

# MUSEU, ECONOMIA E COMUNIDADE: O VALOR SOCIAL DO MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO, EM CUIABÁ\*

## MUSEUM, ECONOMY AND COMMUNITY: THE SOCIAL VALUE OF THE MATO GROSSO ART MUSEUM IN CUIABÁ

Julianne de Quadros Moura\*\*  
Prof. Dr. Sérgio Marley Modesto Monteiro (orientador)\*\*\*

### RESUMO

Este trabalho investiga o valor social do Museu de Arte de Mato Grosso, localizado em Cuiabá, em Mato Grosso, por meio de uma avaliação econômica empregando o Método da Valoração Contingente (MVC). Esse método foi escolhido por ser recomendado pela literatura para avaliar bens e serviços que não encontram mercado regular, como os museus, e por sua capacidade de captar o valor das externalidades por meio da estimação do valor de não-uso, evidenciando os valores de opção, legado, existência, prestígio e educativo. Para tanto, foi aplicado um questionário em formulário *online* a fim de identificar a disposição a pagar (DAP) pelo ingresso e a disposição a pagar (DAP) por uma taxa mensal exclusiva para a manutenção do Museu. As avaliações econômicas têm se preocupado em contemplar as relações complexas dos bens e serviços culturais com a sociedade e com cada indivíduo como um todo, adotando métodos que façam uma mescla entre o quantitativo e o qualitativo. O resultado obtido para média de DAP para ingresso foi de R\$ 16,40 e para a média de DAP da taxa o valor foi de R\$ 7,87. Para chegar ao valor social, multiplicou-se as médias de DAP pela população cuiabana, chegando ao montante de R\$ 8.857.737,87 para a DAP de ingresso e ao valor de R\$ 4.273.996,97 para a DAP da taxa.

**Palavras-chave:** Museu. Valoração contingente. Avaliação econômica

### ABSTRACT

This study investigates the social value of the Museum of Art of Mato Grosso, located in Cuiabá, Mato Grosso, through an economic evaluation employing the Contingent Valuation Method (CVM). This method was chosen because it is recommended by the literature for assessing goods and services that do not have a regular market, such as museums, and for its ability to capture the value of externalities through the estimation of non-use value, highlighting legacy, existence, prestige, and educational values. To this end, an online questionnaire was applied in order to identify the willingness to pay (WTP) for admission and the willingness to pay (WTP) for an exclusive monthly fee for the maintenance of the Museum. Economic evaluations have focused on addressing the complex relationships

---

\* Artigo submetido ao Programa de Pós-Graduação Profissional em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Economia, na área de concentração: Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas, Porto Alegre, em julho de 2024.

\*\* Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), no município de Sinop e servidora de carreira da Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer (SECEL) do Governo de Estado de Mato Grosso, no município de Cuiabá, desde 2015. E-mail: juliannedequadros@gmail.com.

\*\*\* Prof. Dr. da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: sergio.monteiro@ufrgs.br.

between cultural goods and services with society and with each individual as a whole, adopting methods that blend quantitative and qualitative approaches. The average WTP for admission was R\$ 16.40, while the average WTP for the fee was R\$ 7.87. To determine the social value, the average WTPs were multiplied by the Cuiabá population, resulting in a total of R\$ 8,857,737.87 for the WTP for admission and R\$ 4,273,996.97 for the WTP for the fee.

**Keywords:** Museum. Contingent valuation. Economic evaluation.

## 1 INTRODUÇÃO

A partir dos anos 1960, as pesquisas acadêmicas e os formuladores de políticas culturais passaram a reconhecer que a relação entre a economia e a cultura pode ser benéfica para a preservação de diversas expressões culturais em contraponto aos posicionamentos de que os mercados são degenerativos e prejudiciais, conforme abordado por Adorno e Horkheimer (1985), precursores da expressão “indústria cultural” (Valiati, 2017). Contudo, os próprios economistas admitem que o valor da cultura pode nunca chegar a ser captado ou refletido pela valoração econômica em termos puramente monetário (Throsby, 2022; Benhamou, 2022; Noonan, 2002).

Portanto, há de se concordar com o poeta mato-grossense, Manoel de Barros (2006, p. 34), quando versa, ele nos diz “que a importância de uma coisa não se mede com fita métrica nem com balanças nem com barômetros etc. Que a importância de uma coisa há que ser medida pelo encantamento que a coisa produza em nós”. Ao corroborar a poesia de Barros (2006), Crossick (2018) menciona que o valor de algo é proporcional ao prazer que proporciona.

Consideradas, portanto, as devidas limitações das teorias econômicas acerca do valor cultural, bem como as divergências a respeito das técnicas e métodos, aceitamos que a busca por “um valor é melhor que nenhum valor” (Perni; Barreiro-Hurlé; Martíne, 2021) e é com esse espírito que a presente pesquisa foi realizada, como exercício de valoração econômica do Museu de Arte de Mato Grosso localizado em Cuiabá, em Mato Grosso, no Brasil.

De acordo com Castro (2009, p. 15), os museus possuem múltiplas representações em várias esferas da sociedade, com origens complexas e cuja gênese “reparte-se em um mundo multifacetado, de feições nucleares, fundadoras de várias inserções no mundo material e simbólico”. Dentro desse cenário, merece destaque também a perspectiva de Oliveira (2017, p. 184) que compreende o museu como “uma das mais antigas e prestigiadas instituições do campo da cultura e do patrimônio, lida com o esquecimento e com a lembrança, já que coleciona, classifica e preserva objetos”; sua relevância vem da capacidade de dar “suporte para narrativas de autenticidade e de singularidade das culturas”.

Para Chagas (2000) e Souza (2016), os museus são um lugar de memória, poder e indicadores de prestígio social. Para Oliveira (2017), o consumo desses espaços pelo seu público envolve a busca por experiências identitárias. O Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), em seu *website* oficial, ao descrever os museus no Brasil, considera-os como “o lugar em que sensações, ideias e imagens de pronto irradiadas por objetos e referenciais, ali reunidos, iluminam valores essenciais para o ser humano” (IBRAM, 2023). Porém, esses valores essenciais são difíceis de mensurar em valores monetários.

Nesse sentido, o termo “economia dos museus”, postulado por Frey e Meier (2006), posiciona esses equipamentos culturais sob a perspectiva das teorias neoclássicas ao fazer a análise de oferta e demanda dos serviços museológicos. Abordam as externalidades dos museus provocadas pelo valor social e realizam uma análise do comportamento, diferenciando, sobretudo, entre instituições desse nicho que são públicas e privadas, segundo sua principal fonte de financiamento, que pode interferir nas decisões tomadas. Para a

economia, os museus ofertam bens e serviços, os quais produzem impactos diretos e indiretos na sociedade. Esses impactos são entendidos como mudanças duradouras ou significativas na vida das pessoas, podendo ser positivas ou negativas, passíveis de avaliação e valoração cujo métodos, com caráter multidimensional, se aproximam mais da realidade complexa da relação que os museus têm com a sociedade (IBRAM, 2022).

Há diversos métodos disponíveis para a avaliação dessas instituições, por meio dos quais é possível demonstrar seus múltiplos impactos na sociedade. A avaliação objetiva, por exemplo, contribuir para justificar financiamentos públicos ou políticas públicas. Além disso, fornece dados para alimentar ferramentas de planejamento e gestão e permite verificar em que medida o desenvolvimento econômico afeta as narrativas da comunidade local onde o museu está inserido, abrangendo também técnicas qualitativas.

Importa destacar que, nesta pesquisa, foi aplicado o Método da Valoração Contingente (MVC) para avaliar o Museu de Arte de Mato Grosso em termos econômicos. Tal método é recomendado pela literatura para avaliar bens e serviços que não são passíveis de precificação no mercado, pela avaliação de preferências declaradas. Acrescenta-se que essa estratégia é capaz de estimar as externalidades refletidas no valor de não-uso, pois mesmo as pessoas que não têm o hábito de frequentar museus poderiam estar dispostas a pagar uma taxa para sua manutenção por opção, legado, existência, prestígio ou valores educativos. Esse valor de não-uso é somado ao valor de uso para chegar a um valor total. A mensuração do valor de uso e não-uso é realizada através da aplicação de um questionário, por meio do qual se pergunta diretamente às pessoas sobre valores da disposição a pagar (DAP) e/ou valores da disposição a receber/aceitar (DAA) em um cenário hipotético (Monteiro *et al.*, 2022). O método foi criado por economistas ambientais nos anos 1980 e tem sido amplamente aceito na aplicação em bens e serviços culturais. Sua relevância tem sido evidenciada quando aplicado em diversos Museus no Brasil, e ao redor do mundo<sup>1</sup>, com obtenção de resultados confiáveis.

O Museu de Arte de Mato Grosso, objeto da presente pesquisa, foi criado em 2008 por meio do Decreto Estadual nº 1.327, de 13 de maio de 2008, sob a responsabilidade da Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer – SECEL/MT, caracterizando-se como um museu público. O art. 1º do decreto de fundação define o Museu como uma unidade museológica permanente destinada a desenvolver atividades de artes visuais, reunindo e abrigando obras de artistas brasileiros, com ênfase na produção mato-grossense. Os objetivos do Museu incluem a divulgação, pesquisa, conservação e exposição de arte, abrangendo testemunhas materiais do ser humano e seu meio ambiente, visando fomentar atividades culturais, educativas, científicas, turísticas e de lazer.

Inaugurado em 2014, o Museu funcionou até 2017 em parceria com uma entidade sem fins lucrativos e está fechado desde então. Por essa razão, seu acervo, que contém cerca de 626 obras, em sua maioria de artistas mato-grossenses<sup>2</sup>, não está acessível ao público. Em contato com o Órgão responsável pelo Museu, foi informada a expectativa de reabertura em 2024<sup>3</sup>. Essa expectativa é um dos motivos pelos quais o Museu foi escolhido como objeto da presente pesquisa, uma vez que há recomendação para a avaliação pelo MVC de bens e serviços que passam por mudanças em sua disponibilização (Noonan, 2002).

Dessa forma, o cenário hipotético criado para a avaliação pelo MVC considerou o contexto da reabertura. Além disso, conforme verificado por Noonan (2002), o bem cultural avaliado pelo MVC recebe maior atenção ao ser pesquisado e, por consequência, maior

---

<sup>1</sup> Sugere-se a consulta de outras pesquisas da aplicação do MVC em museus, que se encontram no Apêndice B, deste estudo.

<sup>2</sup> Informação obtida por meio de pesquisa prévia realizada junto à Gerente de Gestão Museológica da SECEL/MT, conforme Apêndice C

<sup>3</sup> Informação obtida por meio de pesquisa prévia realizada junto à Gerente de Gestão Museológica da SECEL/MT, conforme Apêndice C.

demanda. O autor chegou a essa conclusão após analisar várias pesquisas ao redor do mundo que utilizaram o método<sup>4</sup>.

Pensando na reabertura de um museu público, um ponto a destacar é que a presente pesquisa possui potencial para compor o estudo técnico preliminar, um documento obrigatório como primeira etapa do planejamento para o gasto de recursos públicos, no qual devem ser identificados o interesse público e as melhores soluções para os problemas levantados<sup>5</sup>.

O objetivo da presente pesquisa é a estimação do valor social do Museu de Arte de Mato Grosso para os residentes de Cuiabá, através da mensuração do valor econômico, considerando os aspectos tangíveis e intangíveis e fazendo uso do MVC. Um questionário foi aplicado em formulário *online*, possibilitando a estimação do valor da disposição a pagar (DAP) para ingressos e para uma taxa mensal destinada a um fundo específico para o Museu. O resultado estimado para a média da DAP de ingresso foi de R\$ 16,40, e para a média da DAP da taxa, o valor foi de R\$ 7,87. Para chegar ao valor social, multiplicou-se as médias da DAP pela população cuiabana, totalizando R\$ 8.857.737,87 para a DAP de ingresso e R\$ 4.273.996,97 para a DAP da taxa. Ao confrontar essas estimativas com o valor de R\$ 900 mil anuais necessários para a manutenção do Museu, observam-se resultados positivos, considerando que o equipamento cultural está fechado há 7 anos.

O presente artigo inicia com abordagens sobre os aspectos econômicos dos museus, como as externalidades, e uma breve apresentação dos diversos métodos de avaliação disponíveis. Em seguida, apresentamos conceitos do Método da Valoração Contingente (MVC), seus prós e contras, a redução de vieses e sua aplicação em museus. Em seguida, partimos para a descrição do material e do método, detalhando o objeto de estudo, o Museu de Arte de Mato Grosso, o contexto em que está inserido e seu funcionamento entre 2014 e 2017, para então descrever a condução da pesquisa de campo, com informações sobre a estrutura do questionário e a coleta de dados, chegando ao final com os resultados e as conclusões

## 2 ECONOMIA DOS MUSEUS

Dada a relevância dos museus para a história da humanidade, desde 1946 existe um organismo internacional denominado Conselho Internacional de Museus (ICOM). Uma “organização não governamental que mantém relações formais com a UNESCO executando parte do seu programa para museus, tendo *status* consultivo no Conselho Econômico e Social da ONU” (ICOM, 2024). O Conselho conta com mais de 40 mil membros de 141 países e vem realizando atividades como oficinas, publicações, programas de formação, intercâmbio e promoção de museus.

No Brasil, o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), criado em 2009 através da Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009 (Brasil, 2009), é responsável pela Política Nacional de Museus (PNM), que inclui a melhoria dos serviços do setor, como o aumento da visitação, a arrecadação dos museus, o fomento de políticas de aquisição, a preservação de acervos, além da criação de ações integradas entre os museus brasileiros (IBRAM, 2021). Sob essas circunstâncias, o ICOM define o museu como entidade permanente e a serviço da comunidade, conforme suas definições:

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio

<sup>4</sup> [A exemplo, no caso da presente pesquisa, cerca de 50% dos respondentes tomou conhecimento da existência do Museu ao responder o questionário, e os demais respondentes puderam visitar a memória da (s) visita (s) que fizeram.]

<sup>5</sup> Essa exigência está prevista no inciso XX, art. 6º, da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021 de que trata a lei de licitações e contratos.

material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos (ICOM, 2022)<sup>6</sup>.

Ressalta-se que há várias maneiras de conceber os museus, uma vez que assumem a forma que seus criadores concebem como realidade, considerando o contexto histórico e diversas visões de mundo. Eles são “uma instância simbólica, que se articula e recria na interface com os tempos, espaços e representações de cada cultura; é assim, um espaço de relação”, conforme evidenciado por Scheiner (2013, p. 263).

Para Throsby (2022), os museus podem ser avaliados sob dois aspectos, o valor econômico, que é o objetivo da presente pesquisa e será abordado na próxima seção, e o valor cultural, que é composto pelo valor estético, que inclui propriedades de beleza e harmonia; o espiritual, em um contexto religioso; o social, que fornece mecanismos de conexão de um indivíduo à sociedade em que está inserido; o valor simbólico, que deriva da existência de um significado a ser transmitido; e o valor de autenticidade, que diz respeito à originalidade.

Na sequência, analisaremos os aspectos econômicos das atividades museológicas e abordaremos algumas possibilidades de avaliação dessas instituições culturais.

## 2.1 ASPECTOS ECONÔMICOS DOS MUSEUS

Na esfera econômica, os museus são caracterizados como bens e serviços culturais que produzem impactos econômicos e sociais diretos e indiretos na sociedade (Albernaz; Borges; Passos, 2017; IBRAM, 2014), definidos como um “serviço coletivo” (Benhamou, 2007, p. 87). Conforme Frey e Meier (2006), a “economia dos museus” se refere a duas óticas: a primeira considera os museus como unidades econômicas que produzem serviços (semelhantes a uma empresa), abrangendo insumos e acervos, cuja receita advém de ingressos pagos por visitantes, compras em lojas ou cafés, e marcas geradas. O outro aspecto reconhece que as pessoas percebem utilidade<sup>7</sup> nos museus, dentro de suas limitações institucionais, ambientais e de recursos disponíveis para seu funcionamento (Machado; Souza; Machado, 2016). “A economia dos museus distingue-se, assim, claramente, de outras formas de estudar os museus, em particular da sociologia dos museus e das perspectivas da história da arte” (Frey; Meier, 2006, p. 1019, tradução própria)<sup>8</sup>.

Os museus são divididos “em termos econômicos em bens privados – que podem ser excludentes – , bens públicos<sup>9</sup> – não excludentes – e externalidades benéficas” (Throsby, 2022, p. 37). Enquanto bem público, os museus geram externalidades positivas, uma vez que proporcionam um fluxo financeiro para o território em que estão inseridos, manifestando-se em forma de salários e empregos, além dos benefícios indiretos, como turismo, lazer, desenvolvimento individual e a projeção da cidade para investimentos, entre outros. Essas

<sup>6</sup> Definição aprovada em 24 de agosto de 2022 durante a Conferência Geral do ICOM em Praga, na República Checa, conforme informação em seu *website* oficial.

<sup>7</sup> O conceito de "utilidade" na economia é fundamental para a teoria do comportamento do consumidor, estando no cerne da microeconomia. Ele funciona como um parâmetro que mede o grau de satisfação obtido ao consumir um bem ou serviço, permitindo entender como os indivíduos fazem escolhas e alocam seus recursos de acordo com suas preferências e necessidades, conforme Pindyck e Rubinfeld (2013).

<sup>8</sup> “The economics of museums thus clearly distinguishes itself from other ways of studying museums, in particular the sociology of museums or the art historic points of view.” (Frey; Meier, 2006, p. 1019).

<sup>9</sup> O conceito de bem público em economia refere-se à natureza não-rival e não-excludente de um bem. Diz-se que um bem é não-rival quando seu consumo por um indivíduo não impede o seu consumo por outro indivíduo. Um bem é não-excludente quando não se pode excluir um indivíduo do consumo de um bem, mesmo que ele não esteja disposto a pagar por ele. (Monteiro *et al.*, 2022, p. 14).

ações geram um efeito multiplicador positivo e significativo que pode ser considerado entre os impactos econômicos dos museus (IBRAM, 2014). Para a macroeconomia, o efeito multiplicador refere-se ao impacto que uma determinada atividade econômica tem sobre seu próprio setor e nos demais setores da sociedade, podendo ser positivo ou negativo (Milan, 2022).

Em relação à externalidade, pode-se afirmar que é um conceito originado na década de 1920, em um contexto de problemas ambientais na Inglaterra e nos Estados Unidos, sendo considerado um bem sem preço e, portanto, uma categoria de bem público diretamente conectada ao bem-estar (Marta, 2011). Para Gadelha (2017, p. 6), “uma externalidade acontece quando um agente econômico (pessoa ou empresa) influencia o bem-estar de outro agente econômico (pessoa ou empresa), e este não paga ou não recebe nenhum tipo de compensação por essa influência”. As externalidades, portanto, não estão refletidas nos preços dos bens e serviços, embora possam ter efeitos positivos ou negativos.

