que aderiu a esta promoção foi o SANTANDER. Foram enviadas correspondências para 20.000 clientes SANTANDER-VISA.

O retorno desta ação foi nulo. Não tivemos nenhuma inscrição na categoria “mam-VISA”.

Este insucesso se deve ao fato de que não pudemos interferir na comunicação enviada aos clientes do SANTANDER. Assim, a informação que constou no folder estava diluída em meio a diversas promoções e o cliente dificilmente assimilava a associação ao mam como um benefício atraente.

CONCLUSÃO:

Neste ano, as ações tiveram como objetivo principal a melhoria do relacionamento com os Sócios.

10. NÚCLEO CONTEMPORÂNEO

O Núcleo Contemporâneo está completando seu terceiro ano de atividades.

Em 2002, além de incentivar o colecionismo de arte contemporânea brasileira, o Núcleo se preocupou em apoiar o desenvolvimento da produção artística nacional e promover o intercâmbio de informações.

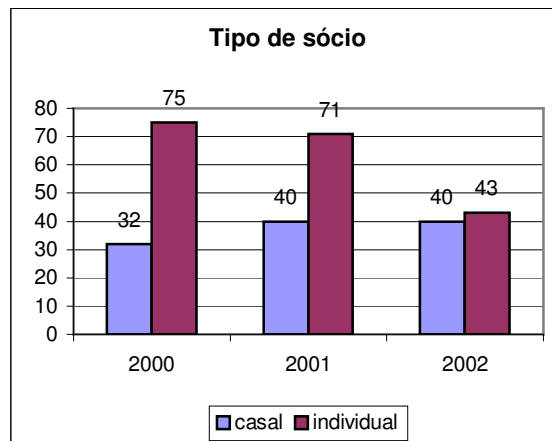
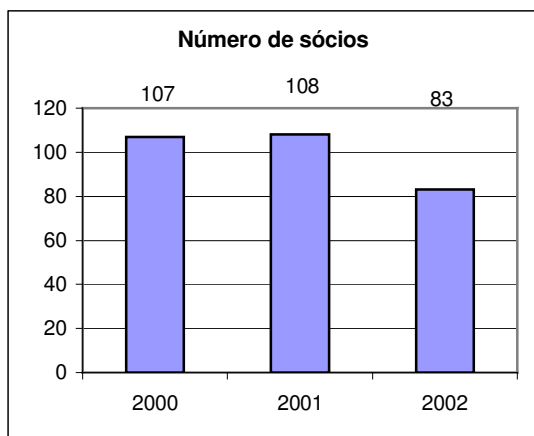
O valor da associação permaneceu o mesmo desde o início: R\$ 600,00 (individual) e R\$ 1.000,00 (casais), considerando que 50% do valor das anuidades é destinado a um fundo para a aquisição de obras ou apoio a outros projetos do mam relacionados à arte contemporânea.

No mês de julho a sócia Andréa Pereira substituiu Ana Maria Mesquita na coordenação geral do Núcleo.

Situação atual (fevereiro 2003)

Número de Sócios	Casais	Individuais
83	20	43

Queda de 23% em relação aos dois anos anteriores. Percebe-se que o número de casais se manteve, ou seja, houve uma queda no número de sócios individuais.



Eventos

Foram realizados aproximadamente 25 eventos exclusivos para o Núcleo entre visitas a estúdios de artistas, coleções particulares, palestras, debates, making of de exposições do museu, etc. A média foi de 2 eventos por mês.

Destaque para o evento de fim de ano: debate sobre arte contemporânea no auditório do mam que deverá se repetir nos próximos semestres.

Baile de Máscaras (26 de setembro de 2002)

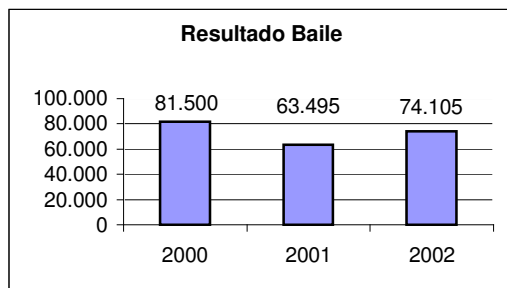
O Baile 2002 fez uma homenagem aos 80 anos de Modernismo no Brasil. A produção foi da Cake's Produções pelo terceiro ano consecutivo. Foi criado o site www.mam.org.br/baile.

Patrocínios: Grand Hyatt Hotel (espaço, buffet e bebidas), Credicard (R\$ 50.000,00) e Contemporâneo Cyrela (R\$ 50.000,00).

Apoios: 0800 Comunicação, Black Tie Rigor, Chivas Regal, DJ Clemente Napolitano, Estúdio Senhora Olga (cenografia), Flash Power, H. Stern, Max Hard Soda, MCD World Music, Vodka Wiborova, Revista Vogue

O Baile contou ainda com o apoio de empresas, agências de publicidade, galerias de arte e pessoas físicas que contribuíram comprando acima de dez convites e espaços reservados (lounges).

Foram vendidas 702 máscaras de um total de 1.000 e recebemos 810 convidados. O lucro obtido foi de R\$ 74.105, 17% superior a 2001, aplicado no Fundo de aquisição de obras.



CD Cafémamsp Vol 2 – Black Tie Lounge

Aproveitando o conceito, os recursos do Baile e o sucesso do Cafémam Vol. 1 o Núcleo e a MCD World Music produziram o cd cujo custo foi embutido no preço do convite (R\$ 220,00) e distribuído aos convidados, juntamente com as máscaras. Foram produzidos 2.000 exemplares sendo que o restante do Baile foi doado à loja do mam para ser comercializado, com renda revertida para a manutenção do museu.

Coleção

O Núcleo encerrou 2002 com uma coleção composta por 78 obras. Os recursos arrecadados neste ano foram utilizados por enquanto para a aquisição da obra “Doador” de Elida Tessler por indicação de Tadeu Chiarelli. As demais aquisições ainda serão definidas pela curadoria.

