

O exemplo do MAM paulista

Cristiana Felipe

Dá equipe do **Correio**

São Paulo — Se o MAB nunca decolou, o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) é exemplo do que pode dar certo. Tem se destacado por ser o primeiro do mundo com filial dentro de local inusitado: um shopping center. No caso, o Shopping Villa-Lobos. O museu também se diferencia por ter criado dentro da mesma cidade três espaços fixos com exposições, além da sede (que não é própria, diga-se) no Ibirapuera.

A iniciativa, que tem trazido aumento de público, não surgiu por acaso, mas por falta de espaço. A sede do MAM no Ibirapuera (3.500m²), criada há 52 anos, não comportava mais o número de obras do acervo. “Em meados de 98, o museu ficou apertado e enquanto não chega um novo MAM procuramos outras alternativas”, explica a presidente do museu, Milú Villela.

A falta de espaço é tanta que de 1996 para cá o número de obras quase dobrou e a maior parte do acervo do MAM está (bem) guardada. “Estamos buscando um local maior dentro do Ibirapuera, como o espaço da Prodam, prédio de processamento de dados do município de São Paulo”, diz o diretor do MAM, Tadeu Chiarelli.

Segundo ele, o projeto é continuar com os outros museus, mesmo depois de encontrar um lugar maior para a sede de São Paulo. “A idéia é trazer algumas obras do acervo do Ibirapuera para as filiais, mas ao mesmo tempo estar expondo autores contemporâneos”, diz. “As exposições poderão ser itinerantes. Um dia poderão ser expostas no Villa-Lobos, depois voltar para a sede”, exemplifica.

EXPANSÃO

Hoje existem quatro MAMs em São Paulo: Ibirapuera, Higienópolis, Villa-Lobos e Nestlé. Cada um tem duas salas, com exceção do Villa-Lobos. Há também uma lojinha do museu no Shopping Paulista. E os projetos não páram por aí. Milú negocia a instalação de mais dois MAMs, desta vez no interior de São Paulo, em Campinas e Ribeirão Preto.

O primeiro passo para a criação de tantas filiais foi o chamado ShopMan do Shopping Paulista. Apesar de pequeno (apenas 9m²), foi o início para as negociações com outros locais. É uma pequena lojinha onde são comercializados produtos com a logomarca do museu e artigos de *designers* brasileiros. Os objetos são vendidos também em postos nos outros espaços do MAM, à exceção do Nestlé.

Depois desta lojinha, veio o primeiro espaço para exposições. O MAM Higienópolis foi inaugurado em outubro do ano passado em construção do início do século tombada pelo patrimônio histórico. O local recebe exposições periódicas de arte contemporânea com entrada franca, organizada pela equipe de curadoria do museu.

O sucesso de público ocorreu onde muitos não acreditavam, no MAM Villa-Lobos. Hoje, o espaço de 100m² inaugurado em maio deste ano recebe visitação recorde de 2 mil pessoas por dia aos finais de semana.