No caso de uma externalidade positiva, pode-se afirmar que ocorre quando há um ganho, benefício ou bem-estar. Por outro lado, a externalidade negativa acontece no momento em que alguém se sente prejudicado pela existência do bem ou serviço em circulação (Hubbaard; O’Brien, 2010). A externalidade positiva produzida pelos museus é significativa e “é mencionada frequentemente na criação de políticas culturais e publicações relacionadas à cultura, podendo ser considerada como a espinha dorsal de uma nova forma de turismo – o ‘turismo cultural’” (Rausell, 2007)” (IBRAM, 2014, p. 21). Tais externalidades são causadas por valores sociais que não são compensados em valores monetários, são os valores de não-uso, como asseveram Frey e Meier (2006)<sup>10</sup>.

Ainda segundo os autores Frey e Meier (2006), há muitos tipos de museus que podem ser classificados de acordo com quatro critérios diferentes. O primeiro diz respeito ao seu conteúdo, que pode incluir arte, artefatos históricos, objetos científicos, entre outros. O segundo critério refere-se ao seu porte ou tamanho; alguns museus são maiores, o que atrai muitos visitantes, enquanto outros são menores. O terceiro critério é o tempo de existência: alguns museus são vetustos e situam-se em prédios antigos, diferentemente de outros que foram criados recentemente e instalados em prédios recém-construídos. Por último, há a forma institucional, que pode ser pública ou privada, sendo que a maioria se funde entre os dois tipos para obter os rendimentos necessários ao seu pleno funcionamento.

Benhamou (2007, p. 91) aponta três fontes de financiamento: “ajuda pública por parte do poder central ou local, mecenato e receitas próprias (ingressos pagos, produtos derivados, diversas despesas feitas no local pelos visitantes, rendas dos investimentos)”.

O museu público, quando ligado a uma Secretaria de Cultura (municipal, estadual ou federal) ou a uma universidade, que não está institucionalizado como Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) próprio, por exemplo, pode não possuir um orçamento suficiente e/ou direcionado para cobrir os custos de sua manutenção e funcionamento (IBRAM, 2021). Nesse cenário, o Poder Público deverá definir a forma de gestão por meio de contratos, termos de parcerias ou instrumentos congêneres<sup>11</sup>, objetivando realizar parcerias com entidades de direito privado sem fins lucrativos. Esse é o caso em que o Museu de Arte de Mato Grosso está inserido.

O formato das parcerias entre o poder público e entidades sem fins lucrativos para a operacionalização dos museus dependerá da escolha do próprio órgão público e da qualificação das entidades parceiras. No Brasil, há três instrumentos jurídicos possíveis:

---

<sup>10</sup> Esses conceitos serão retomados mais adiante na seção 2.3 do presente trabalho.

<sup>11</sup> Previsto no parágrafo único, art. 32, do Decreto Federal nº 8.124, de 17 de outubro de 2013 que regulamenta dispositivos da Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, e da Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM.

- a) Organização da Sociedade Civil (OSC), por meio do qual se formaliza um Termo de Colaboração, Termo de Fomento ou Acordo de Cooperação, regulamentada pela Lei nº 13.019 de 13 de julho de 2024 (Brasil, 2024);
- b) as instituições qualificadas como Organização Social (OS), que celebram um Contrato de Gestão, regulamentado pela Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998 (Brasil, 1998);
- c) as instituições qualificadas como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), por meio das quais é selado o Termo de Parceria, regido pela Lei nº 9.790, de 29 de março de 1999 (Brasil, 1999).

Acrescenta-se ao rol de possibilidade de financiamento de museus (públicos e privados) com recursos públicos no Brasil, o incentivo fiscal regulamentado pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Brasil, 1991) que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), conhecida como Lei Rouanet, permite que pessoas físicas e pessoas jurídicas (somente as tributadas pelo lucro real), destine parte do seu imposto de renda anual devido à projeto (s) cultural (s), incluindo atividades museológicas. Dentro desse quadro, torna-se proeminente também, o Programa Pontos de Memória, regulamentado pela Portaria IBRAM nº 579, de 29 de julho de 2021 (Brasil, 2021) que objetiva o reconhecimento e valorização da memória social por meio de articulação, fomento e capacitação.

Todas as formatações de museus existentes, independentemente da sua situação jurídica, possuem a característica de serem não comerciais e sem fins lucrativos<sup>12</sup> (Benhamou, 2007). No Brasil, todos estão aptos a receber recursos públicos e formalizar parcerias com o governo.

Os museus privados, contudo, tendem a explorar com mais intensidade receitas advindas de ingressos, lojas, restaurantes, doações e patrocinadores, e por essa razão, acabam privilegiando exposições de maior vulto em busca de mais público, conhecidas como “exposições *blockbusters*” (IBRAM, 2014). Tais eventos são direcionados à massa populacional, nas quais se expõem mostras de curta duração, com grande especulação e cobertura midiática, normalmente de alto custo monetário, assim como com uma grande circulação de visitantes, sendo sua característica-chave o fetichismo (Curvo; Amorim, 2017). Essas estratégias tendem a ser extravagantes e “só conseguem angariar público com quadros de Monet, esculturas de Rodin ou inventando um mito de descobrimento do Brasil<sup>13</sup>” (Souza, p. 32, 2016).

O IBRAM (2014) identifica que os museus possuem custos fixos, relacionados à manutenção da estrutura dos prédios, o que compreende não apenas mão de obra especializada, mas também não especializada, além da reserva técnica e do acervo, que independem do número de visitantes. No caso das exposições, o custo marginal é representado por quanto a mais o museu gastaria a cada novo visitante. Já os custos dinâmicos, relacionados à informatização, manutenção de sítios na *internet* e às novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), demonstram-se como um investimento, uma vez que buscam apresentar a imagem do museu de forma mais moderna e atrativa. Há também custos de oportunidade, gastos baseados em escolhas, como os altos valores gastos

<sup>12</sup> Tanto o ICOM, como o IBRAM, define os museus como instituições sem fins lucrativos. O SEBRAE (Batista, 2023) compreende que as instituições sem fins lucrativos como pessoas jurídicas de direito público ou privado que não visam o lucro, ou seja, eventuais recursos arrecadados por essas entidades não podem ser distribuídos entre os sócios ou associados, ou qualquer outra pessoa, e, sim revertido para as atividades da própria instituição.

<sup>13</sup> A exposição "Brasil + 500 Mostra do Redescobrimento" (2000), chamada de maior exposição de arte em quinhentos anos de história do país, reuniu cerca de quinze mil obras para contar a chegada dos portugueses nas Américas. Uma das peças de maior destaque foi um manto tupinambá, um dos cinco existentes no mundo (todos em museus europeus) que veio do Museu da Dinamarca, levado para a Europa durante a ocupação holandesa (Souza, p. 32, 2016).

em determinadas coleções e catálogos em detrimento de outros. Em face disso, destaca-se a perspectiva de Benhamou (2007) no que se refere à constituição da estrutura dos museus:

O museu é uma combinação de trabalho altamente especializado (conservação), de trabalho não-qualificado e de capital. Alguns museus tentam aumentar sua produtividade, por exemplo, através de terceirização de alguns serviços (segurança, limpeza). Os custos são calculados em função do número de visitantes e dos salários do pessoal; abrangem as despesas de promoção (publicidade, campanhas de adesão), o custo das exposições e das atividades educativas, o da conservação e da manutenção das obras. (Benhamou, 2007, p. 91).

Benhamou (2007, p. 88) explana, ainda, que “no conjunto, verifica-se custos muitos altos em relação aos meios de funcionamento”. Considerando as características econômicas peculiares dos bens e serviços culturais, as formas de financiamento e o gerenciamento podem ser determinantes para o funcionamento e continuidade de suas atividades (Klamer; Petrova; Mignosa, 2007). Por essa razão é necessário reconhecer esses equipamentos culturais como agentes econômicos, pois eles geram fluxo econômico que impacta diretamente no território que estão inseridos; essas são mudanças de longo prazo ou acontecem de forma expressiva. Nesse sentido, para a análise, deve-se adotar formulações complexas de modo a alcançar os efeitos múltiplos dos museus, como o socioeconômico, o pessoal (diversidade e inclusão, o bem-estar, a capacidade de reflexão) e os impactos sobre a infraestrutura local (IBRAM, 2020).

## 2.2 POR QUE AVALIAR MUSEUS

A busca pela demonstração do impacto socioeconômico dos museus está relacionada a levantar elementos necessários para auxiliar no planejamento e justificar/avaliar políticas públicas (IBRAM, 2022).

Por impactos, entendem-se as mudanças duradouras ou significativas provocadas pelos museus sobre a vida das pessoas, sejam estas mudanças positivas ou negativas, planejadas ou não (Roche, 2000). No campo museológico, o avanço dos debates sobre como valorar o impacto dos museus e de suas atividades tem se afastado de ênfases exclusivas nos aspectos econômicos ou sociais. Em seu lugar, os analistas têm proposto concepções multidimensionais de como os museus contribuem para a sociedade, abarcando os impactos sobre os indivíduos e as dimensões sociais, econômicas e ambientais (Bollo, 2013). (IBRAM, 2022, p. 12).

Do ponto de vista do planejamento, as avaliações são importantes para alimentar ferramentas gerenciais, pois “determinar até que ponto as realizações estão alinhadas com os objetivos pretendidos, ou se é possível ou necessário fazer correções ou melhorias” (Carmo, 2016, p. 214), no sentido de averiguar como os recursos recebidos ou gerados estão distribuídos e se estão adequados. Diante de todos os custos necessários para a conservação dos museus, verifica-se a necessidade de altos valores para sua manutenção, em que “[...] a fragilidade dos sistemas de decisão que separam a questão do investimento daquela do funcionamento e não fazem uma contabilidade em termos de amortização é o resultado, certamente não-necessário, do caráter não-comercial dessas instituições” (Benhamou, 2007, p. 88).

Os museus, enquanto instituições com objetivos culturais, como exposições e debates ou programas educacionais, devem atentar para às questões logísticas e gerenciais que podem ser determinantes para o seu funcionamento ou fechamento. A seguir, estão as palavras de Carmo (2016):



Museus são organizações híbridas também. Mesmo que um museu desenvolva bem suas ‘atividades culturais’ (as normativas, ideológicas, estéticas ou artísticas) como exposições, publicações, debates ou programas educacionais, a falta de atenção às ‘atividades de apoio’ (às utilitaristas, econômicas, gerenciais ou práticas) podem gerar problemas como falta de cuidado com o prédio, ausência de recursos financeiros ou insatisfação dos empregados, que fatalmente resultarão em problemas organizacionais, podendo até levar ao fechamento da instituição (Carmo, 2016, p. 214).

A respeito dos propósitos da avaliação dos museus para justificar ou avaliar políticas públicas, Crossick (2018) convida a considerar o valor da cultura de uma forma mais abrangente, de modo que não desmereça a avaliação econômica como argumento para o financiamento da cultura com dinheiro do contribuinte, mas que abarcar as diferentes formas do envolvimento das pessoas com a cultura. Por isso, “precisaremos também alargar nossa perspectiva sobre seus benefícios potenciais, indo além do estritamente econômico e dos resultados mensuráveis padrão que costumam dominar em outras esferas de benefícios” (Crossick, 2018, p. 32). Esses benefícios são passíveis de afetar a economia e a sociedade, mas são difíceis de serem capturados apenas por meio de indicadores quantitativos, necessitando de outros métodos de análise rigorosa.

Dentre os muitos argumentos demonstrados pelo autor (Crossick, 2018), citamos os investimentos restritos em infraestrutura, como salas de concerto, galerias e fomento a atividades criativas e culturais em um determinado bairro da cidade, provocando o enobrecimento dessa área e, conseqüentemente, o aumento da circulação de pessoas em busca das atividades culturais e criativas. Contudo, essa movimentação pode provocar mazelas para as pessoas que vivem nesse local e para aqueles responsáveis pela produção criativa, como a inviabilidade de residência nessa região pelo aumento dos preços dos imóveis e aluguéis e, assim, “as próprias forças que ajudam a plasmar o *buzz* cultural vão embora, e o que resta é a economia da experiência” (Crossick, 2018, p. 33). Yudice (2023) destaca que as narrativas locais devem ser priorizadas e vê que o fator econômico pode ser aliado, potencializando a importância na arte e cultura para a comunidade, no sentido de provocar o desenvolvimento humano e consciência cidadã, uma vez que, sem recursos adequados, muitas atividades artísticas e culturais deixam de ser realizadas.

Percebemos, portanto, que a avaliação dos museus é necessária para

- a) demonstrar seus diversos impactos positivos na sociedade, objetivando justificar, por exemplo, financiamentos públicos ou políticas públicas;
- b) para alimentar ferramentas de planejamento e gerenciamento; e
- c) verificar como o desenvolvimento econômico afeta as narrativas da comunidade local em que o museu está inserido, abrangendo, também, técnicas qualitativas.

Para isso, há diversas metodologias disponíveis para a avaliação econômica dos museus, enquanto equipamentos culturais. Segundo Monteiro *et al.* (2022), pode-se restringir a análise ao consumo individual de bens ou serviços culturais privados, em que o preço pode ser um bom indicador, apesar das limitações teóricas. Já em relação à análise do consumo coletivo, o preço deixa de ser um indicativo, sendo recomendado um método que capture as externalidades.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), em relação aos bens que não encontram mercado regular, como os museus, orienta a utilização da NBR 14653-7, pois “nessa norma brasileira estão elencados os métodos de valoração econômica: método dos preços hedônicos, método do custo viagem, método de custo de oportunidade e método de avaliação contingente” (Fernandes; Bem; Waismann, 2000, p. 325). A seguir, disponibiliza-se um quadro com alguns métodos para avaliar museus:

Quadro 1 - Métodos para avaliação dos museus

<b>Método</b>	<b>Breve descrição</b>
<b>Contagem de número de visitantes</b>	medida de baixo custo, direta, fácil de ser obtida e compreendida por todos, e comparativa com outros museus ou equipamento cultural e/ de lazer (Carmo, 2016).
<b>Avaliação da coleção e acervo</b>	avaliando sua condição física, estado de conservação e avaliação de mercado que em um balanço patrimonial seria um ativo tangível (Carmo, 2016; Throsby, 2022).
<b>Avaliação de outras receitas</b>	obras de artes e/ou itens em lojas vendidos e serviços prestados (Throsby, 2022).
<b>Avaliação da experiência do visitante</b>	aplicando a perspectiva de Screven (1990), “(i) avaliação <i>front-end</i> (FRE) deve ser aplicada durante o processo de planejamento, onde ideias são testadas; (ii) avaliação formativa (tradução própria) ou <i>formative evaluation</i> (FE) deve ser aplicada logo antes da abertura da exibição, com as salas já montadas, permitindo ajustes no design com base na opinião de visitantes-teste e especialistas; (iii) avaliação somativa (tradução própria) ou <i>summative evaluation</i> (SE) reporta o impacto da exibição após sua abertura, com foco em seu aspecto educacional; (iv) avaliação medial (tradução própria) ou <i>remedial evaluation</i> (RE) e útil para resolver situações que possam impedir a perfeita realização da visita (Carmo, 2016).
<b>Método Delphi</b>	os gestores, especialistas, usuários dos museus, e/ou grupos-alvos identificados pelos pesquisadores que fizerem uso do método, são consultados a respeito dos impactos observáveis através de aplicação questionário aberto (Q1) em um primeiro momento, posterior aplicado questionário fechado (Q2) de modo a avaliar a concordância das respostas do Q1 e uma última somente na hipótese de verificados inconsistências nas respostas entre Q1 e Q2. Esse método pode abranger a avaliação sob o aspecto socioeconômico; pessoal (diversidade e inclusão, bem-estar, capacidade de reflexão) e; impactos sobre a infraestrutura local (IBRAM, 2022).
<b>Balance Scorecard (BSC)</b>	oferece quatro perspectivas para identificar os indicadores financeiros e não-financeiros que ligam as estratégias aos resultados, (i) financeira: “o que importa para o acionista (podendo ser os patrocinadores ou doadores)?”; (ii) cliente: “como os clientes nos veem?”; (iii) processos internos: “o que fazemos bem?”; (iv) aprendizado e crescimento: “como podemos melhorar, criar valores e inovar?” (Carmo, 2016).
<b>Método do Custo de Viagem (MCV)</b>	“é baseado na hipótese de que o valor gasto (incluindo o custo de oportunidade de tempo) para chegar aos locais dos patrimônios é um indicador satisfatório da disposição dos visitantes a pagar” (Benhamou, 2022, p. 182).
<b>Técnica dos Preços Hedônico</b>	“utilizada para estimar os preços implícitos das características que diferenciam de perto os produtos relacionados, respondendo ao crescente interesse no uso dos valores de propriedade como fonte de informação dos benefícios providos pelos bens públicos” (Griliches, 1971; Rosen, 1974 <i>apud</i> Guia, 2008, p. 23).
<b>Método de Valoração Contingente (MVC)</b>	através desse método é possível estipular valores declarados do uso de determinado bem ou serviço e mensurar valores de não-uso (externalidade), pois mesmo as pessoas que não tem o hábito de frequentar um museu, por exemplo, estariam dispostas a pagar uma taxa para sua manutenção por opção, legado, existência, prestígio ou valores educativos (Monteiro <i>et al.</i> , 2022).

Fonte: Construção da autora.

No presente trabalho, consideramos o MVC o mais adequado para nossa análise, e, sendo assim, faremos maiores explanações sobre essa técnica e sua aplicação em museus.

### 2.3 VALORAÇÃO CONTINGENTE E SUA APLICAÇÃO EM MUSEUS

A valoração contingente é uma técnica que objetiva capturar o valor das experiências culturais individuais e do valor de instalações culturais das quais as pessoas não participam, mas reconhecem a importância de sua disponibilização (Crossick, 2018). Através desse método, é possível estimar o valor de bens públicos que não são passíveis de precificação no mercado pela avaliação de preferências declaradas. Por meio da aplicação de questionário a uma população amostrada, identificam-se valores da disposição a pagar (DAP) para receber um bem/ serviço ou valores da disposição a receber (DAA) como compensação pelo não recebimento de um bem/serviço (Stampe; Tocchetto; Florissi, 2008). A expressão “contingente” no método é devido à simulação de uma situação hipotética relacionada a uma situação real. É perguntado diretamente aos usuários do bem ou serviço qual é o valor que pagaria para o consumo (seu valor de uso), sendo possível identificar, também, o valor de não-uso (Frey; Meier, 2006; Monteiro *et al.*, 2022).

Essa forma de medição foi desenvolvida por economistas ambientais e tem sido utilizada para a área cultural pelas semelhanças dos bens/ serviços desses dois setores (Noonan, 2002). Conforme demonstra Tohmo (2009), há várias pesquisas relevantes que fizeram uso do MVC na área ambiental, sendo a primeira vez usada por Ciriacy-Whantrup em 1947. Trata-se do estudo do retorno de capital das práticas de conservação do solo, e lista cinco marcos importantes do método, dentre eles “o relatório do painel da *National Oceanic and Atmospheric Administration* (NOAA) por Arrow *et al.* (1993) para considerar se o MVC pode produzir estimativas precisas de valores de não-uso em ações de indenização (Tohmo, 2009, p. 128, tradução própria)<sup>14</sup>.