Viagens culturais: em 2002 o Núcleo propôs duas viagens aos sócios mas nenhuma se realizou por falta de adesões. No primeiro semestre para a Art Basel e Documenta de Kassel e, no segundo semestre, para a Art Basel Miami Beach.

Site: a construção do site do Núcleo Contemporâneo foi retomada em paralelo à elaboração do novo site do museu. Os projetos serão complementares seguindo o mesmo padrão estético e estrutural.

RESULTADO CONSOLIDADO 2002

RECEITAS		DESPESAS	
Contribuição dos membros	R\$ 42.558,00	Gastos operacionais	R\$ 6.997,00
Baile de Máscaras	R\$ 269.290,00	Baile de Máscaras	R\$ 195.185,00
		Transferido p/ o mam	R\$ 12.718,00
Total receitas	R\$ 311.848,00	Total despesas	R\$ 214.900,00
INVESTIMENTOS			
Compra de obras *	R\$ 10.000,00		
Investimento futuro **	R\$ 85.000,00		
Total investimentos	R\$ 95.000,00		
		Resultado Final 2002 **	R\$ 1.948,00

11. ÁREAS DE NEGÓCIOS: SHOPMAM, RESTAURANTE, ESPAÇO, CURSOS

Shopmam

Histórico do ano:

O ano de 2002 foi muito importante para o shopmam. Em janeiro trabalhamos com três lojas (Ibirapuera, Shopping Paulista e Villa Lobos), já que desativamos a unidade de Higienópolis.

Em 2001, a rede passou por uma reestruturação: substituição da equipe, implantação de comissão de vendas, novo mark-up, alterações significativas no mix de produto. Estas mudanças causaram uma tímida melhoria nos resultados em 2001, porém somadas às estratégias de 2002, contribuíram para a criação de um padrão de loja gerador de resultados mais sólidos.

A partir de janeiro verificamos como a reforma da loja Ibirapuera foi importante para maior visibilidade dentro do Parque, já que tivemos um movimento além do esperado. Em abril também reformamos a loja do Villa Lobos buscando um espaço mais claro e que valorizasse os produtos.

Lojas itinerantes:

De 25 de maio a 9 de julho montamos uma loja na CasaCor. Foi uma experiência excelente que gerou principalmente benefícios de visibilidade e divulgação já que

o shopmam atingiu a um novo público formado por decoradores e arquitetos, além de formadores de opinião das mais diversas áreas. Da participação da CasaCor resultaram convites para a Metro Design e para o Shopping Center Norte. Tivemos um faturamento da ordem de R\$ 132.000,00 gerando resultados de R\$ 25.515,00 . Deste montante, 40% foi revertido para o Lar Escola São Francisco.

Participamos da primeira edição da Metro Design em São Paulo, de 21 a 25 de agosto. Montamos uma loja de 62,5m2 e tivemos o apoio da Ornare e da Duratex. As peças da loja também estiveram na Feira Chevalls em Minas Gerais de 29 de agosto a 01 de setembro.

De 03 de setembro a 31 de outubro montamos a convite do Shopping Center Norte um quiosque. Para isto foi criado um mobiliário versátil, que poderá ser utilizado futuramente para a execução de lojas temporárias.

Participamos também com peças na Feira Casar (de 03 a 06 de outubro) no Hotel Grand Hyatt.

Em 03 de outubro abrimos com apoio da Ornare, da Deca, da Duratex e do Shopping Jardim Sul, a maior loja da rede shopmam. Com 70 m2 (entre loja e estoque) e um projeto doado ao mam pelo arquiteto Maurício Melchor, a rede consolida sua estratégia de estar presente em espaços novos aumentando a visibilidade do mam.

Estratégia do ano

1) Com o auxílio de Atílio Baschera e Gregório Kramer, criação de um padrão para as lojas:

Mobiliário - mais claro para valorizar os produtos

Melhor disposição dos produtos

2) Aumento da linha mam: As principais criações do ano foram:

Linha gel – porta-bloco, porta-cd, chaveiro, nécessaire, estojo, sacola,

Squeeze, Canetas emborrachadas e chaveiro com luz, 5 modelos de camisetas

Latas de diversas cores e tamanhos, Agenda, Cd mamcafés e mamcafés2

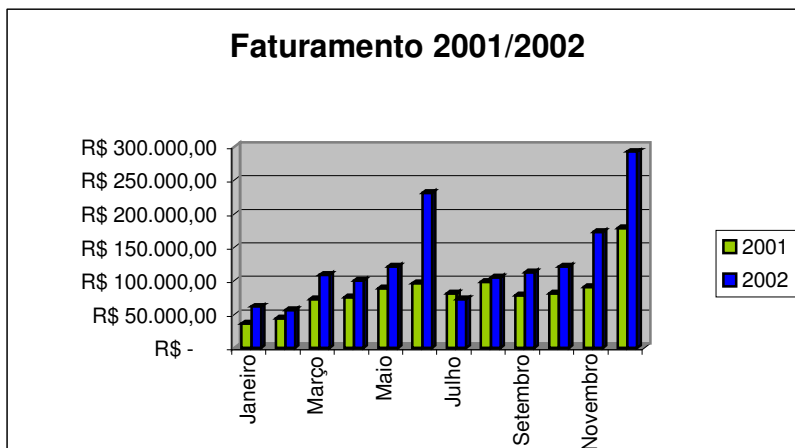
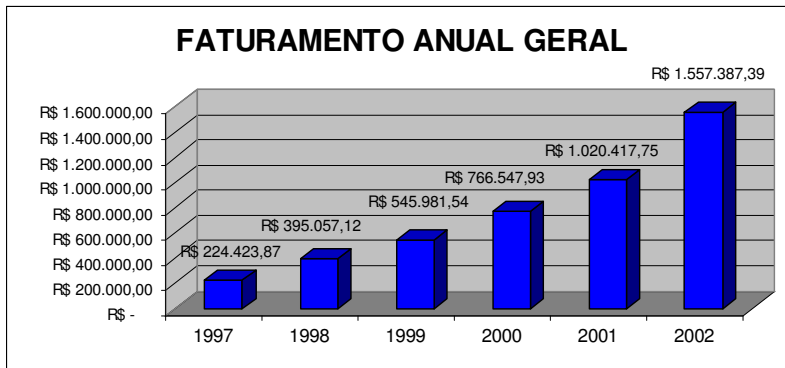
Novos modelos de sacolas

3) Aumento da linha de Design Solidário: produtos feitos por ongs como Despertar, Aldeia do Futuro, OAT, Hope, Fundação Moema Leão, Adere, e outros.

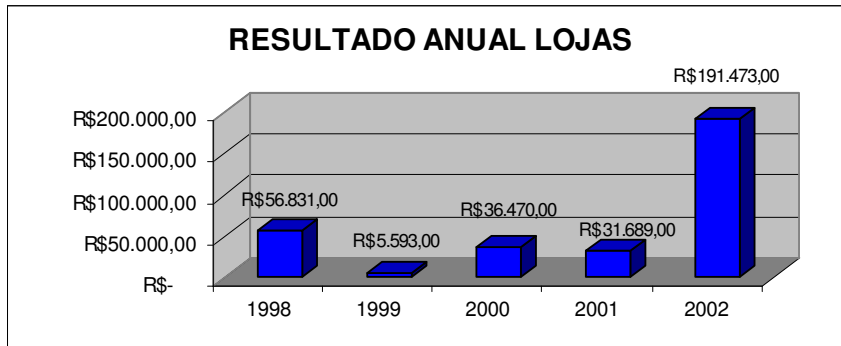
4) Aumento na linha de Artesanato Brasileiro

Análise Financeira

Conforme gráfico abaixo, em 2002 tivemos um aumento de 53% no faturamento em relação a 2001. O aumento de receita se deu em todos os meses de 2002, com exceção de julho. A sazonalidade do ano foi parecida com a do ano passado, excetuando-se o pico de faturamento no mês de junho devido à Casacor.



Em 2002 o resultado líquido aumentou 504% em relação a 2001. Isto se explica pela mudança de mark-up para 2,0 e em alguns produtos para até 4,0. A relação lucro/faturamento subiu de 3 para 12% e as despesas baixaram 9% este ano.

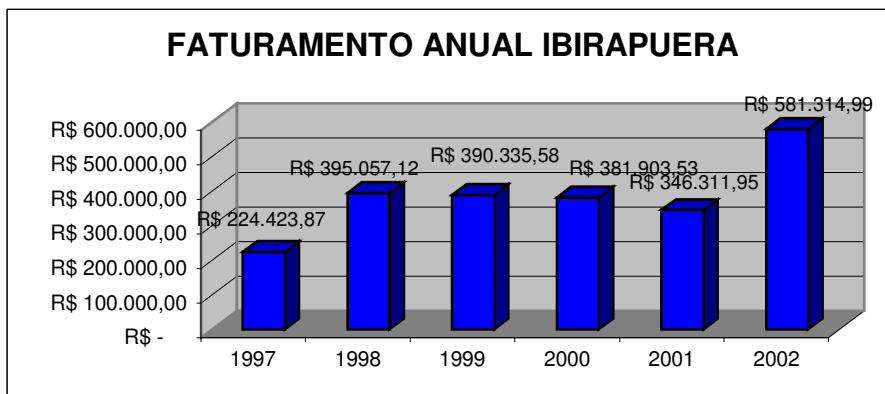


Cada Loja

Ibirapuera:

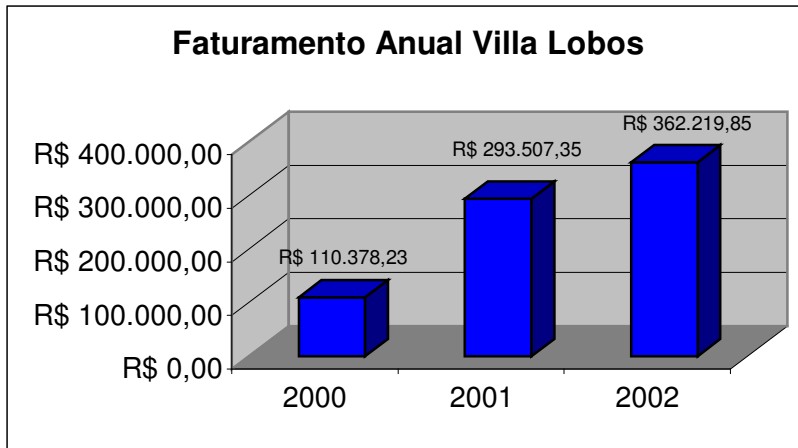
Este ano a loja apresentou o maior faturamento desde sua abertura em 1977. As principais razões para isto foram:

- As grandes exposições do ano já que existe uma correlação positiva entre público e faturamento.
- A equipe de vendas: que antes sofria alta rotatividade e este ano se manteve inalterada desde março.
- Uma seleção especial de produtos relacionados a cada exposição.



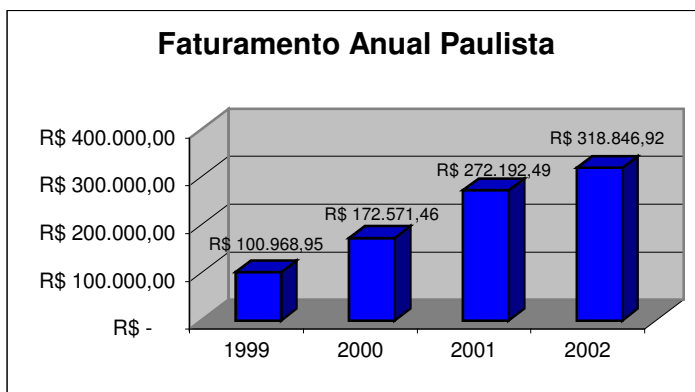
Villa Lobos:

Aumentamos a pontuação desta loja, diminuindo assim a comissão das funcionárias. Foi uma atitude mais arriscada pois poderia ter desmotivado as vendedoras. Porém, a loja manteve suas metas de faturamento e ainda conseguiu faturamentos réconds como no mês de dezembro.