Segundo Bedate, Herrero e Sanz (2009), o início da aplicação do MVC em bens e serviços culturais deu-se nos anos 1980, com Throsby, Withers e Thompson *et al.*, com maior ênfase nos anos 1990<sup>15</sup>. Portanto, há uma literatura considerável da aplicação do MVC na área da cultura contendo recomendações sobre como realizar a avaliação econômica através desse método, como Santagata e Signorello (2000), no qual orientam que o pesquisador deve observar as escolhas das pessoas e as circunstâncias dessa escolha para a medição do valor do bem ou serviço, no cenário hipotético criado pelo MVC, por meio do qual o “[...] objeto de escolha é representado pela mudança no nível de fornecimento do bem público a ser avaliado, e as circunstâncias da escolha são os componentes do cenário virtual (Smith *et al.*, 1997)”. (Santagata; Signorello, 2000, p. 184, tradução própria)<sup>16</sup>.

O MVC é capaz de avaliar um bem ou serviço sob os aspectos do uso e do não-uso, ou uso passivo, chegando a um valor total (Carson; Flores; Meade, 2000). E por esse motivo, o MVC é um instrumento importante para avaliar políticas públicas, conforme Santagata e Signorello (2000):

<sup>14</sup> “[...] the NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration) panel report by Arrow *et al.* (1993) to consider whether CV can produce accurate estimates of non-use values in damage suits.” (Tohmo, 2009, p. 12)

<sup>15</sup> Alguns estudos realizados na área da cultura nos anos 1990 segundo Santagata e Signorello (2000): Navrud *et al.* (1992) estimaram o valor para os visitantes da Catedral de Nidaros em Trondheim; Noruega e Maggi (1994) quantificou o valor de uso e os valores de não uso de três monumentos históricos em Piemonte, Itália, o Castello de Venaria Reale, a Certosa de Persio e o Sacro Monte de Varallo; Willis (1994) quantificou o valor de uso da Catedral de Durham, Inglaterra; Carson *et al.* (1997) avaliaram os benefícios para visitantes e não visitantes da preservação e melhoria das condições em Fez Medina (Marrocos); Whitehead, Chambers e Chambers (1998) investigaram o valor da preservação de um edifício histórico localizado em St.

<sup>16</sup> “The object of choice is represented by the change in the level of the provision of the public good to be valued, and the circumstances of the choice are the components of the virtual scenario (Smith *et al.*, 1997)”. (Santagata; Signorello, 2000, p. 184).

O MVC agora é considerado uma ferramenta de medição útil em muitas questões relevantes de política. Primeiro, o MVC pode ser aplicado para medir valores econômicos a serem usados na análise de custo-benefício de políticas públicas. A seleção de programas de investimento, quando se trata de utilidade pública, é mais eficiente se for possível estimar o valor total (valores de uso e valores de uso passivo) puder ser estimado (Santagata; Signorello, 2000, p. 193, tradução própria).<sup>17</sup>

O levantamento do valor de uso, através do MVC, pode ser direto e/ou indireto. Assim, as pessoas que fazem uso de bens ou serviços culturais estimam qual é a quantia monetária da disposição a pagar, por exemplo, no valor do ingresso para visitar o museu. Já o valor indireto tem a ver com outros bens ou serviços que serão usados/comprados/pagos ao redor. No caso de museus, seriam os gastos em restaurantes, cafés, bares ou lojas dentro do espaço do museu. Esse método também estima valores de não-uso, mesmo as pessoas que não usam o bem ou serviço cultural podem estar dispostas a pagar algum valor para garantir sua disponibilidade (Monteiro *et al.*, 2022; Noonan, 2002; Tohmo, 2009).

O valor de não-uso, por sua vez, está relacionado aos valores que as pessoas estão dispostas a pagar (DAP), ou dispostas a receber (DAA), pela disponibilização do bem ou serviço cultural, ainda que não haja intenção do consumo. As pessoas aptas a responder acerca desse valor incluem as pessoas que frequentam o museu e também as pessoas que nunca foram a um museu. Esse valor está ligado “ao ganho de utilidade que um determinado bem ou serviço cultural gera pela sua existência em uma determinada região. O bem-estar não está relacionado diretamente com o uso do bem, o que reflete a dimensão intangível da cultura” (Monteiro *et al.*, 2022, p. 42).

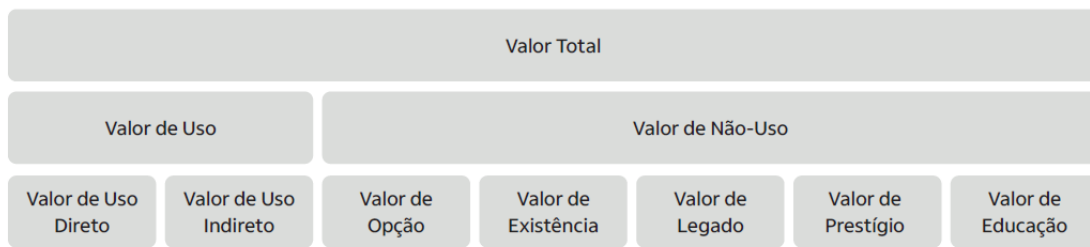
O valor de não-uso, portanto, corresponde ao valor de um museu independentemente da intenção de frequentá-lo, motivado por cinco valores, segundo Frey e Meier (2006): **Opção:** as pessoas podem estar dispostas a pagar um valor para a manutenção de um museu, objetivando a manutenção de uma opção de lazer, pela possibilidade de visitá-lo num momento futuro; **Legado:** a valorização de o fato do museu poder ser usufruído pelas próximas gerações, ou no futuro; **Existência:** mesmo não tendo a intenção de visitar o museu, as pessoas podem se sentir beneficiadas pela sua existência; **Prestígio:** ainda que um indivíduo não goste de museus, ou que não tenha interesse em visitá-lo, compreende e está disposto a atribuir um valor pelo fato de que outras pessoas o valorizam e; **Educação:** as pessoas valorizam as contribuições do museu para a formação educacional.

A apuração dos valores de uso e não-uso é realizada a partir da aplicação de questionários, momento em que se pergunta qual o valor da disposição a pagar (DAP) pelo uso do museu, podendo ser representado pelo valor do ingresso, acrescentado ao valor da DAP pelo valor não-uso, podendo ser representado por um valor a ser destinado a uma taxa de manutenção do museu (Motta; Ortiz, 2013). Na Figura 1, há uma representação desses valores.

---

<sup>17</sup> “CV is now considered a useful measurement tools in many policy relevant issues. First, CV can be applied for measuring economic values to be used in benefit cost analysis of public projects. The selection of investment programs, when publicness is concerned, is more efficient if the total value (use values and passive use values of the project) can be estimated” (Santagata; Signorello, 2000, p. 19)

Figura 1 - Componentes de valores de uso e não-uso



Fonte: Monteiro *et al.* (2022, p. 42).

Sendo assim, para a avaliação de um bem ou serviço cultural pelo método de valoração contingente é somada a estimação de valores monetários dos valores de uso (direto e indireto) aos valores de não-uso. Contudo, na aplicação do MVC existem prós e contras a serem considerados no momento da escolha desse método para valorar um bem ou serviço cultural, conforme o Quadro 2 abaixo.

Quadro 2 - Prós e contras do MVC

PRÓS	CONTRAS
<p><b>i)</b> Credibilidade, pois sua utilização na área da cultura vem aumentando, com resultados considerados confiáveis (Stampe; Tocchetto; Florissi, 2008);</p> <p><b>ii)</b> Aprimoramento das técnicas de avaliação (Noonan, 2002);</p> <p><b>iii)</b> Aumento da demanda e da atenção dada aos bens públicos culturais avaliados (Noonan, 2002);</p> <p><b>iv)</b> Maior reconhecimento das compensações inerentes ao fornecimento público de bens culturais (Noonan, 2002);</p> <p><b>v)</b> Possibilidade de captar externalidade através do valor de não-uso (Noonan, 2002)</p> <p><b>vi)</b> Fornece resultados confiáveis sobre os valores de não-uso de itens que não são de mercado (Tohmo, 2009; Bedate; Herrero; Sanz, 2009);</p> <p><b>vii)</b> Aceito e recomendado por organizações tais como: World Bank, FAO, UNEP, OECD (Santagata e Signorello, 2000);</p> <p><b>viii)</b> Adaptabilidade a diferentes contextos socioeconômicos e alta flexibilidade em relação ao objeto de estimativa (Santagata e Signorello, 2000).</p>	<p><b>i)</b> O valor monetário identificado pode não refletir o valor cultural (Noonan, 2002);</p> <p><b>ii)</b> Dificuldade de valoração por conta da representação diversa de um mesmo bem ou serviço cultural para grupos diferentes numa mesma comunidade (Noonan, 2002);</p> <p><b>iii)</b> Pagamentos hipotéticos para situações hipotéticas distantes da realidade, podendo haver subestimação ou superestimação (Horowitz e Mcconell, 2002; Bedate; Herrero; Sanz, 2009);</p> <p><b>iv)</b> Ausência de conjunto de padrões de comportamento, como em casos de bens ou serviços que possuem substitutos próximos, a proporção é menor (Horowitz; Mcconell, 2002);</p> <p><b>v)</b> Dependência dos resultados na forma como o questionário foi estruturado (Stampe; Tocchetto; Florissi, 2008);</p> <p><b>vi)</b> Restrição da mensuração do valor do envolvimento com a cultura em sua totalidade ou da coletividade, uma vez que captura percepções individuais (Crossick, 2018).</p>

Fonte: construção da autora.

Embora o MVC possa precificar valores que não refletem o valor cultural em sua completude, devido às características peculiares dos bens e serviços desse setor, conforme Noonan (2002), esse método tem sido amplamente usado e recomendado na área cultural (Stampe; Tocchetto; Florissi, 2008). Como ponto forte, destaca-se a estimação das externalidades de um bem público, refletidas nos valores de não-uso, acrescido ao valor de uso (Frey; Meier, 2006). Já os pontos negativos ou contras, demonstrados no Quadro 2,

podem se tornar uma obliquidade e comprometer os resultados obtidos, pois as avaliações através desse método “[...] valorizam as preferências que os consumidores atribuem ao patrimônio. Diferentes vieses são inerentes a essa metodologia baseada em pesquisa, como o *free-riding*, que pode ser explicado pela natureza da propriedade coletiva de certos bens” (Benhamou, 2022, p. 182).

Contudo, os vieses encontrados na metodologia podem ser enfrentados e reduzidos, como o **viés de escopo**, que é causado pela insuficiência de conhecimento do bem ou serviço cultural podendo ser mitigado passando informações detalhadas ao entrevistado e o uso de recursos visuais (Motta; Ortiz, 2013). O **viés de alta incidência de valor nulo**, o qual se refere a respostas com valores muito diferentes da média, seja por ser muito maior ou muito menor, conhecido, também, como viés de protesto. Uma forma de driblar é sugerir um valor a ser pago e a retirada da análise dos valores muito fora da média (Motta; Ortiz, 2013). O **viés do ponto de partida**, ocorre quando os respondentes não sabem qual valor informar por ausência de referência. Pode-se usar lances iniciais (6, 15, 30, 45, 60, 90 e 150 unidades monetárias) escolhidos aleatoriamente para cada entrevistado (Bedate; Herrero; Sanz, 2009).

No que diz respeito ao **viés de hipótese**, por se tratar de situações simuladas, os respondentes podem declarar DAP que diferem da realidade. Existem algumas formas de mitigar esse viés:

- a) lembrar o entrevistado das restrições orçamentárias e dos substitutos disponíveis do bem que está sendo avaliado;
- b) estender o formato dicotômico, oferecendo a chance de responder “Não sei”;
- c) usar modelos de escolha policotômicos com várias categorias de incerteza: definitivamente sim, provavelmente sim, não sei, provavelmente não, definitivamente não;
- d) usar perguntas abertas de escolha dicotômica, em que os valores hipotéticos médios são 2,5 a 3 vezes maiores do que os valores reais, embora a distribuição do fator de calibração seja altamente assimétrica, e a razão correspondente para as medianas esteja próxima de 1,5.;
- e) incluir uma pergunta de acompanhamento que avalia o nível de certeza com que a resposta ao exercício de avaliação contingente foi dada (Bedate; Herrero; Sanz, 2009).

Não há soluções infalíveis para os caminhos metodológicos sugeridos, contudo, quanto mais o MVC é utilizado para avaliação de bens e serviços culturais, mais o método é aprimorado (Bedate; Herrero; Sanz, 2009).

Em relação à aplicação do MVC em museus, devemos levar em consideração que esses são bens públicos ou semipúblicos, já que em várias ocasiões podem ser excludentes, mediante a cobrança de ingresso para entrada e visita, além de ser não-rival<sup>18</sup>, exceto quando há um excesso de visitantes. Os museus não possuem mercado consolidado para sua avaliação, e, portanto, o MVC pode ser uma ferramenta bastante útil para sua avaliação (Bedate; Herrero; Sanz, 2009). Sendo possível realizar estimativas do valor do uso representado pelo valor máximo declarado a serem gastos com ingresso e valores de não-uso representado pelos “[...] valores máximos que podem ser pagos como doações, com o entendimento de que essa avaliação inclui tanto o valor atribuído pelos usuários diretos do

---

<sup>18</sup> “[...] no sentido de que o aumento do consumo não eleva o custo (custo marginal nulo), ou seja, o consumo de unidades adicionais por potenciais consumidores não reduz o bem-estar dos consumidores atuais” (Guia, 2008, p. 10), em outras palavras, “quando o seu consumo por parte de um indivíduo não reduz a quantidade disponível para consumo de um outro indivíduo” (Costa, 2010, p. 2).

bem (valor de uso direto), quanto o valor estimado para os usuários potenciais (valor de uso passivo)” conforme Sanz, Herrero e Bedate (2003, p. 253, tradução própria)<sup>19</sup>.

O método de valoração contingente tem sido aplicado em diversos museus pelo mundo e no Brasil desde os anos 1990<sup>20</sup>. Por exemplo, o *Napoli Musei Aperti*, na Itália, por Santagata e Signorello (2000); no *Museo Patio Herreriano de Arte Contemporaneo Español*, na cidade de Valladolid, na Espanha, por Bedate, Herrero e Sanz, (2009); no Brasil, o Museu da imagem e do som, no Rio de Janeiro, por Motta e Ortiz (2013); bem como o Museu José Antônio Pereira, em Campo Grande, em Mato Grosso do Sul por Casadei (2023).

Ao pensarmos nos museus como bem ou serviço cultural passível de ser avaliado pelo método da valoração contingente, Bedate; Herrero; Sanz (2003) os definem como um elemento cultural delimitado por ser possível contar os visitantes, diferente de locais históricos ou edifícios que possam ter atração cultural que são difíceis de verificar a quantidade de visitantes com precisão e, por consequência, o interesse público por esses equipamentos culturais. E “se a Avaliação Contingente não estivesse disponível, essas informações não estariam aqui para serem inseridas na arena política.” (Scarpa; Sirchia; Bravi, 1998, p. 242, tradução própria)<sup>21</sup>. Na próxima seção, apresentaremos o Museu de Arte de Mato Grosso; não só suas formas de gerenciamento, como também os recursos destinados e a condução da aplicação do MVC.

### 3 MATERIAL E MÉTODO

Na busca da valoração econômica do Museu de Arte de Mato Grosso, a presente pesquisa tem uma abordagem quantitativa e qualitativa. Qualitativa por ser descritivo, de observação e indutivo, pela busca de entendimentos de fenômenos subjetivos sem levar em consideração premissas estabelecidas para seu foco analítico e quantitativa por empregar medidas sistemáticas e padronizadas, objetivando responder questões pré-estabelecidas, através de interpretação de dados (Nascimento; Souza, 2015).

Trata-se de um estudo de caso, ou seja, uma averiguação sobre algo ou situação específica, usualmente relacionados a fenômenos sociais complexos em que não se pode manipular o comportamento, mas que é possível generalizar, a partir de associação lógica e argumentação fundamentada (Casadei, 2023; Yin, 2005). Foi realizado um levantamento com aplicação de questionário a um grupo de pessoas, acerca do problema para coletar dados e analisá-lo (Gil, 2019), que no caso em questão é a investigação do valor social do Museu de Arte de Mato Grosso, através da aplicação do MVC, a ser apresentado na próxima seção.

#### 3.1 O MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO

Estabelecido como unidade museológica permanente destinada a desenvolver atividades de artes visuais, o Museu de Arte de Mato Grosso foi criado através do Decreto Estadual nº 1.327, de 13 de maio de 2008 (Mato Grosso, 2008). Os objetivos do Museu definido no art. 1º do seu Decreto de fundação, são:

**Art. 1º** Fica criado o "MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO" como unidade museológica permanente destinada a desenvolver atividades de artes visuais com o

<sup>19</sup> “[...] maximum amounts that might be paid as donations, with the understanding that this valuation includes both the value assigned by the direct users of the good (direct use value) as well the estimated value to potential users (passive use value)” (Sanz; Herrero; Bedate, 2003, p. 253).

<sup>20</sup> Ver em Apêndice B outras pesquisas em museus com aplicação do MVC.

<sup>21</sup> “Had Contingent Valuation not been available this information would not be here to be fed into the policy arena” (Scarpa; Sirchia; Bravi, 1998, p. 242).

objetivo de reunir e abrigar obras de artistas brasileiros, sobretudo mato-grossenses, para divulgar a produção artística e, também, coletar, pesquisar, estudar, conservar e expor os testemunhos materiais do ser humano e de seu meio ambiente, com objetivos culturais, educacionais, científicos e de lazer. (Mato Grosso, 2008).

O Museu possui em seu acervo cerca de 626 obras em sua maioria de artistas mato-grossense, entre eles Adir Sodré, Alcides Pereira dos Santos, Aleixo Cortez, Almira Reuter, Benedito Nunes, Clóvis Irigaray, Humberto Espíndola, João Sebastião, Osvaldina dos Santos, Regina Pena, Almira Reuter, Elieth Gripp, Tarsila do Amaral, Roberto Tibaldi, Moacyr Freitas, Gervane de Paula, Sitó, Victor Hugo, Babu 78, Odete Venâncio e Raimundo Moreira. Esse acervo, que se encontra em fase de inventário<sup>22</sup>, está em reserva técnica em outro equipamento cultural, no Museu Residência dos Governadores, também localizado em Cuiabá, em Mato Grosso, local onde foi sede do Museu de Arte de Mato Grosso, enquanto esteve aberto, entre os anos de 2014 e 2017, conforme Figura 2.

Figura 2 - Sede do Museu de Arte de Mato Grosso entre 2014 e 2017



Fonte: Museu de Arte de Mato Grosso (2015b).

A responsabilidade pela conservação e gestão de equipamentos culturais mato-grossense, incluindo os 5 Museus listados no Apêndice A, está sob a tutela da Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer – SECEL/MT, mais especificamente da Gerência de Gestão Museológica ligada à Coordenadoria de Patrimônio Histórico e Museológico e da Superintendência de Preservação do Patrimônio Histórico e Museológico, que por sua vez está ligada a Secretaria Adjunta de Cultura, conforme o Regimento Interno regulamentado pelo Decreto Estadual nº 937, de 11 de maio de 2021 (Mato Grosso, 2021).