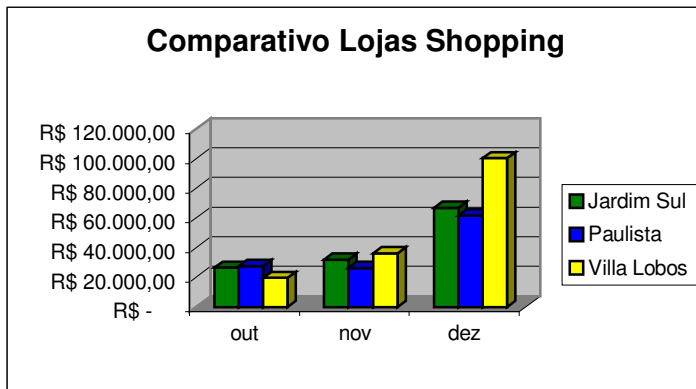
Paulista:

No último trimestre deste ano, transferimos a mais experiente vendedora desta loja para a unidade do Jardim Sul. Não obstante, as médias de faturamento se mantiveram, reiterando o bom posicionamento desta unidade.



Jardim Sul:

O gráfico abaixo demonstra que o shopmam Jardim Sul iniciou suas atividades com um movimento muito semelhante ao das lojas de Shopping. A diferença é que ela atingiu nos primeiros meses de sua atuação o faturamento que as lojas Paulista e Villa Lobos só atingiram depois de três e dois anos de atuação, respectivamente.

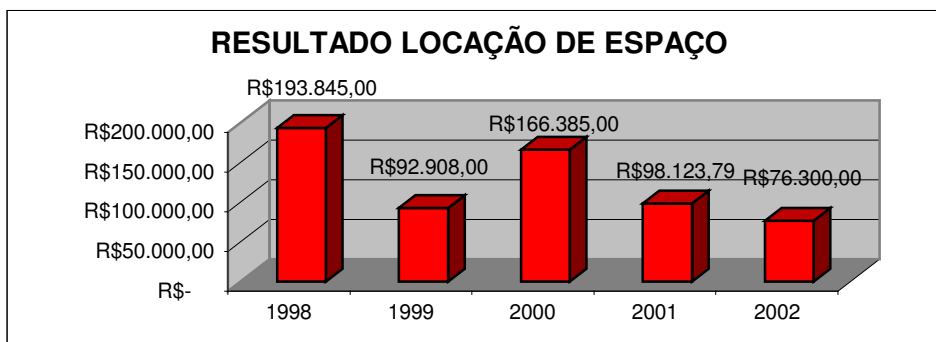
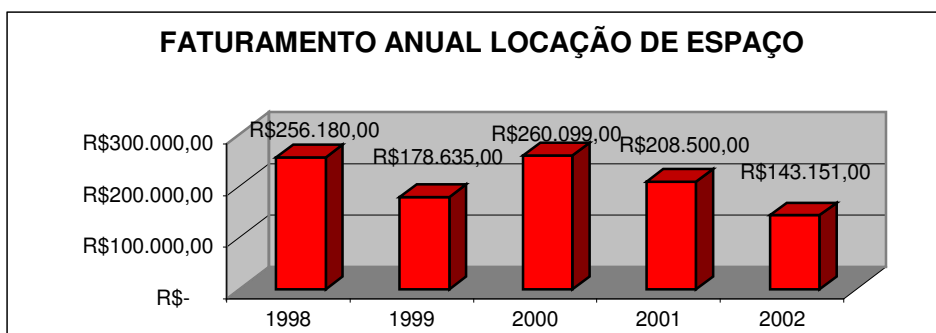


Metas para 2003

- aplicar uma política sistemática de redução de despesas
- participar de grandes mostras como a Casa Cor
- executar mais lojas itinerantes pois proporcionam maior visibilidade ao mam e um incremento no faturamento
- implantação de novo sistema de informática permitindo uma análise mais precisa de cada de loja
- reavaliação do sistema de comissão
- buscar autonomia total das lojas em relação ao museu
- trabalhar de forma mais afinada com a assessoria de imprensa
- desenvolver mais itens da linha mam
- buscar novos canais de venda para os produtos mam

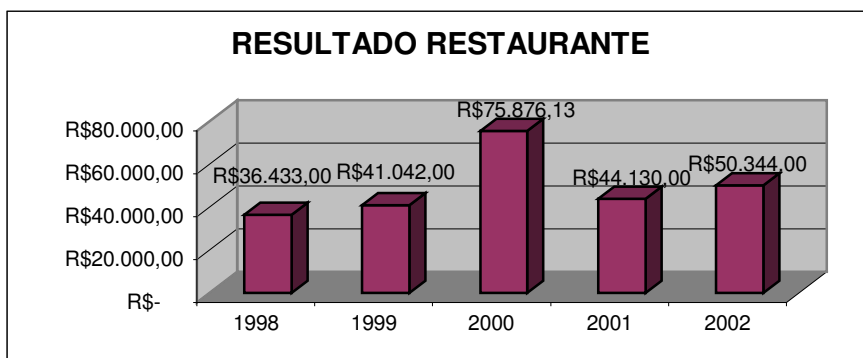
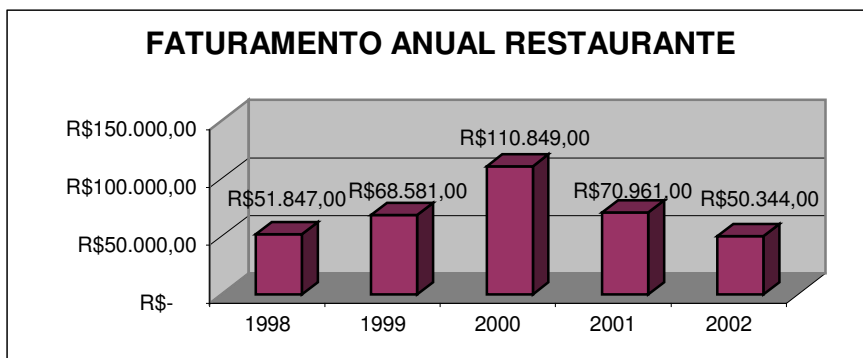
Locação de Espaço

Esta área tem sofrido queda de faturamento em 2001 e 2002. Com a troca de coordenação nos últimos meses de 2002, tivemos um aquecimento significativo em novembro e dezembro, que pretende se consolidar durante o ano de 2003. Também implantamos a remuneração variável atrelada ao faturamento do setor. A relação lucro/faturamento melhorou em 2002, denotando uma operação mais eficiente.



Restaurante

A gestão do restaurante do mam continuou com o Buffet A Cozinha que está no mam desde agosto de 2001. A relação resultado faturamento melhorou 38% de 2001 para 2002. A receita repassada para o museu teve um incremento de 13% neste ano.



Cursos

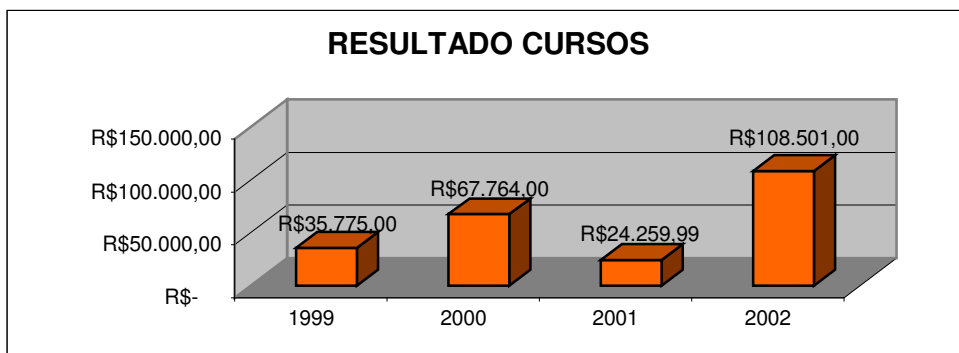
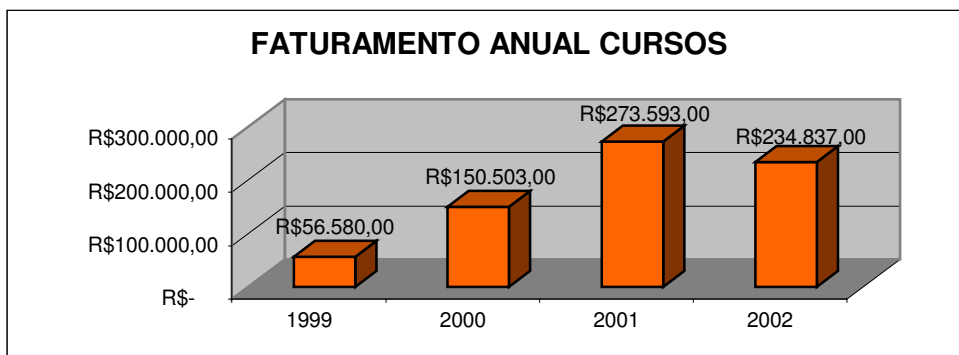
Em 2003 os cursos passaram por uma mudança estratégica embasada nas seguintes ações:

Aumento do preço

- Os professores deixaram de ser autônomos e passaram a ser contratados como cooperativa ou como empresa.
- Os custos de propaganda foram cortados e a comunicação passou a ser feita principalmente por e-mail.
- Os sócios tiveram redução de desconto de 20 para 5%.

Com estas mudanças, o ano de 2002 apresentou uma queda de aproximadamente 25% do número de alunos, porém com uma grande melhoria de resultados se comparado com o de 2001.

Para 2003 será importante fazer a análise de lucratividade de cada curso e do número de alunos.



12. CLUBE DA GRAVURA E FOTOGRAFIA

Este foi um ano de transição para os clubes. O escritório passou a ser no mam Higienópolis, proporcionando um espaço mais agradável para os sócios e contando com uma sala para a conservação das obras.

Tivemos um aumento de mensalidade de R\$ 120,00 para R\$ 200,00 Gravura e para R\$ 150,00 Fotografia.

Contratamos uma pessoa para fazer a produção das obras, sob supervisão da curadoria.

Quanto à administração, passou por uma reestruturação que gerou maior organização e queda significativa na inadimplência das mensalidades.

As gravuras do artista Vik Muniz foram entregues com sucesso na casa de 42 sócios. Juntamente com as gravuras de Vik Muniz, foram entregues também as

gravuras de Mabe Bethonico, Mauro Restife e Mário Ramiro e as fotografias de Gal Opido, Claudia Andujar e Nair Benedicto.

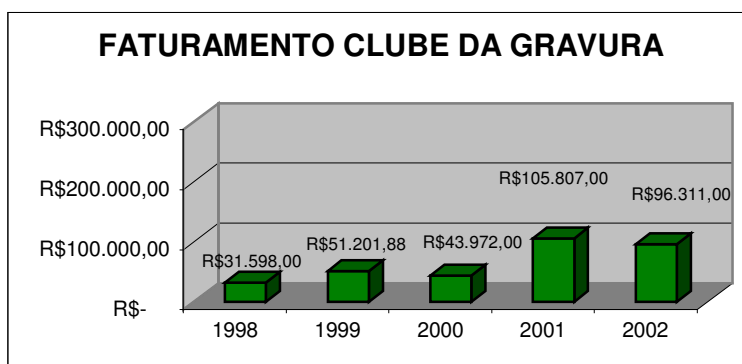
Balanço do Clube da Gravura:

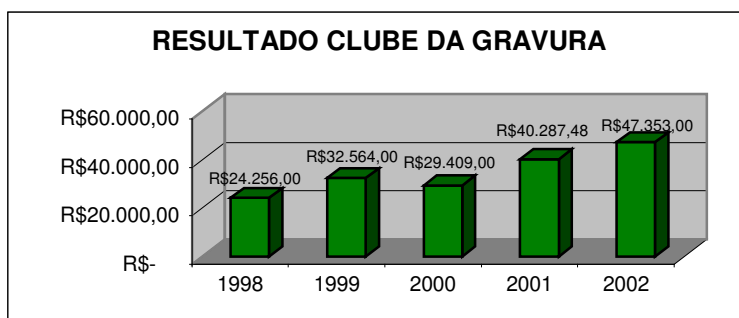
Número total de sócios	46
Sócios novos	07
Total de gravuras vendidas avulsas	28

Obras entregues: Vik Muniz (referente a 2001), Sandra Tucci, Mário Ramiro, Mauro Restife e Mabe Bethônico. A produção de Nuno Ramos, último artista do ano, está sendo finalizada até final de janeiro/03.