O Museu de Arte de Mato Grosso, conforme demonstrado anteriormente, teve seu decreto de fundação datado em 2008, porém, somente após seis anos foi inaugurado em Cuiabá, no ano de 2014, estando em funcionamento até o início de 2017, no entanto, foi fechado com previsão de reabertura em 2024. Na Figura 3 é possível visualizar a linha do tempo do Museu, em que demonstra um quadro geral sobre seu funcionamento e valores repassados.

Para a sua inauguração em 2014, a SECEL formalizou o Contrato de Gestão nº 01/2014/SEC com uma entidade sem fins lucrativos, selecionado no Processo de Seleção por Concurso, por meio do Edital de Concurso nº 002/2014, objetivando a administração, manutenção e gerenciamento integral do Museu no período de 06/06/2014 a 06/06/2016, no valor anual de R\$ 360 mil reais, totalizando o valor de R\$720 mil reais de repasse. Após o encerramento desse Contrato, foi formalizado o Contrato nº 002/2016/SEC, com a mesma entidade, e foi repassado o valor de R\$180 mil reais, com vigência de 17/11/2016 a 17/02/2017.

<sup>22</sup> Conforme informação da Gerência de Gestão Museológica da SECEL, ver Apêndice C.



Conforme demonstrado na Figura 3, em 2016 houve o lançamento do Edital de Chamamento Público nº 009/2017/SEC-MT objetivando selecionar uma Organização da Sociedade Civil (OSC) responsável pela gestão do Museu de Arte de Mato Grosso e da Galeria Lava Pés<sup>23</sup> em parceria com a SECEL, fundamentado na Lei Federal nº 13.019 de 31 de julho de 2014. A estimativa de repasse anual era no valor de R\$ 1.200.000,00, sendo que, no primeiro ano, haveria um repasse de R\$ 400 mil a mais para aparelhamento, totalizando, assim, o valor global de R\$ 6.400.000,00 em 5 anos de gestão. Porém, o edital foi cancelado e não há maiores informações acerca do cancelamento, há somente um “Aviso de Cancelamento” em que anula o processo de seleção. Para averiguação dos motivos do cancelamento, assim como da inativação do Museus por 7 anos, necessita de uma nova pesquisa, pois o foco da presente pesquisa está na reabertura do museu.



Fonte: construção da autora.

Segundo o *website* do Museu de Arte de Mato Grosso (2017), canal de divulgação utilizado pela entidade parceira da SECEL para sua operacionalização entre os anos de 2014 e 2017, foram realizadas 25 exposições de arte, dentre elas: **Exposição “Três décadas de histórias das artes visuais mato-grossenses – 1973 a 2007”**, realizada entre 12/02/2015 e 19/04/2015, com obras de vários artistas de quatro gerações, dentre eles: Ignêz Corrêa da Costa (primeira mulher mato-grossense a ganhar a visibilidade no circuito das artes em perspectiva nacional), Dalva de Barros, João Sebastião, Humberto Espíndola e Clóvis Irigaray; além da **Exposição “Cuiabá Experimental – Aesthesis”**, realizada entre 09/07/2015 e 04/10/2015, com obras do artista Wladimir Dias-Pino; **Exposição “Kura-Bakairi – Museus e Memórias indígenas”**, realizada entre 04/09/2015 e 04/10/2015, com obras da artista indígena kurã-bakairi Darlene Taukane e; **Exposição “Modernistas brasileiros”**, realizada entre 19/03/2016 e 21/11/2016, com obras dos artistas Marcelo Grassmann, Maciel Babinski, Clóvis Graciano, Cícero Dias, Antônio Carlos Rodrigues, Aldemir Martins e Tarsila do Amaral. Na Figura 4 algumas imagens das exposições citadas.

Conforme a Gerência de Gestão Museológica da SECEL, há dificuldade de obter a informação exata da quantidade de visitantes do museu enquanto esteve aberto, diante do tempo em que está fechado, mas que entre outubro de 2016 e fevereiro de 2017 recebeu um público total de 3.510, somados os visitantes das exposições e participantes de oficinas/cursos, conforme o último relatório de prestação de contas do Contrato nº 002/2016/SEC.

<sup>23</sup> A Galeria Lava Pés está localizada no térreo da Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer (SECEL), um espaço para exposição e acesso livre ao público, que foi inaugurada em 28 de outubro de 2025 (Mato Grosso, 2024a).

Seguindo as classificações de Frey e Meier (2006), conforme ao que já foi relatado, é possível realizar a classificação o Museu de Arte de Mato Grosso como um museu cujo conteúdo são obras de arte; de médio porte, considerando a quantidade obras (626 obras) e valores previstos a serem repassados (R\$ 900 mil reais); com tempo de existência recente (desde 2014), atualmente sem sede e forma institucional como um museu público, conforme demonstrado no Quadro 3.

Figura 4 - Exposições no Museu de Arte de Mato Grosso



Fonte: (A) Clóvis Irigaray ao lado sua obra, Museu de Arte de Mato Grosso (2024); (B) Cartaz de divulgação da exposição “Cuiabá Experimental – Aesthesis” com obra de Wladimir Dias-Pino, Museu de Arte de Mato Grosso (2015a); (C) Darlene Taukane e Juarez Cuchiware ao lado de suas obras, Museu de Arte de Mato Grosso (2015c).

Acerca da política adotada pelo Governo de Estado de Mato Grosso podemos citar o Decreto Estadual nº 959, de 05 de dezembro de 2007 (Mato Grosso, 2007) que estabeleceu em forma de sistema as atividades de museus do estado de Mato Grosso, o Sistema Estadual de Museus de Mato Grosso, com base nas diretrizes do Decreto Federal nº 5.264, de 05 de novembro de 2004 (Brasil, 2004), revogado pelo Decreto Federal nº 8.124, de 17 de outubro de 2013 (Brasil, 2013) que regulamenta a Lei Federal nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009 (Brasil, 2009) que institui o Estatuto de Museus e a Lei Federal nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009 (Brasil, 2009) que cria o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).

Em relação ao orçamento público, a dotação orçamentária do Museu de Arte de Mato Grosso é identificada no Plano de Trabalho Anual – PTA de 2024 (Mato Grosso, 2024b) como parte da subação/entrega Gestão do Sistema Estadual de Museus – MT, na ação (P/A/OE) 2288 – Preservação do patrimônio histórico-cultural e no Programa 523 – Ampliação do acesso à cultura. O valor previsto para o museu nesse instrumento de planejamento orçamentário é o de R\$ 1,5 milhão; no entanto, para a presente pesquisa, o custo anual do Museu de Arte de Mato Grosso será considerado em 900 mil reais, conforme informação obtida pela Gerência de Gestão Museológica da SECEL, que pode ser consultada no Apêndice C. Desse montante de R\$ 1,5 milhão evidenciado no PTA de 2024, uma parte será destinada à adequação do espaço físico da sede do museu na hipótese de sua reabertura.

Quadro 3 - Classificação do Museu de Arte de Mato Grosso

Conteúdo	Porte	Tempo de existência	Forma institucional
Obras de arte	Médio	Recente e sem sede	Público

Fonte: construção da autora de acordo com os critérios de Frey e Meier (2006).

A escolha deste equipamento cultural é justificada por sua importante representação para a comunidade local, por abrigar em seu acervo obras de vários artistas mato-grossenses, conforme informação da SECEL<sup>24</sup>. Além disso, havia a oportunidade de realizar a pesquisa

<sup>24</sup> Apêndice C.

próxima à reabertura<sup>25</sup>, uma vez que o método utilizado, a valoração contingente, “[...] envolve perguntar a uma amostra de indivíduos quanto eles estariam dispostos a pagar por uma mudança marginal na quantidade de um bem público fornecido” (Noonan, 2002, não paginado, tradução própria)<sup>26</sup>. Nessa mesma lógica, Noonan (2002) também verificou que o bem cultural avaliado pelo MVC recebe maior atenção ao ser pesquisado e, por consequência, demanda maior interesse. O autor chegou a essa conclusão após analisar diversas pesquisas ao redor do mundo que utilizaram esse método.

O Museu de Arte de Mato Grosso esteve localizado em Cuiabá, Mato Grosso, durante seu funcionamento de 2014 a 2017. Indica-se que a sua futura sede também será no mesmo município, situado na região centro-oeste e capital do estado de Mato Grosso, por essa razão, a seguir apresentamos informações sobre a delimitação da área de estudo e população amostrada.

### 3.2 DELIMITAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO E POPULAÇÃO AMOSTRADA

Cuiabá possui uma área territorial de 4.327.448 km<sup>2</sup> e uma população residente de aproximadamente 650.877 pessoas, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), censo de 2022.

Figura 5 - Localização da área de estudo - Cuiabá/MT



Fonte: construção da autora.

Cuiabá foi oficialmente fundada em 08 de abril de 1719, constando 305 anos desde lá, e em 1835 tornou-se capital da então província de Mato Grosso, ocupando o lugar da antiga capital Vila Bela da Santíssima Trindade (IBGE, 2024b). Por ser a cidade mais antiga e a capital do estado, Cuiabá é a cidade, em Mato Grosso, que mais possui atividades culturais, sobretudo, em relação à área museológica. Boa parte dos municípios de estado de Mato Grosso foi povoado recentemente, principalmente, na região norte do estado, como a cidade de Sinop, cuja fundação se deu em 14 de setembro de 1974, constando 49 anos de sua fundação, emergiu como resultado da política de ocupação da Amazônia Legal, desenvolvida

<sup>25</sup> Contudo, até a data de conclusão do presente trabalho não havia informação atualizada acerca da reabertura do Museu de Arte de Mato Grosso no *website* oficial da SECEL/MT. A Gerência de Gestão Museológica informou, via e-mail, que a data de reabertura foi adiada para 2025, porém essa informação foi obtida somente após a conclusão da aplicação do questionário, em agosto de 2024.

<sup>26</sup> “[...] involves asking a sample of individuals how much they would be willing to pay a marginal change in the quantify of a public good provided”. (Noonan, 2002, não paginado)

pelo Governo Federal na década de 1970 (Sinop, 2021). Para fins de explanação, a seguir apresentam-se indicadores econômicos atuais de Cuiabá na Figura 6.

Figura 6 - Indicadores econômicos de Cuiabá/MT

PIB per capita [2021]	<b>47.700,88</b> R\$
Percentual das receitas oriundas de fontes externas [2015]	<b>55,2</b> %
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) [2010]	<b>0,785</b>
Total de receitas realizadas [2017]	<b>2.153.678,78</b> R\$ (x1000)
Total de despesas empenhadas [2017]	<b>2.043.591,97</b> R\$ (x1000)

Fonte: *website* do IBGE (2024a)

Segundo a plataforma MuseusBR do IBRAM (2024), Mato Grosso possui 57 museus cadastrados, dos quais 5 estão fechados. No entanto, esses dados podem não ser exatos, pois o Museu de Arte de Mato Grosso é uma instituição constituída, mas não cadastrada na plataforma. Ademais, há o exemplo do Museu de Pedras Ramis Bucais, que consta como aberto, mas está fechado desde 2011 (Fujimori, 2018). A plataforma também aceita o cadastro de parques, como o Parque Mãe Bonifácia e o Parque Zé Bolo Frô que somam ao total de 52 museus registrados na MuseusBR. Portanto, a realidade dos museus em Mato Grosso é de difícil verificação.

A maioria dos museus cadastrados na plataforma museusBR (IBRAM, 2024), está localizado em Cuiabá que conta, ainda, com algumas galerias e espaços expositivos<sup>27</sup>. De responsabilidade do Governo de Estado de Mato Grosso, através da SECEL/MT, são cinco museus<sup>28</sup>, sendo que dois se encontram fechados até a data da conclusão da presente pesquisa, incluindo o Museu de Arte de Mato Grosso. Concluído a apresentação do objeto e sua localização, passamos para a descrição da condição da pesquisa e coleta de dados.

### 3.3 CONDUÇÃO DA PESQUISA E COLETA DE DADOS

Considerando o objetivo da presente pesquisa, que é investigar o valor social do Museu de Arte de Mato Grosso para os residentes de Cuiabá, a delimitação da amostragem focou na coleta de dados de forma aleatória e diversificada entre os residentes da cidade onde o museu está localizado. Como já discutido na seção anterior, a contextualização do fechamento e reabertura do Museu de Arte de Mato Grosso é relevante, e a aplicação da metodologia escolhida foi realizada em 2024. Foram levantadas as seguintes situações hipotéticas:

- a) DAP máxima em ingresso para visitação no Museu;
- b) DAP máximo em taxa mensal destinado a um fundo próprio do Museu para sua manutenção.

Foram coletadas um total de 137 respostas de indivíduos maiores de 15 anos, incluindo tanto visitantes quanto não visitantes do museu enquanto esteve aberto, além de

<sup>27</sup> Alguns dos espaços expositivos localizados em Cuiabá: A Casa do Parque; Bendito Mercado; Biblioteca Estevão de Mendonça; Casa Cuiabana; Casa das pretas; Casa do Artesão; Casa Silva Freire; Galeria Adriano Figueiredo; Galeria Arto; Galeria Cidade Verde; Galeria Lava Pés; Galeria Mandala; Instituto Ateliê Projetos; Museu de História Natural; Museu de Arte Sacra; Museu da Caixa D'Água; Museu de Cultura Contemporânea (MACP) – UFMT; Museu de Imagem e Som de Cuiabá – MISC; Museu Histórico; Museu Residência dos Governadores; Museu Rondon de Etnologia e Arqueologia (MUSEAR) – UFMT; Palácio da Instrução; Sesc Arsenal.

<sup>28</sup> Ver em Apêndice A informações acerca dos cinco museus sob a responsabilidade da SECEL/MT

residentes de Cuiabá/MT e de cidades próximas, bem como pessoas que visitam a capital com frequência. A escolha pela aceitação de respostas de pessoas com 15 anos foi feita em função da faixa etária de 4 em 4 anos utilizada pelo IBGE.

Optou-se pela aplicação de um modelo híbrido entre o método do *Referendo* e *Open-ended*, com maior ênfase no primeiro. O método *Referendo* disponibiliza valores pré-estabelecidos aos respondentes, sendo descrito como “um instrumento socialmente aceitável, está associado à tentativa de evitar respostas nulas e em branco ou no oposto à distorção de valores altos através da utilização de valores que não sejam economicamente satisfatórios” (Fernandes; Bem; Waismann, 2000, p. 328). O formato *Open-ended* permite que o respondente descreva o valor que estaria disposto a pagar, podendo resultar em respostas nulas, em branco ou em valores excessivamente altos que podem ser pouco confiáveis (Fernandes; Bem; Waismann, 2000).

Por meio de aplicação de questionário, foi realizada a simulação de forma direta e simples disponibilizado em uma plataforma<sup>29</sup> online que ficou disponível para resposta entre os dias 15/03/2024 a 05/04/2024, posteriormente prorrogado até 22/05/2024 por baixa participação. O link do formulário ficou disponível nas redes sociais da pesquisadora (*instagram, facebook e whatsapp*) e foram divulgados em portais de notícias locais (Barbosa, 2024; Pesquisadora [...], 2024a; 2024b).

Objetivando a aplicação de respondentes, foi distribuído panfletos, contendo *QR code* do link de acesso ao formulário (Figura 7) em comércios pela cidade e em locais de grande circulação de pessoas, sobretudo, ao redor dos Museus pela cidade como o Museu de História Natural e Museu de Arte Contemporânea (MACP), Shoppings, Institutos de Ensino Superior (IES), públicos e privados, como a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e a Universidade de Cuiabá (UNIC). Em uma oportunidade de pesquisa de campo, foi proposto a cidadãos, frequentadores do Parque Mãe Bonifácia<sup>30</sup>, localizado em Cuiabá, para responderem às questões em um *tablet*, disponibilizado pela pesquisadora. Essa pesquisa foi realizada no dia 14/04/2024, com o alcance de 16 respostas.

O questionário foi estruturado em quatro blocos conforme orientado por Monteiro *et al.* (2022). No Quadro 4 é possível visualizar um panorama da estrutura do questionário, dispostos da seguinte maneira: **1º Bloco:** perguntas sobre a identificação socioeconômica do entrevistado, como localidade de residência, gênero, étnico/racial, renda e escolaridade. Sem identificação; **2º Bloco:** perguntas sobre o interesse e hábitos de frequência do entrevistado a museus ou a exposição de obras de artes, bem como as preferências sobre as artes visuais; **3º Bloco:** perguntas sobre o conhecimento do entrevistado sobre os espaços culturais existentes em Cuiabá/MT e sobre o Museu de Arte do Mato Grosso, bem como sua importância numa escala de 1 a 5, onde 1 – Nada importante. 2 – Pouco importante. 3 – Indiferente, 4 – Importante e 5 – Muito importante; **4º Bloco:** com o objetivo de quantificar valores da disposição a pagar (DAP), primeiro foi perguntado se estariam dispostos a pagar em ingresso para visitar o Museu e em uma taxa para manutenção, em caso afirmativo foi perguntado o valor a ser pago com opções com uma única escolha, um referendo, para os valores R\$ 5,00, R\$ 10,00, R\$ 20,00, R\$ 30,00, R\$ 50,00 e Outro, sendo esse último aberta para informar o valor.

<sup>29</sup> A pesquisa não foi registrada ou avaliada pelo CEP/CONEP (Conselho de Ética), uma vez que se tratou de pesquisa de opinião pública anônima, conforme parágrafo único, inciso I, da Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016.

<sup>30</sup> Verificou-se que as pessoas estavam mais dispostas a participar da pesquisa no parque (em atividade de lazer) em comparação a pesquisa realizada no centro da cidade em horário comercial.

Figura 7 – Cartaz de divulgação da pesquisa



Fonte: construção da autora.

O objetivo da ‘pergunta de princípio de pagamento’, utilizado na presente pesquisa, conforme descrito, é o de validar as recusas e reduzir o comportamento de protesto (Bedate; Herrero; Sanz, 2009). Somente os entrevistados que responderam “sim” foram incluídos na segunda pergunta sobre os valores. Em caso de negativa, foi questionado o motivo.

Quadro 4 – Estrutura do questionário

<p><b>1º BLOCO</b> IDENTIFICAÇÃO SOCIOECONÔMICO</p>	<p><b>2º BLOCO</b> HÁBITOS E FREQUÊNCIA A MUSEUS</p>	<p><b>3º BLOCO</b> CONHECIMENTO DE ESPAÇOS CULTURAIS DE CUIABÁ E DO MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO</p>	<p><b>4º BLOCO</b> VALOR DA DISPOSIÇÃO A PAGAR</p>
---	--	--	--

Fonte: construção da autora conforme orientado por Monteiro *et al.* (2022).

Considerando que o museu está fechado desde 2017, foram utilizados recursos visuais como imagens da sede do museu (Figura 2) e de algumas exposições realizadas (Figura 4), recomendado tanto para evitar o viés de escopo, quanto para realçar a memória do equipamento cultural enquanto esteve aberto (Motta; Ortiz, 2013).

Foi acrescentado, ainda, questionamento sobre a disposição em apoiar projetos na área de museologia e/ou artes visuais pelo incentivo fiscal<sup>31</sup>, regulamentado pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Brasil, 1991), conhecida como Lei Rouanet. Aos que assinalaram positivo para a contribuição por meio desse mecanismo, foi questionado sobre o valor em *open-ended* ou resposta aberta, no caso negativo foi questionado o motivo. Embora não fosse foco da presente pesquisa, a pergunta sobre a possibilidade dos respondentes em apoiar projetos nessa área, por esse incentivo, se torna relevante quando confrontado com outras respostas, por exemplo, ser usado como confirmação dos valores da DAP em ingresso e na taxa, além de contribuir para futuras possibilidades como fonte de renda alternativa para a manutenção não só do Museu, objeto do presente de estudo, como dos demais equipamentos de responsabilidade da SECEL.

Ainda sobre a Lei Rouanet, destaca-se que houve autorização, pelo Ministério da Cultura (MINC), a captação de recursos no valor de R\$ 19.492,50 para financiar os custos da presente pesquisa via incentivo fiscal. A autorização se deu pela publicação no Diário Oficial da União da Portaria SEFIC/MINC nº 692, de 21 de novembro de 2023. Contudo, não houve a arrecadação mínima de 10% do valor autorizado, não sendo possível financiar a presente

<sup>31</sup> Na sessão 2.1 do presente trabalho há descrição sobre o funcionamento dessa política pública brasileira.

pesquisa prejudicando maiores resultados, como a quantidade de respostas suficientes para obter confiabilidade estatística. Um ponto a se destacar é que foi o primeiro e único projeto (até a data de conclusão desta pesquisa) na área “museus e memória” e segmento “pesquisa; sistematização de informação” de Mato Grosso cadastrado na plataforma *salicnet* – sistema usado para análise a provação dos projetos pelo MINC (Brasil, 2024).

Antes da coleta de dados oficial, o formulário passou por um período de teste envolvendo um pequeno grupo de 17 pessoas com duração de oito dias, momento em que as contribuições dos respondentes do teste foram: inclusão de opção “depende do valor”, quando perguntado se pagaria por ingresso para visita no museu e se pagaria por uma taxa de manutenção; valores a serem dispostos no referendo da DAP em ingresso e o valor da DAP em uma taxa. Importa destacar que, no teste, a pergunta estava aberta, havendo respostas como “R\$ 10,00 meia entrada”, sendo difícil padronizar e analisar, sendo assim, optou pelo referendo, com valores informado pelos respondentes do teste.

Finalizado a descrição do material e método da pesquisa, a seguir demonstraremos os resultados da análise dos dados coletados.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conforme mencionado anteriormente, 137 pessoas responderam ao questionário, contudo, após retirar as respostas de não residentes de Cuiabá, respostas nulas, respostas não confiáveis e respostas divergentes da média, restaram 114 respostas válidas para o cálculo da DAP ingresso e 117 respostas válidas para o cálculo do DAP taxa para manutenção do museu. Sendo assim, com relação ao tamanho da amostra, trabalhou-se com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 10%. Nas próximas sessões serão apresentados o resultado da análise dos dados coletados iniciando com a identificação do perfil socioeconômico dos respondentes.

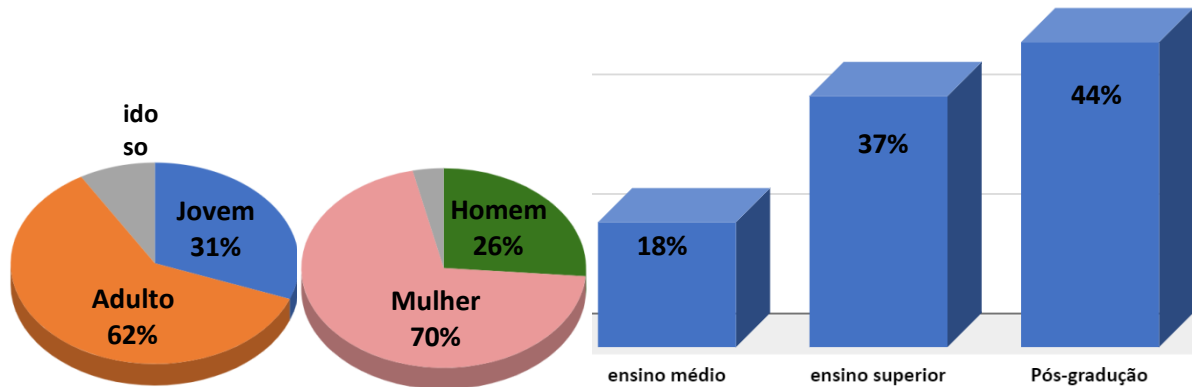
### 4.1 IDENTIFICAÇÃO SOCIOECONÔMICA E COMPORTAMENTO DO CONSUMO DE MUSEUS DOS RESPONDENTES

Em relação ao perfil socioeconômico dos respondentes, foi identificado que a maioria é constituída por adultos<sup>32</sup> (62%), seguido por jovem (31%) e idosos (7%); maioria mulher (70%), em quantidade reduzida de homens (26%) e somente 4% de pessoas transgêneros ou não-binarie; e em relação à escolaridade, a maioria dos respondentes possui pós-graduação (44%), em segundo lugar ensino superior (37%) e por último ensino médio (18%), conforme demonstrado na Figura 8.

---

<sup>32</sup> Com idade entre 30 e 59 anos. As definições da faixa etária foram definidas em conformidade com o Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013) em relação a crianças e adolescente e com base no Estatuto da Pessoa Idosa (Lei nº 10.741, de 1 de outubro de 2003) para idosos.

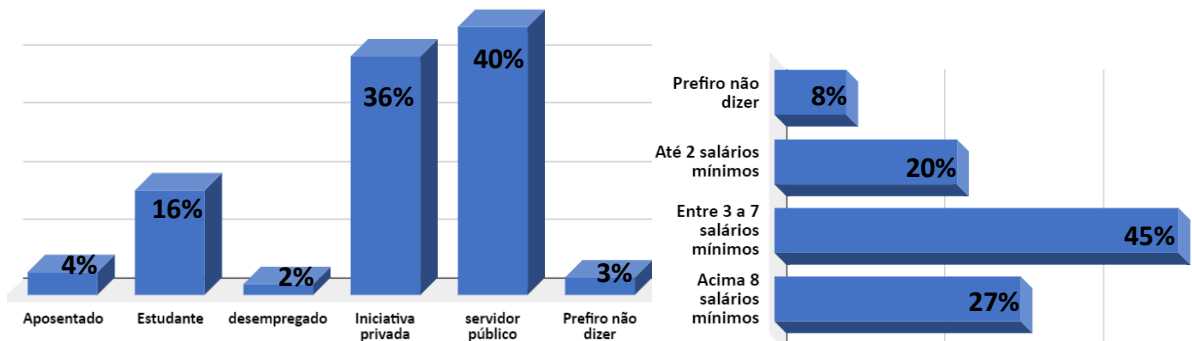
Figura 8 – Perfil dos respondentes (DAP ingresso)<sup>33</sup>: idade, gênero e escolaridade



Fonte: Construção da autora.

Seguindo, ainda, com identificação do perfil socioeconômico, na Figura 9 verifica-se a síntese acerca da ocupação. A maioria dos respondentes declaram ser servidor público (40%), seguido por iniciativa privada (36%) e 16% estudante. Em relação a renda mensal familiar, a maioria informou o valor equivalente entre 3 a 7 salários mínimos (45%), 27% acima de 8 salários mínimos, 20% até 2 salários mínimos e 8% optaram por não informar.

Figura 9 – Perfil dos respondentes (DAP ingresso)<sup>34</sup>: ocupação e renda mensal familiar



Fonte: Construção da autora.

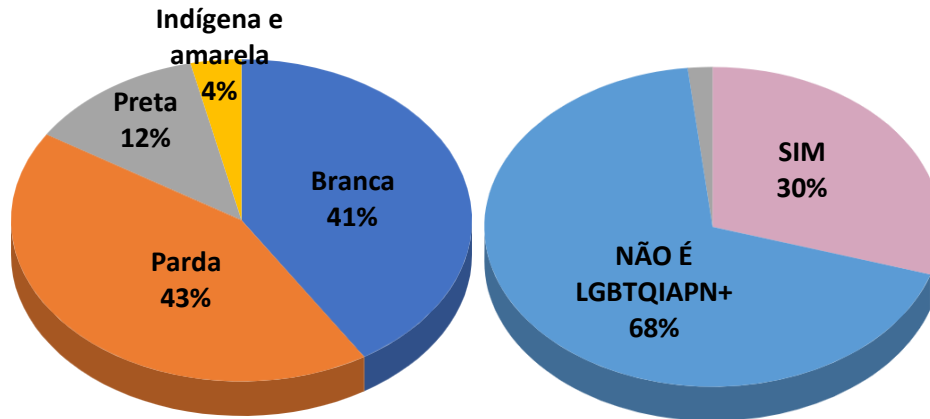
A identificação do perfil étnico-racial dos respondentes, em sua maioria, se declara como pessoas pardas (43%) e branca (41%), 12% dos respondentes se consideram pretas e 4% indígena ou amarela, conforme demonstrado na Figura 10. Foi levantado, ainda, o seguinte questionamento “Você se identifica como LGBTQIAPN+?”, 68% disseram que “não”, 30% que “sim” e 2% preferiram não dizer (Figura 10).

<sup>33</sup> O perfil socioeconômico dos respondentes considerados para o cálculo da DAP em taxa é semelhante ao das respostas da DAP em ingresso com variação de 1% para mais ou para menos.

<sup>34</sup> O perfil socioeconômico dos respondentes considerados para o cálculo da DAP em taxa é semelhante ao das respostas da DAP em ingresso com variação de 1% para mais ou para menos.



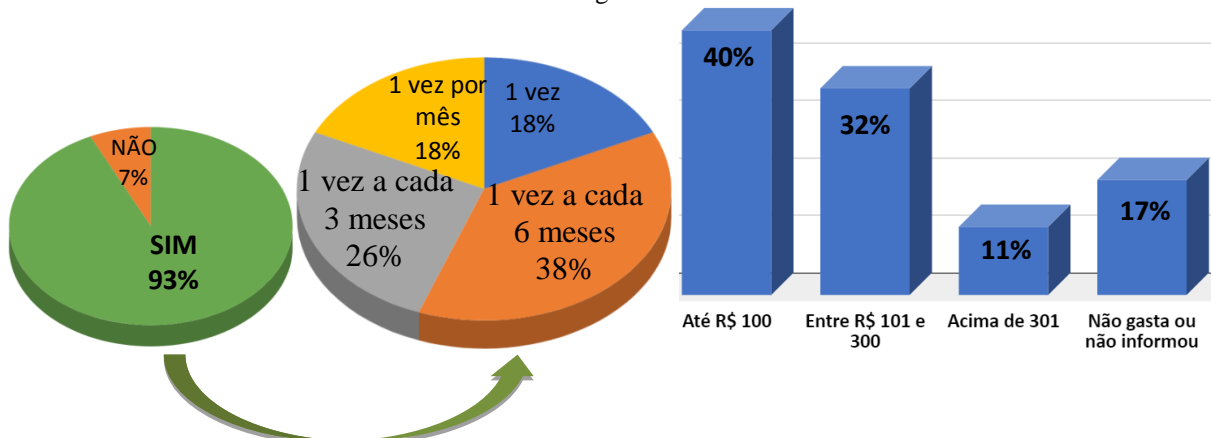
Figura 10 – Perfil dos respondentes (DAP ingresso)<sup>35</sup>: étnico-racial e LGBTQIAPN+



Fonte: Construção da autora.

Em análise ao comportamento dos respondentes em relação ao consumo de museus, verifica-se que 93% já havia visitado museus, desses, a maioria informou que visita museus 1 vez a cada 6 meses (38%), 26 % visita 1 vez a cada 3 meses. Empatado, em 18%, disseram que visita 1 vez por mês e visitou museu somente uma vez na vida, conforme demonstrado na Figura 11. Nessa mesma figura, aparece, ainda, o valor gasto por mês com cultura informado pelos entrevistados, a maioria informou que gasta até R\$ 100 (40%).

Figura 11 – Consumo de bens e serviços culturais (DAP em ingresso)<sup>36</sup>: visitante de museus, frequência de visita a museus e valor gasto mensal com cultura



Fonte: Construção da autora.

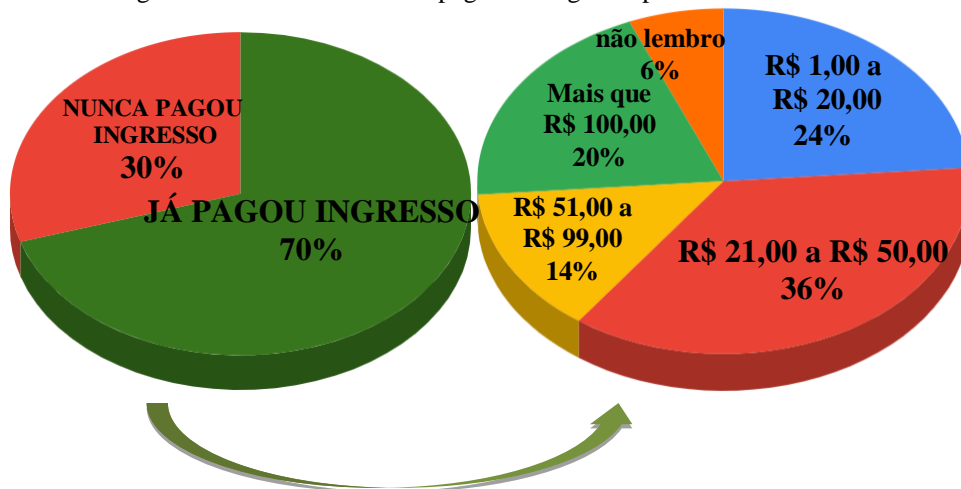
Como mecanismo possível para averiguar o nível de certeza das respostas positivas da DAP ingresso, foi realizado o seguinte questionamento “Você já pagou ingresso pela visita em algum Museu, Galeria ou Exposição de Arte?”. Em caso afirmativo foi perguntado o valor, conforme demonstrado na Figura 12. Observou-se que, 70% dos respondentes já havia pago para visitar museus galerias ou exposições de artes e 30% nunca havia pago ingresso. Dos valores pagos, 36% revelou já desembolsado entre R\$ 21,00 a R\$ 50,00, 24% pagou entre R\$ 1,00 e R\$ 20,00 e 20% pagou mais R\$ 100,00<sup>37</sup> (Figura 12).

<sup>35</sup> O perfil socioeconômico dos respondentes considerados para o cálculo da DAP em taxa é semelhante ao das respostas da DAP em ingresso com variação de 1% para mais ou para menos.

<sup>36</sup> O perfil socioeconômico dos respondentes considerados para o cálculo da DAP em taxa é semelhante ao das respostas da DAP em ingresso com variação de 1% para mais ou para menos.

<sup>37</sup> Foi considerado como valor mais de R\$ 100,00 duas respostas que atribuiu valores superiores a oitenta dólar.

Figura 12 – Valores máximos pagos em ingresso para visita de museu



Fonte: Construção da autora.

Em relação ao consumo de museus e espaços expositivos de Cuiabá, foi perguntado quais espaços os respondentes conheciam disposto em uma lista/ caixa de seleção. No formulário possuía 24 opções, 98 pessoas selecionaram o equipamento cultural Sesc Arsenal, sendo o mais citado, 75 pessoas selecionaram o Museu de História Natural, outro museu de responsabilidade da SECEL aberto e recebendo visita, e 74 pessoas selecionaram o Museu da Caixa D'Água, equipamento de responsabilidade da Prefeitura de Cuiabá. No Quadro 5 é possível visualizar os 10 espaços expositivo e artistas mais citados.

Quadro 5 – Espaços expositivos e artistas de Mato Grosso mais citados

	<b>Espaço expositivo</b>	<b>Quant.</b>		<b>Artista</b>	<b>Quant.</b>
1º	Sesc Arsenal	98	1º	Adir Sodré	11
2º	Museu de História Natural – Casa Dom Aquino	75	2º	Gervane de Paula	9
3º	Museu da Caixa D'Água	74	3º	Adriano Figueiredo	8
4º	Casa do Artesão	72	4º	Clóvis Irigaray	7
5º	Casa Cuiabana	70	5º	Benedito Nunes	6
6º	Palácio da Instrução	68	6º	Rafael Jonnier	5
7º	Museu de Arte Sacra	61	7º	Paty Wolff	3
8º	Biblioteca Estevão de Mendonça	60	8º	Vitória Basaia	3
9º	Museu de Imagem e Som de Cuiabá – MISC	56	9º	Mari Gemma	3
10º	Museu Rondon de Etnologia e Arqueologia - UFMT	50	10º	Ruth Albernaz	3

Fonte: Construção da autora

Alguns dos 10 artistas mais citados, listados no Quadro 5, possuem obras no acervo do Museu de Arte de Mato Grosso<sup>38</sup>. Para a verificação dos artistas mais lembrados, no formulário foi realizada a pergunta “Você conhece algum artista visual de Mato Grosso? Qual (s)?”, com resposta aberta e não obrigatória, por essa razão houve menos pessoas citando artistas do que citando espaços expositivos. Sendo assim, 56 respondentes optaram por não responder (deixou em branco), 12 responderam que “sim”, mas sem citar nomes e 12

<sup>38</sup> A lista de artistas composto do acervo do Museu de Arte de Mato Grosso consta no Apêndice C.

responderam como “não”. Além dos listados no Quadro 5, foram citados outros 45 artistas mato-grossenses.

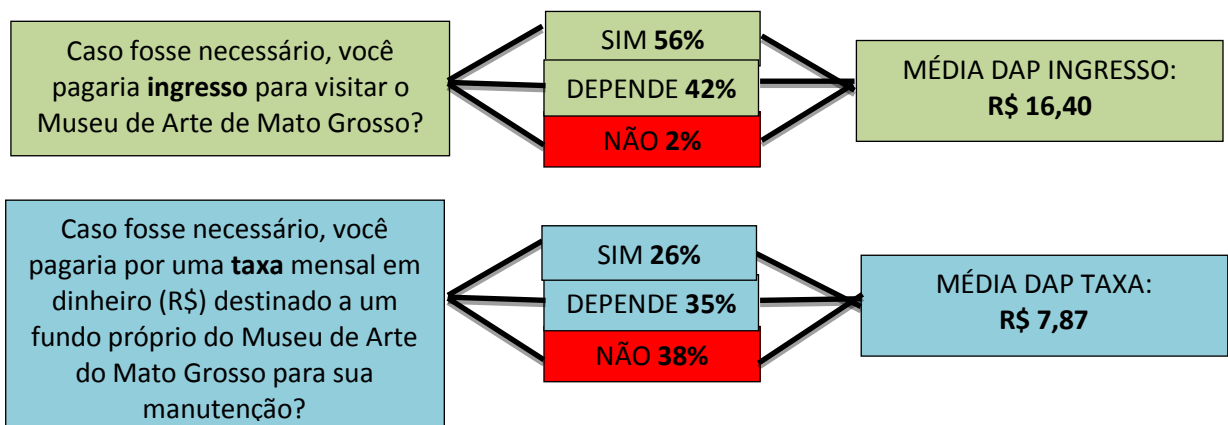
Encerrado a análise do perfil socioeconômico dos entrevistados, passamos para o cálculo da DAP em ingresso e DAP em taxa mensal para manutenção do museu.