Publicidade: Revista Higienópolis, Jornal Gazeta Mercantil e Projeto de decoração Cyrela (obras dos Clubes foram usadas no apartamento decorado). Atualmente, o Clube da Gravura tem suas principais obras expostas no Espaço mam Higienópolis.

Os gráficos abaixo apontam que o faturamento do clube diminuiu sensivelmente em relação a 2001, porém os resultados aumentaram, o que demonstra uma operação mais eficiente. É importante considerar, que temos metade do número de sócios que o clube comporta o que denota o grande potencial de resultado para ser trabalhado no ano de 2003.





Balço do Clube da Fotografia:

Número total de sócios	25
Sócios novos	05
Total de fotografias vendidas avulsas	38

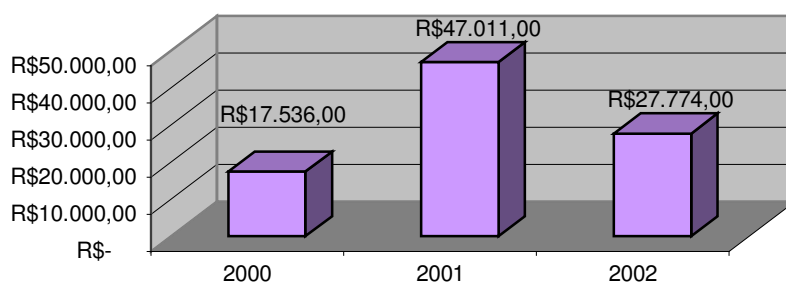
Fotografias entregues: artistas Arnaldo Pappardo, German Lorca, Gal Opido, Claudia Andujar e Nair Benedicto. Todas foram entregues no prazo previsto.

Publicidade: Revista Higienópolis, Gazeta Mercantil, Projeto Cyrela, exposição na Assembléia Legislativa e Moderno.

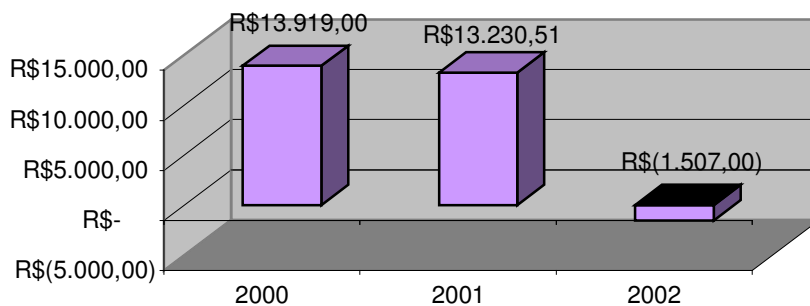
De acordo com os gráficos abaixo, é possível verificar uma queda de faturamento e resultado de 2002 em relação ao ano anterior. O resultado negativo pode ser explicado pelo pagamento de 7 projetos (sendo dois referentes a 2001) e também pela drástica queda no número de sócios.

Para o ano de 2003, é imperativo trabalhar de maneira mais eficiente a captação de sócios.

FATURAMENTO CLUBE DA FOTOGRAFIA



RESULTADO CLUBE DA FOTOGRAFIA



13. MARKETING

O Departamento de Marketing do MAM é responsável pela divulgação institucional do Museu, de seus serviços e de sua programação, seja qual for o suporte utilizado para isso.

Parcerias de Mídia firmadas em 2002

Empresa	Parceria
Publicronos	publicidade em 10 (dez) relógios digitais na região central da cidade de São Paulo
Revista Simples (Wide Group)	4 páginas anuais na Revista
Revista OCAS	projeto da Revista inglesa "The Big Issue" no Brasil, com renda destinada aos moradores de rua. 5 páginas anuais na Revista
Sejabixo.com	100 mil impressões de fullbanner nos sites www.sejabixo.com (destinado a calouros) e www.unimais.com (destinado a universitários) e desenvolvimento de visita virtual ao mam.
Jornal Valor Econômico	distribuição de 6 edições da <i>Revista Moderno</i> para os assinantes do jornal na grande São Paulo, em quantidade de 40 mil exemplares.
Editora 17	6 páginas anuais na Revista Cult (A Lemos Editorial, já parceira do MAM, vendeu a Cult para Editora 17)

****Optamos, neste ano de 2002, por otimizar as parcerias de mídia já existentes, em lugar de prospectar novos parceiros.***

Parcerias de Mídia não renovadas em 2002

Empresa	Parceria
Revista MTV	o argumento para não renovação, por parte da Revista, foi a dificuldade para utilizar os benefícios oferecidos, principalmente o espaço para eventos.
Portal Terra	Não renovamos parceria com o Portal Terra por não conseguirmos chegar a um acordo para adequação da parceria às necessidades do Museu.
Revista Caros Amigos (Editora Casa Amarela)	Não renovamos com a Editora Casa Amarela – Revista Caros Amigos, pois eles não estavam inserindo nossos anúncios na Revista.

Anúncios

Coordenamos produção, inserção e controle dos anúncios (Impressos, Painéis Digitais, Rádio e TV) nos mais de 40 veículos de mídia parceiros, para divulgação dos seguintes assuntos: Exposições, Cursos, Clube de Colecionadores, Shopmam, Agendamento, Cinemam, Contadoras de História, e Campanha de Agradecimento a Parceiros.

Além disto, negociamos a compra de mídia contratada para as exposições *Imagens do Brasil e Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti*.

Revista *Moderno*

O *Moderno*, informativo bimestral do Museu de Arte Moderna de São Paulo, foi transformado, em sua 17ª edição, numa revista (formato 21 x 28 cm, com 16 páginas), desenvolvida pela Conteúdo Comunicação, em conjunto com o mam. A Revista, que trouxe em seu primeiro número a exposição *Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti* como objeto principal, é distribuída no jornal Valor Econômico em tiragem de 40 mil exemplares.

Deixamos de fazer a distribuição nos pontos culturais da cidade, pois, em virtude da mudança de formato, a procura aumentou muito e a tiragem destinada ao mam continuou a mesma. Esperamos resolver isto nas próximas edições, aumentando a tiragem.

Moderno On-line

Em 2002, foram enviados 57 *Modernos On-lines*. Com a possibilidade de cadastramento no site do mam, o *Moderno On-line* é enviado hoje, por e-mail, para 1.928 pessoas (eram 738 pessoas no mesmo período de 2001) e traz informações sobre a programação do Museu.

Foi criado ainda, em junho de 2002, exclusivamente para os sócios do Museu, um clipping eletrônico que é enviado mensalmente por e-mail, desenvolvido pela Conteúdo Comunicação.

Elaboração de Relatórios para Patrocinadores de Exposição

Foram feitos relatórios para os patrocinadores de todas as exposições da Grande Sala:

- *Além dos Pré-Conceitos*
- *Imagens do Brasil*
- *Coleção de Fotografias do MAM*
- *Rebolo – 100 Anos*
- *Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti*

O relatório traz o clipping de mídia espontânea (assessoria de imprensa), as mídias permutadas e contratadas, spot de rádio e filme de TV, comunicação visual, impressos, publicações e os números de público da exposição.

Produção gráfica de impressos e folders específicos

Além dos impressos oficiais do Museu foram produzidos este ano folders de exposição. Também produzimos, juntamente com a curadoria, folders específicos para as mostras: *Nefelibatas – Para aqueles que vivem nas nuvens e, Política, Moda e Arte.*

Paisagens – Coleção do Museu de arte Moderna de São Paulo

A idéia é podermos fazer estes impressos para todas as exposições, como suporte para o público visitante.

- 10 mil convites gratuitos para a exposição *Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti*, utilizados em ação promocional
- Cartazes, das exposições *Imagens do Brasil* e *Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti* em 3.500 ônibus das linhas da Zona Sul da cidade de São Paulo, além de 55 terminais. Além da divulgação nas estações de Metrô que totalizam 50 painéis.
- Filipeta de divulgação do CD Café MAMSP Volume 1
- Convite para festa de lançamento do CD Café MAMSP Volume 1
- Cartões de Fim de Ano do MAM em quantidade de 3 mil

• Relacionamento com a agência de publicidade

Foram realizadas, pela DPZ, campanhas publicitárias para as exposições *Além dos Pré-Conceitos*, *Imagens do Brasil*, *Rebolo – 100 Anos*, *Tarsila do Amaral e Di Cavalcanti* utilizando para veiculação; mídia permutada e contratada.

Além disto, foram desenvolvidos; anúncios de oportunidade para o dia internacional da cultura, a campanha de agradecimento a parceiros e os projetos gráficos do CD Café MAMSP, volumes 1 e 2.

Produção e manutenção da comunicação visual externa do Museu

As exposições da Grande Sala, Sala Paulo Figueiredo e as listas de parceiros foram divulgadas nos arredores do MAM através de banners, adesivos e placas.

O outdoor da Av. Pedro Álvares Cabral e 3 banners de 3 x 1 m foram retirados por solicitação da Secretaria do Verde e Meio Ambiente.

Placas, adesivos e banners também foram utilizados para divulgação das atividades do Museu nos Espaços MAM Higienópolis e Villa-Lobos, além das listas de parceiros.

Comunicação Interna

O *Mamchete* chega em sua 43ª edição como ferramenta de comunicação interna do Museu, em periodicidade quinzenal, em versão digital e impressa.

Campanha de reciclagem

Reiniciamos o processo de Reciclagem de papel no mam com uma nova empresa: a *Reclicagem*.

Projeto de Identidade Visual

Com o intuito de padronizar, e assim, otimizar a comunicação do Museu, contratamos o studio Miocque Warrak Design, escolhido por meio de concorrência, para desenvolver um projeto de identidade visual para o mam, que compreende um manual de utilização da marca mam e nova papelaria, neste primeiro momento.

Atualização do site do mam

O site do MAM www.mam.org.br, continua sendo atualizado, semanalmente, pela E-BIS e teve visitação média, neste ano, de 100 pageviews por dia (Em 2001, dentro o Portal Terra, a visitação era de 300 pageviews/dia).

Novo site mam

Foi iniciado, neste ano, o processo de desenvolvimento do novo site do mam, com previsão de ida ao ar em março de 2003. Os textos estão sendo escritos por José

Augusto Ribeiro em conjunto com os coordenadores de áreas do mam. O formato será definido por Miocque Warrak Design, dentro do novo projeto de identidade visual do mam, citado anteriormente e o desenvolvimento será realizado pela E-BIS.

14. ADMINISTRAÇÃO

Relatório anexo:

(Demonstrações financeiras, Balanço, Parecer da auditoria, Resultados)

15. CONSELHO E DIRETORIA

A eleição para a Diretoria do mam aconteceu no dia 23 de setembro de 2002, reelegendo a presidente Milú Vilella e o Vice-Presidente José Olympio da Veiga Pereira, com o mandato de mais dois anos. Os demais membros também foram reeleitos, exceto as Sra. Ana Maria Lima Noronha, Deborah Gentil, Izabella Prata, que se desligaram do cargo e, Jens Olesen que foi para o Conselho do mam.

Para compor os cargos vagos da Diretoria foram convidados os Srs. Paulo Lemos, Roberto Giannetti da Fonseca e Reginaldo Zero, que aceitaram o convite.

O conselho também reelegeu o Sr. Roberto Teixeira da Costa, presidente do Conselho Deliberativo do mam, que teve seu mandato prorrogado até o dia 31 de dezembro do mesmo ano. Os demais membros foram mantidos, exceto os Srs. Antonio Carlos Lima de Noronha, Geraldo Medeiros e Fernando de Arruda Botelho, que se desligaram do cargo.