#### 4.2 O VALOR SOCIAL DO MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO

Conforme demonstrado no item 3.3 do presente trabalho, para a valoração econômica do Museu de Arte de Mato Grosso por meio do método da valoração contingente foi simulado duas situações: 1) DAP em ingresso para visitar o museu e 2) DAP em taxa mensal para manutenção do museu. Para tanto, foi realizado ‘pergunta de princípio de pagamento’, ou seja, foi questionado sobre a possibilidade de pagamento em ingresso e em taxa, aos respondentes que sinalaram positivo para o pagamento, foi solicitado a mensuração do valor. Em relação a DAP em ingresso, observou-se que, das 114 respostas consideradas válidas para análise, 64 respondentes optaram por selecionar “sim” (56%), 48 responderam “depende do valor” (42%) e somente 2 optaram por “não”. Já em relação a DAP em taxa mensal, das 117 respostas consideradas válidas, 31 entrevistados disseram “sim” (26%), 41 (35%) optaram por “depende do valor” e 45 (38%) “não” estariam dispostos a contribuir mensalmente para a manutenção do museu (ver Figura 13).

Os dois respondentes que sinalaram “não” para o pagamento da DAP ingresso, justificaram que o a entrada deve ser gratuita. Já os 44 respondentes (38%) que recusaram o pagamento da taxa mensal para manutenção do museu, 29 (65,9%) disseram que é de responsabilidade do poder público, 6 (13,6) não possuem condições financeiras, 5 (11,4%) acredita que se há cobrança de ingresso, não é necessário a cobrança de taxa, 2 (4,5%) não confiam nesse mecanismo de financiamento e 2 (4,5%) não considera o museu de arte importante ao ponto de destinarem um recurso mensalmente.

Figura 13 – Síntese da DAP ingresso e DAP taxa mensal



Fonte: Construção da autora.

Para obtenção do valor social do Museu de Arte de Mato Grosso a mensuração ocorreu a partir do valor médio da DAP e multiplicado pela população de Cuiabá, conforme orientado por Stampe, Tocchetto e Florissi (2008), demonstrado na equação (1) e (2). Após o cálculo, chegou-se na média da DAP em ingresso no valor R\$ 16,40 e a média da DAP em taxa mensal no valor de R\$ 7,87, demonstrado da Figura 13.

$$DAP_m = \sum DAP_x (1/n) \quad (1)$$

Onde:

DAPm = Disposição média a pagar

DAPx = indivíduos que informaram valores diferentes de zero

n = número de respondentes

$$DAPe = DAPa \times POPt \quad (2)$$

Onde:

DAPe = Valor total estimado para o Museu

DAPa = Média da disposição a pagar da amostra

POPt = população total de Cuiabá

Considerando o valor médio da DAP obtido na equação (1), optou-se por aplicar a equação (2) em relação a população total de Cuiabá por idade, em conformidade ao censo do IBGE de 2022, demonstrado na Tabela 1 para a DAP ingresso e Tabela 2 para a DAP taxa. Portanto, o valor social do Museu de Arte de Mato Grosso aos residentes de Cuiabá, considerando a DAP ingresso, estima-se o valor de R\$ 8.857.737,87 em relação a DAP taxa o valor de R\$ 4.273.996,97. Ao confrontarmos com o custo estimado para sua manutenção, fixado em R\$ 900 mil (Apêndice C) verifica-se resultados positivos, uma vez que a DAP ingresso é 9 vezes maior ao seu custo de manutenção, já a DAP taxa 4 vezes maior, sendo possível interpretar que, para a população cuiabana, o Museu de Arte de Mato Grosso vale mais do que o Governo de Estado está disposto a destinar recursos públicos.

Tabela 1 - Disposição a pagar em função da idade (DAP ingresso)

Idade	Amostra	Sim	Depende	Não	Média DAP ingresso (R\$)	População de Cuiabá	DAP ingresso (R\$)
Crianças (0 a 14 anos)	0%	---	---	---	0	136.169	0
Jovem (15 a 29 anos)	31%	14%	17%	0%	16,57	283.993	4.506.968,91
Adulto (30 a 59 anos)	62%	38%	23%	2%	15,42	83.946	4.379.172,06
Idoso (60 +)	7%	4%	3%	0%	24,38	146.769	2.431.962,33
<b>TOTAL DAP INGRESSO</b>						<b>650.877</b>	<b>8.857.737,87</b>

Fonte: Construção da autora.

Ao compararmos os resultados obtidos da DAP ingresso (Tabela 1) com a pesquisa realizada por Casadei (2023)<sup>39</sup>, verifica-se que o valor social do Museu da Arte para a população cuiabana (Mato Grosso) está abaixo do valor social do Museu José Antônio Pereira para população de campo grandense (Mato Grosso do Sul), uma vez que esse último chegou ao valor de R\$ 16.050.314,57, cerca do dobro do valor social do Museu de Arte de Mato Grosso. Essa diferença pode ser justificada pelo fato do Museu de Arte de Mato Grosso estar fechado há 7 anos; pela quantidade da população de Campo Grande (942.140 habitantes<sup>40</sup>) ser maior que a população de Cuiabá (650.877 habitantes<sup>41</sup>); o valor médio da DAP ingresso de R\$16,40 se aproxima ao valor dos ingressos cobrados pelos museus públicos de responsabilidade da SECEL aberto atualmente, que cobram entre R\$ 5,00 e R\$ 12,00 (Apêndice A), enquanto o valor médio da DAP obtida na pesquisa realizada por Casadei (2023) foi de R\$ 21,42, porém, o museu pesquisado não cobra ingresso pela visita.

<sup>39</sup> Casadei (2023) realizou a mensuração somente da DAP ingresso.

<sup>40</sup> Casadei (2023, p. 58).

<sup>41</sup> Censo IBGE (2022).

Tabela 2 - Disposição a pagar em função da idade (DAP taxa)

Idade	Amostra	Sim	Depende	Não	Média DAP taxa (R\$)	População de Cuiabá	DAP taxa (R\$)
Crianças (0 a 14 anos)	0%	---	---	---	0	136.169	0
Jovem (15 a 29 anos)	31%	4%	19%	7%	6,96	146.769	1.021.512,24
Adulto (30 a 59 anos)	61%	19%	14%	29%	7,61	283.993	2.161.186,73
Idoso (60 +)	9%	3%	3%	3%	13,00	83.946	1.091.298,00
<b>TOTAL DAP TAXA</b>						<b>650.877</b>	<b>4.273.996,97</b>

Fonte: Construção da autora.

O valor médio da DAP ingresso de 16,40 equivale 1,16 % do salário mínimo, enquanto o valor médio da DAP taxa de 7,87 equivale a 0,56% do salário mínimo atualizado de 2024 (Brasil, 2023). Ao compararmos com outras pesquisas, os resultados obtidos do valor social do Museu de Arte de Mato Grosso é o mais baixo, até 5 vezes menor aos resultados obtidos do Museu Nacional da Escultura na Espanha e do patrimônio cultural urbano no Chile, porém próximo em relação ao Museu José Antônio Pereira e das ruínas de um forte italiano e, conforme demonstrado no quadro 6, conforme observado por Casadei (2023).

Quadro 6 – Comparação DAP com referência a percentual do salário mínimo

	Museu Arte de Mato Grosso	Museu José Antônio Pereira	Ruínas de um forte italiano	Museu Nacional da Escultura	Patrimônio cultural urbano no Chile
DAP em relação ao salário mínimo ou equivalente	1,16%	1,64%	1,57% <sup>42</sup>	4,94% a 5,93%	5,56%

Fonte: Construção da autora com base no levantamento realizado por Casadei (2023).

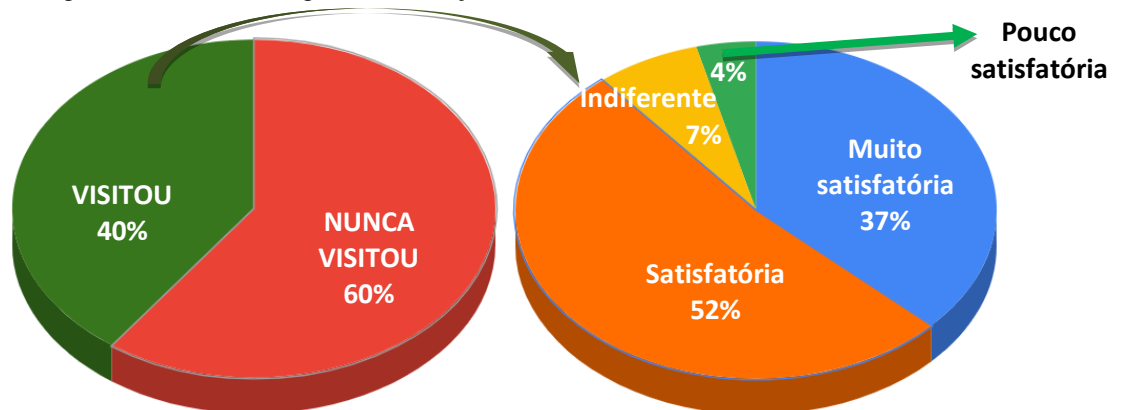
Objetivando ampliar o quadro comparativo dos resultados obtidos, trazemos para a discussão a estimação do valor de mercado do Museu de Arte de Goiânia, realizada por Damaceno e Franca (2011), em que se chegou no valor médio da DAP da visita no valor de R\$ 11,04. Já em Cuiabá, não foi identificada pesquisa com aplicação do MVC em bens e serviços culturais, contudo verifica-se a pesquisa realizada, para avaliação do Parque Mãe Bonifácia<sup>43</sup>, por Costa (2016), em que se chegou no valor de R\$ 3,50 da média da DAP para manutenção do parque e a pesquisa realizada por Batista (2014) com a mensuração dos benefícios ambientais prestados pelo *campus* da UFMT, cuja estimação da média da DAP foi de R\$ 3,07 por visitante. Nesse contexto, verifica-se que a DAP ingresso do Museu de Arte de Mato Grosso é maior em comparação a essas pesquisas apresentadas, uma vez que o valor da média da DAP ingresso chegou no R\$ 16,40 (ver Tabela 1).

Foi identificado que, mesmo as pessoas que nunca visitaram o Museu de Arte de Mato Grosso, atribuiu algum valor na disposição a pagar, seja em ingresso ou em taxa, conforme a literatura aponta (Monteiro *et al.*, 2022). Nesse sentido, foi observado que 40% dos entrevistados já haviam visitado o museu e 60% nunca visitaram, conforme demonstrado na Figura 14. Dos 46 respondentes que visitaram o museu, 24 (52%) considerou a visita satisfatória, 17 (37%) considerou muito satisfatória, 3 (7%) indiferente, 2 (4%) pouco satisfatória e ninguém considerou a visita nada satisfatória (ver Figura 14). Dos 68 (60%) dos respondentes que não chegaram a visitar o museu enquanto aberto, 56 - que corresponde 50% do total dos respondentes - não sabiam da existência do equipamento cultural antes da presente pesquisa.

<sup>42</sup> A Itália não possui um salário mínimo regulamentado, porém acordos setoriais com salários médios para as profissões (Casadei, 2023, p. 58).

<sup>43</sup> Foi coletado dados para a presente pesquisa nesse parque, onde observou uma alta inclinação dos frequentadores em responder o questionário.

Figura 14 – Visitantes e grau de satisfação da visita no Museu de Arte de Mato Grosso



Fonte: Construção da autora.

Os resultados obtidos dos valores da DAP ingresso e DAP taxa vai de encontro com os dados observados da classificação da relevância do Museu de Arte de Mato Grosso, conforme Figura 15. Verificamos que, 84% dos respondentes considera o museu muito importante, 13% considera importante, 3% se mostram indiferente e ninguém considerou o museu pouco ou nada importante.

Figura 15 – Classificação da relevância do Museu de Arte de Mato Grosso aos residentes de Cuiabá



Fonte: Construção da autora.

Na presente pesquisa não foi considerado o valor de uso indireto, tais como gastos em lojas, café ou outros serviços eventualmente a ser ofertado pelo museu. Ainda assim, verifica-se resultados positivos, contudo deve-se ressaltar as limitações da pesquisa a ser examinado na próxima sessão.

#### 4.3 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Conforme demonstrado anteriormente no Quadro 2 da presente pesquisa, o MVC possui vantagens e desvantagens a serem consideradas. As limitações do método podem provocar enviesamento da pesquisa, por isso apresentamos as limitações dos resultados obtidos, iniciando pela quantidade de 114 respostas válidas para DAP ingresso e 117 respostas válidas para DAP taxa. Em relação à população de Cuiabá, conforme o censo do IBGE de 2022, o tamanho da amostra permite trabalhar com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 10%. Nesse sentido, devido à limitação da amostra obtida, não foi possível fazer a análise de regressão linear sobre os determinantes da DAP, sendo necessária uma nova pesquisa de campo. Também não foi possível garantir aleatoriedade na coleta de

dados, uma vez que o *link* do questionário ficou disponível em uma plataforma *online*, não havendo impedimento, por exemplo, de que mais de um membro de uma família respondesse à pesquisa. A aleatoriedade é necessária para que a opinião seja individual e não de familiares ou coletiva (Monteiro *et al.*, 2022).

A indisponibilidade do Museu de Arte de Mato Grosso ao público há sete anos pode ter influenciado negativamente a quantidade de respondentes e os valores da disposição a pagar estimados. Contudo, não é inédito o uso do MVC em museus que se encontram fechados no momento da avaliação, como ocorreu na pesquisa realizada por Motta e Ortiz (2013) no Museu da Imagem e do Som, no Rio de Janeiro, em que a pesquisa aconteceu enquanto o museu estava fechado para reforma. Ademais, considerando a iminência da reabertura do Museu de Arte de Mato Grosso, surge a oportunidade de realizar uma nova avaliação, utilizando o MVC, após a reabertura para fins de comparação, semelhante à pesquisa realizada por Bedate, Herrero e Sanz (2009) no *Museo Patio Herreriano de Arte Contemporáneo Español*, na cidade de Valladolid, Espanha e pesquisa realizada por Sanz, Herrero e Bedate (2003) no *National Museum of Sculpture*, também em Valladolid, Espanha. Nesses trabalhos, aplicou-se um questionário para avaliação pelo MVC antes e depois do fechamento do museu para reforma.

Destaca-se que não foi possível realizar uma estimativa do valor total<sup>44</sup>, conforme sugere Monteiro *et al.* (2022), somando o valor de uso (ingresso) e o valor de não-uso (taxa), uma vez que o museu está fechado, o que inviabilizou a coleta de dados de maneira separada entre usuários e não usuários do museu. Porém, com o objetivo de verificar se há diferenças nos valores da média da DAP ingresso e DAP taxa entre usuários e não usuários – ou seja, entre aqueles que visitaram o museu enquanto aberto e aqueles que não visitaram – foram identificados valores declarados maiores para o segundo grupo. Para os que assinalaram que visitaram o museu enquanto aberto, o valor da média da DAP ingresso é de R\$ R\$ 15,00 e a média da DAP taxa R\$ 7,39. Já os que não chegaram a visitar o museu enquanto aberto apresentaram uma média da DAP ingresso no valor de R\$ 17,84 e uma média da DAP taxa no valor de R\$ 7,70.

Outro ponto a se destacar é que no formulário da presente pesquisa não houve detalhamento de como seria administrada a taxa mensal do museu, nem se os contribuintes receberiam algum benefício, o que pode ter influenciado uma quantidade considerável de respostas negativas para a DAP taxa (38%). Optou-se, ainda, pela coleta de dados de menores de 18 e maiores de 15. Recebemos 5 respostas nessa faixa etária, com média da DAP ingresso de R\$ 17,00 e DAP taxa de R\$ 7,00. Portanto, as respostas estão dentro da média obtida, não evidenciando enviesamento da pesquisa por esse motivo.

Acerca do viés hipotético, não foi utilizada pergunta de certeza, como sugerido por Bedate, Herrero e Sanz (2009), mas alguns mecanismos foram implementados na tentativa de mitigar esse viés, como a opção “depende do valor” nas perguntas sobre o pagamento do ingresso e na taxa para manutenção, uma vez que aqueles que marcaram essa opção são possíveis candidatos a não pagar em uma situação real. Contudo, ao comparar com outras respostas dos que assinalaram essa opção – como à pergunta “valores pagos em outros museus, galerias e exposição de arte em ocasiões reais” e à pergunta sobre o “valor gasto mensal com cultura” – pode-se avaliar a confiabilidade em relação ao valor declarado. Dessa forma, foram retiradas as respostas em que não havia confiabilidade, totalizando 3 respostas, bem como aquelas com valores declarados muito acima da média, no total de 2 respostas.

Em relação ao potencial incremento do financiamento do Museu com recursos de lei de incentivo fiscal, verificou-se que 52% dos respondentes estariam dispostos a contribuir, 22% selecionou a opção “prefiro não dizer”, 17 % disseram que não declaram IR e 10%

---

<sup>44</sup> Representado na Figura 1.

assinaram “não” para esse mecanismo. Embora a maioria dos respondentes tenha afirmado que contribuiria, o valor médio não foi preciso, visto que houve muitas respostas não numéricas, como “não tenho como valorar”, “não sei dizer” e “o quanto meu IR permitisse”. Além disso, os valores declarados variaram entre 1 real e 50 mil reais.

Conforme demonstrado, não foi possível eliminar totalmente os vieses da pesquisa, contudo as reflexões acerca do valor social do Museu de Arte de Mato Grosso, por meio da valoração econômica utilizando o MVC presente neste trabalho, são válidas para fins acadêmicos e como justificativa de políticas públicas voltadas ao equipamento avaliado.

## 5 CONCLUSÕES

Na presente pesquisa, buscou-se identificar o valor social do Museu de Arte de Mato Grosso, localizado em Cuiabá, para os residentes locais. Para tanto, realizou-se a valoração econômica fazendo uso do método da valoração contingente, baseado no cenário hipotético proposto da DAP ingresso e DAP taxa mensal para manutenção do museu. A escolha por esse equipamento cultural se deu pela oportunidade de realizar a pesquisa antes da previsão de sua reabertura, pela relevância cultural para a comunidade local por abrigar obras de diversos artistas mato-grossenses e pela oportunidade de dar evidência e atenção ao equipamento.

Como resultado desta pesquisa, verifica-se a média da DAP ingresso foi de R\$ 16,40 (valor de uso) e a média da DAP taxa mensal de R\$ 7,87 (valor de não-uso). Os resultados obtidos confirmam o que ressalta a literatura, onde se verifica que a estimativa do valor de uso comumente é maior que o valor de não-uso, conforme Motta e Ortiz (2013). O valor social do museu é representado pelo montante de R\$ 8.857.737,87 para DAP ingresso e, para a DAP taxa, o valor de R\$ 4.273.996,97; valores consideravelmente maiores do que o valor previsto para sua manutenção, estimado em R\$ 900 mil<sup>45</sup>. Nesse cenário, a DAP ingresso é 9 vezes maior e a DAP taxa é 4 vezes maior que o custo de manutenção estimado.

Uma possível interpretação do resultado é que, para a população cuiabana, o Museu de Arte de Mato Grosso vale mais do que o Governo de Mato Grosso está disposto a destinar recursos. Portanto, esse resultado pode ser considerado, por exemplo, para justificar o aumento do valor destinado ao museu pelo governo. Destaca-se que o MVC é considerado uma ferramenta útil para avaliar o custo-benefício da destinação dos recursos, de acordo com Santagata e Signorello (2000), além de auxiliar na formulação de políticas públicas na área da cultura.

Outra implicação dos resultados da presente pesquisa é a possibilidade de ser usada como integrante do estudo técnico preliminar em procedimentos administrativos necessários para a reabertura do Museu. Essa é a primeira etapa do planejamento para o gasto de recursos públicos, uma vez que foi identificado o interesse público e relevância social do Museu de Arte de Mato Grosso. Essa exigência está prevista no inciso XX, art. 6º, da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, de que trata a lei de licitações e contratos.

No caso do Museu de Arte de Mato Grosso, pode não fazer uso da lei de licitações, pois a operacionalização tende ser realizada por meio descentralização ou gestão compartilhada. Contudo, a exigência de justificativa de interesse público se mantém por se trata de um museu público. Portanto, os resultados da presente pesquisa fornecem argumentos sólidos para fortalecer a justificativa da relevância social do Museu, bem como a comprovação da demanda, sendo suficientes para receber recursos públicos e servir de referência de valor a ser destinado e à fixação do valor de ingresso em eventual cobrança.

O resultado observado está dentro do esperado, considerando-se que o museu objeto da pesquisa está fechado há 7 anos. O valor da média da DAP ingresso foi aproximado ao

---

<sup>45</sup> Apêndice C.



valor do ingresso dos museus sob a tutela do Governo de Mato Grosso que estavam abertos no momento da realização da presente pesquisa<sup>46</sup>. Além disso, cerca de 60% dos entrevistados não chegaram a visitar o museu enquanto esteve aberto (Figura 14); ainda assim, reconheceram o museu como relevante, seja pela disposição de pagar um valor pelo museu ou pela avaliação como “muito importante”, assinalado por 84% dos respondentes, e como “importante” por 13% (Figura 15).

Vale destacar outro aspecto do resultado da pesquisa acerca da possibilidade de o Museu de Arte de Mato Grosso possuir outra fonte de financiamento, somada aos recursos públicos: o recolhimento da taxa mensal no estilo “amigos do museu<sup>47</sup>”. Foi observado que, se 1,5% da população cuiabana contribuísse com o valor médio da DAP taxa estimada na presente pesquisa, de R\$ 7,87, seria arrecadado o valor de R\$ 900 mil, correspondendo à estimativa do seu custo anual. Nesse cenário, os recursos destinados ao museu dobrariam, possibilitando ampliar significativamente sua atuação no fornecimento de bens e serviços culturais à população.

Salienta-se que as teorias econômicas não conseguem contemplar, mensurar ou refletir em sua completude em valores monetários o valor dos museus, de acordo com Throsby (2022). Adiciona-se o que foi observado por Casadei (2022, p. 59), que “o patrimônio cultural possui valores que ultrapassam a função utilidade ou consumo de um bem, fugindo à lógica das teorias econômicas neoclássicas”. Isso nos remete à citação do poeta mato-grossense Manuel Barros, na introdução, “que a importância de uma coisa há que ser medida pelo encantamento que a coisa produza em nós”. Ainda assim, a busca pelo alcance de um valor monetário é necessária para que os recursos cheguem à arte e à cultura, como observado por Yudice (2023).

---

<sup>46</sup> Apêndice A.

<sup>47</sup> A exemplo, podemos citar “Amigos do Museu da Língua Portuguesa” que voluntariamente as pessoas podem doar R\$ 80,00 para viabilizar transporte e lanche para que grupos das redes públicas de ensino possam visitar o museu que já possui entrada gratuita. Acrescentado à oportunidade de contribuir com a ampliação do acesso ao museu, os doadores recebem alguns benefícios, conforme informação do sítio oficial do museu (SÃO PAULO, 2024).

## REFERÊNCIAS

ALBERNAZ, Patrícia; BORGES, Priscila; PASSOS, Renata. A dimensão econômica e os museus: uma síntese do caso brasileiro. *In*: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia (org.). **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 161-180. Disponível em: [https://www.ufrgs.br/cegov/files/pub\\_105.pdf](https://www.ufrgs.br/cegov/files/pub_105.pdf). Acesso em: 09 maio 2024.

BARBOSA, Bruna. Pesquisadora cria questionário para investigar proximidade da população cuiabana com museus. **Olhar Direto**, Cuiabá, 20 mar. 2024. Olhar Conceito. Disponível em: <https://www.olharconceito.com.br/noticias/exibir.asp?id=23777&noticia=pesquisadora-cria-questionario-para-investigar-proximidade-da-populacao-cuiabana-com-museus&edicao=1>. Acesso em 03 abr. 2024.

BARROS, Manoel de. **Memórias inventadas: a segunda infância**. São Paulo: Planeta, 2006.

BATISTA, Bruna Maria. **Valoração econômica do Campus da Universidade Federal de Mato Grosso – Cuiabá, como área de lazer e recreação**. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências Florestais e Ambientais) - Faculdade de Engenharia Florestal, Pós-Graduação em Ciências Florestais e Ambientais, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2014. Disponível em: [https://ri.ufmt.br/bitstream/1/720/1/DISS\\_2014\\_Bruna%20Maria%20Faria%20Batista.pdf](https://ri.ufmt.br/bitstream/1/720/1/DISS_2014_Bruna%20Maria%20Faria%20Batista.pdf). Acesso em: 09 maio 2024.

BATISTA, Francisco. **Tipos de associações sem fins lucrativos**. [S.l.]: SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/quais-os-tipos-de-associao-sem-fins-lucrativos,27b597daf5c55610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 09 maio 2024.

BEDATE, Ana; HERRERO, Luiz; SANZ. A. Economic valuation of a contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty question. **Journal of Cultural Economics**, [s.l.], v. 33, p. 185-199, 2009. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/227451571\\_Economic\\_valuation\\_of\\_a\\_contemporary\\_art\\_museum\\_Correction\\_of\\_hypothetical\\_bias\\_using\\_a\\_certainty\\_question](https://www.researchgate.net/publication/227451571_Economic_valuation_of_a_contemporary_art_museum_Correction_of_hypothetical_bias_using_a_certainty_question). Acesso em: 17 fev. 2024.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BENHAMOU, Françoise. A economia do patrimônio cultural. *In*: VALIATI, Leandro (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas: fundamentos e evidências: referenciais teóricos/vários autores**. São Paulo: Itau Cultural; WMF Martins Fontes, 2022. p. 178-190. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/observatorio-itaucultural/economia-cultura-criativa-fundamento-evidencia-teoria>. Acesso em 12 dez. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991**. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília, 1991. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18313cons.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm). Acesso em: 05 maio 2024.

BRASIL. Ministério da Cultura. [Consulta de projetos aprovados de Mato Grosso na área “museus e memória” e segmento “pesquisa; sistematização de informação”]. **Salic**, Brasília, 2024. Disponível em: <https://aplicacoes.cultura.gov.br/comparar/salicnet/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

BRASIL. Planalto. Salário mínimo de 2024 terá ganho real e crescerá três pontos percentuais além dos 3,85% da inflação. **Notícias**, Brasília, 27 dez. 2023. Disponível em <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2023/12/salario-minimo-de-2024-tera-ganho-real-e-crescera-3pp-alem-dos-3-85-da-inflacao>. Acesso em: 25 ago. 2024.

BRASIL. **Portaria IBRAM N° 579, de 29 de julho de 2021**. Dispõe sobre a instituição do Programa Pontos de Memória no âmbito do Instituto Brasileiro de Museus – Ibram e dá outras providências. Brasília: Ibram, 2021. Disponível em <https://www.gov.br/museus/pt-br/assuntos/legislacao-e-normas/portarias/portaria-ibram-no-579-de-29-de-julho-de-2021>. Acesso em: 05 maio 2024.

CARMO, J. Aldo do. Valorização da cultura: um método de avaliação que pondera as realizações culturais e a sustentabilidade organizacional de museus. *In*: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (org.). **Economia criativa, cultura e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016. p. 211-233. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/199416/001016540.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2024.

CARSON, Richard, FLORES, Nicholas, MEADE, Norman. Contingent valuation: controversies and evidence. **Forthcoming Environmental and Resource Economics**, July 2000. Disponível em: <https://econweb.ucsd.edu/~rcarson/cvconfinal.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2024.

CASADEI, Juliana M. **Valor social dos museus de história: um estudo de caso sobre o Museu José Antônio Pereira, em Campo Grande/MS**. 2023. Dissertação (Mestrado em Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas) - Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/258729>. Acesso em: 30 mar. 2024.

CASTRO, Ana Lúcia. **O museu do sagrado ao segredo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro/ Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em <https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/726/1/CastroAna1995.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2024.

CHAGAS, Mário. **Memória e poder: contribuição para a teoria e a prática nos ecomuseus**. II Encontro Internacional de Ecomuseus, Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <https://www.ecomuseusantacruz.com.br/uploads/Publicacoes/fbd013552d8bdbbf7580eb1d5c2cb328.pdf>. Acesso em: 10 maio 2024.

COSTA, Carlos. **Notas de economia do setor público**. Aula 2: bens públicos. Rio de Janeiro: EPGE/FGV, 2010. Disponível em: <https://epge.fgv.br/we/Graduacao/FinancasPublicas/2010?action=AttachFile&do=get&target=Bensp%C3%BAblicos.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2024.

COSTA, Marcelo. **Modelos econométricos na avaliação contingente de uma unidade de conservação urbana com utilização da técnica *delphi* e referendo**. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciências Florestais e Ambientais) - Faculdade de Engenharia Florestal, Programa de Pós-graduação em Ciências Florestais e Ambientais, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2016. Disponível em [https://ri.ufmt.br/bitstream/1/2827/1/DISS\\_2016\\_Marcelo%20Ednan%20Lopes%20da%20Co sta.pdf](https://ri.ufmt.br/bitstream/1/2827/1/DISS_2016_Marcelo%20Ednan%20Lopes%20da%20Co sta.pdf). Acesso: em 16 ago. 2024.

CURVO, Isabela; AMORIM, Laís. As exposições blockbusters e o consumo da arte. *In: SEMINÁRIO DE INFORMAÇÃO EM ARTE*, 5., 2017, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Maceió, 2018. Disponível em: <https://doity.com.br/anais/5-seminario-de-informacao-em-arte/trabalho/43980>. Acesso em: 13 fev. 2024.

CROSSICK, Geoffrey. O valor da cultura: economia, diversidade e entendimento no século XXI. **Revista Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, n. 23, p. 28-45, dez. 2017/maio 2018. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/observatorio-itaucultural/economia-cultura-indicadores-estatistica-desenvolvimento>. Acesso em: 12 dez. 2024.

DAMASCENO, João Pedro Tavares; FRANÇA, Matheus Gonçalves. Uso do método de valoração contingente para estimar um valor de mercado para o Museu de Arte de Goiânia. *In: SEMINÁRIO DA REM-GOIÁS*, 2., 2011, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: SEG, 2011. Disponível em [https://www.academia.edu/3301344/Utilizando\\_a\\_Metodologia\\_de\\_Valora%C3%A7%C3%A3o\\_Contingente\\_para\\_estimar\\_os\\_benef%C3%ADcios\\_gerados\\_pelo\\_Museu\\_de\\_Arte\\_de\\_Goi%C3%A2nia\\_MAG\\_](https://www.academia.edu/3301344/Utilizando_a_Metodologia_de_Valora%C3%A7%C3%A3o_Contingente_para_estimar_os_benef%C3%ADcios_gerados_pelo_Museu_de_Arte_de_Goi%C3%A2nia_MAG_). Acesso em 03 maio 2024.

FERNANDES, Roberto; BEM, Judite; WAISMANN, Moisés. Aplicação do método da valoração contingente (MVC): estudo do mural “As Profissões” de Aldo Locatelli um patrimônio da UFRGS. **Revista Memória em Rede**, Pelotas, v.12, n.23, p. 317-340, jul./dez. 2020. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/382430425\\_Aplicacao\\_do\\_Metodo\\_da\\_Valoracao\\_Contingente\\_MCV\\_Estudo\\_de\\_Caso\\_do\\_Mural\\_AS\\_PROFISOES\\_de\\_Aldo\\_Locatelli\\_um\\_patrimonio\\_da\\_UFRGS](https://www.researchgate.net/publication/382430425_Aplicacao_do_Metodo_da_Valoracao_Contingente_MCV_Estudo_de_Caso_do_Mural_AS_PROFISOES_de_Aldo_Locatelli_um_patrimonio_da_UFRGS). Acesso em: 17 fev. 2024.

FREY, Bruno; MEIER, Stephan. The economics of museums. *In: GINSBURG, Victor A.; THROSBY, David (ed.). Handbook for economics of art and culture*. Amsterdam: Elsevier, 2006. p. 1017-1047. Disponível em <https://www.bsfrey.ch/wp-content/uploads/2021/08/the-economics-of-museums.pdf>. Acesso em 17 fev. 2024.

FUJIMORI, Bianca. **Família vê descaso e diz que vai manter Museu de Pedras fechado**. Cuiabá, 29 abr. 2018. Disponível em <https://www.midianews.com.br/cotidiano/familia-ve-descaso-e-diz-que-vai-manter-museu-de-pedras-fechado/323087>. Acesso em: 10 out. 2024.

GADELHA, Sérgio. **Introdução ao estudo da economia no setor público: razões da intervenção do Estado (Governo) na economia**. Brasília: Enap, 2017. Disponível em <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3238/1/M%C3%B3dulo%203%20-%20Raz%C3%B5es%20da%20Interven%C3%A7%C3%A3o%20do%20Estado%2028Governo%29%20na%20Economia%2028final%29.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em:

[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

GUIA, Ana Teresa. **A valoração económica de bens culturais: uma aplicação a monumentos da cidade de Tomar**. 2008. Dissertação (Mestrado em Economia das Organizações) - Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 2008. Disponível em [https://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/4236/1/msc\\_atbguia.pdf](https://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/4236/1/msc_atbguia.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

HOROWITZ, John; MCCONNELL, Kenneth. A review of WTA/WTP studies. **Journal of Environmental Economics and Management**, New York, v. 44, n. 3, p. 426-447, Nov. 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1006/jeem.2001.1215>. Acesso em: 12 fev. 2024.

HUBBAARD, John; O'BRIEN, Anthony. **Introdução à economia**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

IBGE. **Economia de Cuiabá/MT**. Rio de Janeiro, 2024a. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/cuiaba/panorama>. Acesso em: 03 abr. 2024.

IBGE. **História de Cuiabá**. Rio de Janeiro, 2024b. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/cuiaba/historico>. Acesso em: 03 abr. 2024.

IBRAM. **Avaliação do impacto socioeconômico de museus no Brasil: um estudo exploratório**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/museus/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/livros/avaliacao-do-impacto-socioeconomico-de-museus-no-brasil.pdf>. Acesso em: 05 maio 2024.

IBRAM. [Consulta museus em Mato Grosso]. **Museusbr**, Brasília, 2024. Disponível em: [https://cadastro.museus.gov.br/museus/?perpage=12&view\\_mode=masonry&paged=1&order=DESC&orderby=meta\\_value&metakey=222&fetch\\_only\\_meta=&taxquery%5B0%5D%5Btaxonomy%5D=tnc\\_tax\\_1056&taxquery%5B0%5D%5Bterms%5D%5B0%5D=129&taxquery%5B0%5D%5Bcompare%5D=IN&fetch\\_only=thumbnail%2Ccreation\\_date%2Ctitle%2Cdescription](https://cadastro.museus.gov.br/museus/?perpage=12&view_mode=masonry&paged=1&order=DESC&orderby=meta_value&metakey=222&fetch_only_meta=&taxquery%5B0%5D%5Btaxonomy%5D=tnc_tax_1056&taxquery%5B0%5D%5Bterms%5D%5B0%5D=129&taxquery%5B0%5D%5Bcompare%5D=IN&fetch_only=thumbnail%2Ccreation_date%2Ctitle%2Cdescription). Acesso em: 03 abr. 2024.

IBRAM. **Diagnóstico sobre a gestão e o financiamento dos museus brasileiros: compreendendo os aspectos administrativos, financeiros, de planejamento e de institucionalidade das instituições museológicas**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/museus/pt-br/assuntos/fomento-e-financiamento/gestao-e-financiamento-de-museus/gestao-e-financiamento-dos-museus-brasileiros>. Acesso em: 12 fev. 2024.

IBRAM. **Museus do Brasil**. Brasília, 09 ago. 2023. Disponível em <https://www.gov.br/museus/pt-br/assuntos/os-museus/museus-do-brasil#:~:text=O%20museu%20%20C3%A9%20o%20lugar,essenciais%20para%20o%20ser%20humano>. Acesso: 16 maio 2024.

IBRAM. **Museus e a dimensão econômica: da cadeia produtiva à gestão sustentável**. Brasília, 2014. Disponível em [https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2019/06/Museus\\_DimensaoEconomica.pdf](https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2019/06/Museus_DimensaoEconomica.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

IBRAM. **Sobre o Órgão**. Brasília, 2021. Disponível em <https://www.gov.br/museus/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/sobre-o-orgao>. Acesso: 16 dez 2023.

ICOM. **O ICOM**. São Paulo, 2024. Disponível em: [https://www.icom.org.br/?page\\_id=4](https://www.icom.org.br/?page_id=4). Acesso em: 13 fev. 2024.

ICOM. **Nova definição de museu**. São Paulo, 2022. Disponível em: [https://www.icom.org.br/?page\\_id=2776](https://www.icom.org.br/?page_id=2776). Acesso em: 13 fev. 2024.

KLAMER, Arjo; PETROVA, Lyudmilla; MIGNOSA, Anna. Funding the arts and culture in the EUA. **Journal of Cultural Economics**, New York, v. 5, n. 4, p. 1-6, 2007. Disponível em: <http://www.klamer.nl/publication/2007-funding-the-arts-and-culture-the-eu>. Acesso em: 13 dez. 2023.

MACHADO, Ana Flávia; SOUZA, Nayara; MACHADO, Larissa. Museus no Brasil: análise socioeconômica de perfis. **PragMATIZES: Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura**, Rio de Janeiro, n. 10, p. 38-52, 7 mar. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/pragmatizes.v0i10.10423>. Acesso em: 12 fev. 2024.

MARTA, José. Externalidades: uma resenha. **Revista de Estudos Sociais**, [s.l.], v. 1, n. 2, p. 17-26, 2011. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/res/article/view/149>. Acesso em: 12 fev. 2024.