Visando manter um relacionamento estreito com nossos conselheiros e diretores, o atendimento passou a ser tratado por uma única pessoa, intensificado as comunicações impressas e eletrônicas, informando sobre as programações do mam e assuntos de interesse; Além da participação em eventos realizados pelo Museu, os conselheiros e diretores foram convidados a participar de visitas monitoradas às exposições, sob a orientação de curadores da mostra.

O Programa de Sócios para conselho e diretoria foi sistematizado junto ao departamento de Sócios, e os valores para associação foram redefinidos e reajustados.

DIRETORIA

Presidente

Milú Villela

Vice-Presidente Executivo

José Olympio da Veiga Pereira

Vice-Presidente Sênior

Roger Wright

Vice-Presidente Internacional

Michel Claude Etlin

Diretores Financeiros

Alfredo Egydio Setúbal

Ney Castro Alves

Diretor Jurídico

Eduardo Salomão Neto

Diretores Administrativos

Paulo Lemos

Reginaldo Zero

Diretores

César Giobbi, Evelyn Ioschpe, José Zaragoza, Malú Pereira de Almeida, Paulo Figueiredo, Roberto Giannetti da Fonseca, Vera Lúcia dos Santos Diniz.

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente

Roberto Teixeira da Costa

Vice-presidente

Gilberto Chateaubriand

Conselheiros

Adolpho Leirner, Ana Maria Lima de Noronha, Antonio Hermann Dias de Azevedo, Antonio João Abdala Filho, Beatriz Monteiro de Carvalho, Chella Safra, Claudio Lembo, Claudio Haddad, Daisy Setúbal, Danilo Miranda, Denise Aguiar Alvarez Valente, Edmundo Safdié, Edo Rocha, Flávio Pinho de Almeida, Geraldo de Figueiredo Forbes, Graziela Leonetti, Henrique Luz, Idel Arcuschin, Ingrid Baendereck da Fonseca, Israel Vainboim, Ives Gandra Silva Martins, Jaime Cupertino, Jaime Roviralta, Jens Olesen, João Carlos de Figueiredo Ferraz, João Rossi Cuppoloni, José Ermínio de Moraes Neto, José Mindlin, Laodse de Abreu Duarte, Lily Marinho, Luciano Amaro, Luiz Antonio Viana, Luiz de Campos Salles, Manoel Felix Cintra Neto, Manoel Octávio Pereira Lopes, Marc Rubin, Marcelo Lacerda Soares, Marcílio Hamam, Marcos Arbaitman, Maria da Glória Ribas Baumgart, Maria Luiza Lacerda Soares, Mauro Salles, Michael Edgard Perlman, Modesto Carvalhosa, Otávio Maluf, Paula Pires P. de Medeiros, Paulo Antonácio, Paulo Malzoni Filho, Paulo Setúbal, Pedro Piva, Peter Cohn, Plínio Pereira, Plínio Salles Souto, Ricardo Gribel, Ricardo José Augusto Ramenzoni, Ricardo Ribenboim, Roberto Mesquita, Roberto Paranhos do Rio Branco, Rolf Gustavo Roberto Baumgart, Silvia Pinho de Almeida, Sabine Lovatelli, Sérgio Arcuri, Suzana Pereira Lopes de Medeiros, Thiago Varejão Fontoura e Veridiana da Silva Prado.

CONSELHO INTERNACIONAL

Alexis Rovzar, David Fenwick, Donald E. Baker, Eduardo Costantini, José Luis Vittor, Patricia Cisneros e Robert Pittman

16. CONSELHO CONSULTIVO DE ARTES PLÁSTICAS

CONSELHEIROS

Felipe Chaimovich

Maria Alice Milliet

Tadeu Chiarelli

Regulamento do Conselho Consultivo de Artes Plásticas do Museu de Arte Moderna de São Paulo aprovado em Reunião de Diretoria de 19 de Agosto de 2002.

Artigo 1º

O Conselho Consultivo de Artes Plásticas (“Conselho”) fica criado como órgão consultivo da Diretoria do Museu de Arte Moderna de São Paulo (“Museu”).

Artigo 2º

O Conselho será composto de três profissionais da área de artes visuais e afins, devendo preencher os requisitos de conhecimento técnico e bom senso decisório.

Artigo 3º

O Conselho terá as seguintes funções:

- aconselhamento e sugestões para a seleção de obras a serem adquiridas ou doadas ao acervo do Museu.
- aconselhamento e sugestões de exposições e outros projetos culturais a serem apresentados pelo Museu.
- auxílio à Curadoria Executiva do Museu na captação de exposições, mostras e obras de arte para exposição, na medida da capacidade e contatos de seus membros.

Artigo 4º

Os membros do Conselho deverão estar disponíveis para eventual aconselhamento à Curadoria Executiva, feitos por telefone ou e-mail, além das reuniões periódicas estabelecidas.

Artigo 5º

Os membros do Conselho serão remunerados conforme valores aprovados pela Diretoria do Museu, recebendo por uma reunião mensal ordinária. Caso haja necessidade, caberá à Curadoria Executiva agendar no máximo duas reuniões extraordinárias por mês, sempre com a prévia autorização da Diretoria, e sem a incorrência pelo Museu de obrigação de pagamento de remuneração adicional.

Artigo 6º

No desenvolvimento de suas funções, o Conselho respeitará as seguintes diretrizes:

- I) o Museu deverá exibir semestralmente ao menos uma exposição de arte moderna brasileira com artista ou artistas de renome em sua sede principal, definindo-se como arte moderna brasileira para tais efeitos qualquer manifestação de arte típica da primeira metade do século XX que tenha tido sua origem no Brasil ou em artistas brasileiros; e cumulativamente
- II) o Museu deverá exibir semestralmente ao menos uma exposição de arte moderna com artista ou artistas internacionais de renome em sua sede principal, definindo-se como arte moderna para tais efeitos qualquer manifestação de arte típica da primeira metade do século XX que tenha tido sua origem fora do Brasil.