MATO GROSSO. **Decreto Estadual nº 959, de 05 de dezembro de 2007**. Organiza sob forma de Sistema as atividades de Museus do Estado de Mato Grosso. Cuiabá: Palácio Paiaguás, 2007. Disponível em: <https://legislacao.mt.gov.br/mt/decreto-n-959-2007-mato-grosso-organiza-sob-a-forma-de-sistema-as-atividades-de-museus-do-estado-de-mato-grosso?origin=instituicao>. Acesso em: 07 abr. 2024.

MATO GROSSO. **Decreto Estadual nº 1.327, de 13 de maio de 2008**. Dispõe sobre a criação do “Museu de Arte de Mato Grosso. Cuiabá: Palácio Paiaguás, 2008. Disponível em <https://leisestaduais.com.br/mt/decreto-n-1327-2008-mato-grosso-dispoe-sobre-a-criacao-do-museu-de-arte-de-mato-grosso?q=2007>. Acesso: 04 fev. 2024.

MATO GROSSO. **Decreto Estadual 937, de 11 de maio de 2021**. Aprova o Regimento Interno da Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer – SECEL. Cuiabá: Palácio Paiaguás, 2021. Disponível em <https://legislacao.mt.gov.br/mt/decreto-n-937-2021-mato-grosso-aprova-o-regimento-interno-da-secretaria-de-estado-de-cultura-esporte-e-lazer-secel-2024-04-09-versao-compilada?origin=instituicao>. Acesso em: 17 fev. 2024.

MATO GROSSO. Secretaria de Estado de Cultura, Estado e Lazer. **Galeria de Artes Lava Pés**. Cuiabá, 2024a. Disponível em: <https://www.secel.mt.gov.br/galeria-de-artes-lava-pes>. Acesso em: 10 out. 2024.

MATO GROSSO. Secretaria de Estado de Cultura, Estado e Lazer. **Plano de Trabalho Anual**. Cuiabá, 2024b. Disponível em: <https://www.secel.mt.gov.br/plano-de-trabalho-anual>. Acesso em: 25 ago. 2024.

MILAN, Marcelo. Macroeconomia brasileira e as indústrias criativas. *In*: MILAN, Marcelo; MÖLLER, Gustavo; WOBETO, Débora. **Introdução à economia para atividades culturais e criativas**. Porto Alegre: UFRGS/FCE; Itaú Cultural, 2022. p. 183-227. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/238156>. Acesso em 17 fev. 2024.

MONTEIRO, Sérgio; VIEIRA, Cristiéle; MACHRY, Alexandre; AROLDI, Max Ritter. Introdução à análise insumo-produto e ao método da valoração contingente para estimativa do valor de bens e serviços culturais. *In*: MILAN, Marcelo; MÖLLER, Gustavo; WOBETO, Débora. **Métodos e técnicas de pesquisa para economia criativa e da cultura**. Porto Alegre: UFRGS/FCE; Itaú Cultural, 2022. p. 11-60. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/257077>. Acesso em 17 fev. 2024.

MOTTA, Ronaldo; ORTIZ, Ramon. Uma análise de custo-benefício do museu da imagem e do som da cidade do Rio de Janeiro. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 39-68, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-98482013000100007>. Acesso em: 28 maio 2023.

MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO. **Abertura da Exposição "Três Décadas de Artes Visuais..."**. Cuiabá, 2024. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/127227123@N06/albums/72157651853392918/with/17126336968>. Acesso em: 31 maio 2024.

MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO. **Convite: Exposição Carnaval das Cores**. Cuiabá, 15 fev. 2017. Disponível em <https://museudeartemt.blogspot.com/>. Acesso em: 31 maio 2024.

MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO. **Mostra no Museu de Arte reúne ícone do movimento Intensivista**. Cuiabá, 07 set. 2015a Disponível em: <https://museudeartemt.blogspot.com/2015/09/mostra-no-museu-de-arte-reune-icone-do.html>. Acesso em: 31 maio 2024.

MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO. **Museu integra atividades do Programa Ibero Americano de Mobilidade Docente da UFMT**. Cuiabá, 12 maio 2015b. Disponível em: <https://museudeartemt.blogspot.com/2015/05/museu-integra-atividades-do-programa.html>. Acesso em: 31 maio 2024.

MUSEU DE ARTE DE MATO GROSSO. **Juarez Cuchiware e Darlene Taukane**. Cuiabá, 04 set. 2015c. Disponível em: [https://www.facebook.com/photo/?fbid=504439099737477&set=ms.c.eJw9z9ERwCAIA9CNeqGgIfsv1iuIn~\\_8iQRYiPDNFZyifVWY6iIz3Wko8OfnegTBe888XdJzo3MesPr9W26Z~%3B936M2ftOn6Dqi7iuebPrej~%3B~%3Bka3Kscbdt6fP~\\_j6c~\\_~%3BSijbH~%3BpvgB~%3BzM6aw~---.bps.a.504438756404178&locale=pt\\_BR](https://www.facebook.com/photo/?fbid=504439099737477&set=ms.c.eJw9z9ERwCAIA9CNeqGgIfsv1iuIn~_8iQRYiPDNFZyifVWY6iIz3Wko8OfnegTBe888XdJzo3MesPr9W26Z~%3B936M2ftOn6Dqi7iuebPrej~%3B~%3Bka3Kscbdt6fP~_j6c~_~%3BSijbH~%3BpvgB~%3BzM6aw~---.bps.a.504438756404178&locale=pt_BR). Acesso em: 31 maio 2024.

NASCIMENTO, Francisco Paulo do; SOUSA, Flávio Luiz. **Metodologia da pesquisa científica**. Brasília: Thesaurus, 2015.

NOONAN, Douglas. **Contingent valuation studies in the arts and culture: an annotated bibliography**. Chicago: Cultural Policy Center, University of Chicago, 2002. (Working paper, n. 11). Disponível em: [https://www.academia.edu/14452904/Contingent\\_valuation\\_studies\\_in\\_the\\_arts\\_and\\_culture\\_an\\_annotated\\_bibliography](https://www.academia.edu/14452904/Contingent_valuation_studies_in_the_arts_and_culture_an_annotated_bibliography). Acesso em: 17 fev. 2024.

OLIVEIRA, Lúcia Maria. Patrimônio cultural: caminhos e desafios. **Revista Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, n. 22, p. 182-195, 2017. Disponível em: [https://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2017/08/OBS22\\_BOOK\\_ISSUU.pdf](https://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2017/08/OBS22_BOOK_ISSUU.pdf). Acesso em: 07 abr. 2024.

PERNI, Ángel; BARREIRO-HURLÉ, Jesus; MARTÍNEZ-PAZ, José Miguel. Contingent valuation estimates for environmental goods: validity and reliability. **Ecological Economics**, Amsterdam, v. 189, p. 1-11, Nov. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107144>. Acesso em: 11 dez. 2024.

PESQUISADORA investiga proximidade da população com os museus de Cuiabá. **Folhamax**, Cuiabá, 15 mar. 2024a. Disponível em: <https://www.folhamax.com/cultura/pesquisadora-investiga-proximidade-da-populacao-com-os-museus-de-cuiaba/431169>. Acesso em: 03 abr. 2024.

PESQUISADORA investiga proximidade da população com os museus de Cuiabá. **Lei Agora**, Cuiabá, 18 mar. 2024b. Entretê. Disponível em: <https://www.leiagora.com.br/entrete/5353/pesquisadora-investiga-proximidade-da-populacao-com-os-museus-de-cuiaba>. Acesso em: 03 abr. 2024.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 8. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. Disponível em [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6915065/mod\\_resource/content/1/Pindyck%20%20Rubinfeld%20-%20Microeconomia.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6915065/mod_resource/content/1/Pindyck%20%20Rubinfeld%20-%20Microeconomia.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

SANTAGATA, Walter, SIGNORELLO, Giovanni. Contingent valuation of a cultural public good and policy design: the case of “Napoli Musei Aperti”. **Journal of Cultural Economics**, [s.l.], v. 24, n. 3, p. 181-204, Aug. 2000. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/41810726>. Acesso em: 07 abr. 2024.

SANZ, José; HERRERO, Luiz; S.; BEDATE, Ana. Contingent valuation and semiparametric methods: a case study of the National Museum of Sculpture in Valladolid, Spain. **Journal of Cultural Economics**, v. 27, n. 3-4, p. 241-257, Nov. 2003. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1026353218280>. Acesso em: 07 abr. 2024.

SCARPA, Riccardo; SIRCHIA, Gemma; BRAVI, Marina. Kernel vs. logit modeling of single bounded CVResponses: valuing access to architectural and visual arts heritage in Italy. In: BISHOP, Richard C.; ROMANO, Donato (ed.). **Environmental resource valuation: applications of contingent valuation method in Italy**. Dordrecht: Kluwer, 1998. p. 233-244.

SCHEINER, Teresa. Museu, museologia e a ‘relação específica’: condições sobre os fundamentos teóricos do campo museal. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 42 n. 3, p. 358-378, set./dez. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.18225/ci.inf.v42i3.1368>. Acesso em: 07 abr. 2024.

SÃO PAULO. **Amigos do Museu da Língua Portuguesa**. São Paulo, 2024. Disponível em <https://www.museudalinguaportuguesa.org.br/apoie/amigos-do-museu/>. Acesso em: 05 set. 2024.



SINOP. Câmara Municipal. **História de Sinop**. Sinop, 2021. Disponível em <https://www.sinop.mt.leg.br/institucional/historia>. Acesso em: 03 abr. 2024.

SOUZA, Ryandre S. **Os museus e os outros: uma etnografia das classificações, alteridades e agenciamentos no Museu Rondon de Etnologia e Arqueologia da UFMT**. 2016. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Departamento de Antropologia e Museu Rondon, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2016. Disponível em: [https://ri.ufmt.br/bitstream/1/2967/1/DISS\\_2016\\_Ryanddre%20Sampaio%20de%20Souza.pdf](https://ri.ufmt.br/bitstream/1/2967/1/DISS_2016_Ryanddre%20Sampaio%20de%20Souza.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

STAMPE, Mariane; TOCCHETTO, Daniela; FLORISSI, Stefano. Utilizando a metodologia de valoração contingente para estimar os benefícios gerados aos usuários pela Feira do Livro de Porto Alegre. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA – ANPEC*, 36., 2008, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre, 2008. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/200807180032160-.pdf>. Acesso em: 07 maio 2024.

THROSBY, David. Teorias do valor. *In: VALIATI, Leandro (org.). Economia da Cultura e indústrias criativas: fundamentos e evidências: referenciais teóricos/vários autores*. São Paulo: Itau Cultural; WMF Martins Fontes, 2022. p. 19-49. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/observatorio-itau-cultural/economia-cultura-criativa-fundamento-evidencia-teoria>. Acesso em: 12 dez. 2024.

TOHMO, Timo. The economic value of the museum of central Finland. **Nordisk Museologi**, Oslo, n. 1, p. 123-131, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.5617/nm.3217>. Acesso em: 07 maio 2024.

VALIATI, Leandro; MÍGUEZ, Paulo; CAUZZI, Camila Lohmann; SILVA, Pedro Perfeito da. Economia criativa e da cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. *In: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia (org.). Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 11-30. Disponível em: [https://www.ufrgs.br/cegov/files/pub\\_105.pdf](https://www.ufrgs.br/cegov/files/pub_105.pdf). Acesso em: 09 maio 2024.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. Disponível em: [http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/attach/74304716/3-YIN-planejamento\\_metodologia.pdf](http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/attach/74304716/3-YIN-planejamento_metodologia.pdf). Acesso em: 17 fev. 2024.

YÚDICE, George. Inovações na política cultural e no desenvolvimento na América Latina. *In: VALIATI, Leandro (org.). Economia da cultura e indústrias criativas: políticas públicas, evidências e modelos*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2023. p. 33-60. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/observatorio-itau-cultural/os-livros-do-observatorio/segundo-volume-do-livro-economia-da-cultura-e-industrias-criativas-e-lancado>. Acesso em: 12 dez. 2024.

**APÊNDICE A - MUSEUS DE MATO GROSSO DE RESPONSABILIDADE DO GOVERNO DE ESTADO ATRAVÉS DA SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA, ESPORTE E LAZER – SECEL/MT**

Museu	Informações	Situação	Custo Anual (R\$)	Ingresso (R\$)
<b>Museu de História Natural Dom Aquino</b> Avenida Manoel José de Arruda (Beira Rio), nº 2000, bairro Jardim Europa, Cuiabá/MT	Inaugurado em 7 de dezembro de 2006 e possui exposição permanente de arqueologia e paleontologia. Gestão compartilhada com Instituto Ecossistemas e Populações Tradicionais (ECOS) - Termo de Colaboração nº 1438-2018 <a href="https://museuhistorianaturalmt.com.br/">https://museuhistorianaturalmt.com.br/</a>	Aberto	960 mil	R\$ 12,00 (inteira) R\$ 6,00 (meia)
<b>Museu de Arte Sacra</b> Praça do Seminário, na Rua Clóvis Hugney, 239, bairro Dom Aquino. Cuiabá/MT	Reúne diversas peças do período setecentista, remanescentes da antiga Catedral do Bom Jesus de Cuiabá, demolida em 1968, da Igreja de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito, Nossa Senhora dos Passos, acervo pessoal do bispo Dom Francisco de Aquino Corrêa, e por doações particulares A gestão compartilhada com a Associação dos Produtores Culturais de Mato Grosso - Termo de Colaboração nº 1393-2018 <a href="https://www.museudeartesacla.org.br/">https://www.museudeartesacla.org.br/</a>	Aberto	576 mil	R\$ 10,00 (inteira) R\$ 5,00 (meia)
<b>Museu Residência dos Governadores</b> Rua Barão de Melgaço, nº 3565, Centro de Cuiabá/MT.	Prédio tombado como Patrimônio Material do Estado em 1983 por meio da Nº. 53/83 e publicada no Diário Oficial de 09 de janeiro de 84. Durante 45 anos, a residência abrigou 14 dirigentes de Mato Grosso e seus familiares, sendo desativada como residência oficial em 1986 Sua gestão ocorre diretamente por servidores da SECEL-MT <a href="https://www.secel.mt.gov.br/residencia-dos-governadores">https://www.secel.mt.gov.br/residencia-dos-governadores</a>	Aberto	Sem dados	Gratuito
<b>Museu Histórico</b> Praça da República, 131, Centro de Cuiabá	Inaugurado em 12 de agosto de 1978, é composto por peças históricas e artísticas, como mobiliário, armamento, numismática (cédulas, moedas e medalhas), objetos pessoais e de decoração, documentos textuais, cartográficos e iconográficos, insígnias, entre outros. O acervo está dividido em quatro períodos: ancestralidade, colônia, império e república. São 10 salas que retratam episódios da história mato-grossense, suas manifestações culturais e seu povo. <a href="https://www.secel.mt.gov.br/museu-historico">https://www.secel.mt.gov.br/museu-historico</a>	Fechado desde 2017	Sem dados	-
<b>Museu de Arte de Mato Grosso</b> sem sede	Criado em 2008 pelo Decreto Estadual nº 1.327, de 13 de maio de 2008 está fechado desde 2017 com previsão de abertura em 2024	Fechado desde 2017	Previsão de 900 mil	-

Nota: construção da autora.

## APÊNDICE B - MVC APLICADO EM MUSEUS NO MUNDO E NO BRASIL

NO MUNDO				
Museu/ Local	Título	Autor (s)	Ano	Questionários aplicados
Musée de la civilisation em Quebec, Canadá	<i>All Quebec Museums</i>	Martin, F	1994	908
Museu de Arte Contemporânea do Castello di Rivoli. Turim, Itália	<i>Kernel vs. Logit modeling of single bounded cv responses: valuing access to architectural and visual arts heritage in italy</i>	Scarpa, R., Sirchia, G., Bravi, M	1995	1.393
Napoli Musei Aperti, Itália	<i>Contingent Valuation of a Cultural Public Good and Policy Design: The Case of "Napoli Musei Aperti"?</i>	Santagata e Signorello	2000	468
Galleria Borghese. Roma, Itália	<i>Discrete Choice Models and Valuation: An Application to Cultural Heritage</i>	Mazzanti, Massimiliano	2001	185
National Museum of Sculpture em Valladolid, Espanha	<i>Contingent Valuation and Semiparametric Methods: A Case Study of the National Museum of Sculpture in Valladolid, Spain</i>	Sanz, J. A.; Herrero, L. C.; Bedate, A. M	2003	1.108 e 1014 <sup>48</sup>
Museu da Finlândia Central	<i>A contingent valuation study for the Central Finland Museum in Finland</i>	Tohmo, T	2007	Não identificado
Museu Patio Herreriano de Arte Contemporâneo Espanhol, na cidade de Valladolid, Espanha	<i>Economic valuation of a contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty question</i>	Bedate, A. M.; Herrero, L. C.; Sanz, J	2009	1.797 <sup>49</sup>
NO BRASIL				
Museu/ Local	Título	Autor (s)	Ano	Questionários aplicados
Museu da imagem e do som, Rio de Janeiro	Uma análise de custo-benefício do museu da imagem e do som da cidade do Rio de Janeiro	Motta e Ortiz	2013	2.000
Museu de Arte de Goiania	Uso do Método de Valoração Contingente Para Estimar um Valor de Mercado para o Museu de Arte de Goiânia	Damasceno, J. P. T. e França, M. G.	2011	50
Museu do Senado Federal do Brasil, Brasília/DF	Valoração de ícones artísticos do Museu do Senado Federal do Brasil: uma análise da relação entre valor econômico e cultural	Almeida, A. P.	2016	509
Museu da Gente Sergipana, Aracaju/SE	Museu Da Gente Sergipana: um exercício de valoração econômica	Machado, A. F.; Souza, N.; Machado, L.	2017	178
Museu Erva-mate, Pontaporã/MS	Valoração econômica do Museu da Erva-mate no município de Ponta Porã	Silveira, C. V; Zamberlan, C. O.; Fontanive, A. F.	2019	80
Museu da Igreja Matriz, Pirenópolis, Goiás	Valoração econômica e cultural do museu da igreja matriz nossa senhora do rosário - Pirenópolis (GO)	Castro, J.D,B; Trindade, L. A.; Oliveira, O. Y.; Cavalcante, V.A.	2022	70
Museu Alderico Borges	Valoração contingente do Museu Alderico	Castro <i>et al.</i>	2023	132

<sup>48</sup> A pesquisa realizada por Sanz *et al.* (2003) executou em duas coletas de dados distintas, uma entre dezembro de 2000 e 1º de maio de 2001 obtendo 1.108 respostas válidas para o valor de uso e outra ocorreu entre 20 de março e 11 de maio de 2001 com 1.014 respostas válidas para o valor de não-uso ou uso passivo.

<sup>49</sup> A pesquisa realizada por Bedate *et al.* (2009) foi ao longo de três anos em quatro pesquisas, sendo duas com visitantes do museu (em 2002 com 485 respostas e outras em 2005 com 437 respostas), uma com os residentes de Valladolid, Espanha (com 588 respostas) e uma na Feira Internacional de Arte Contemporânea de Madri – ARCO (com 287 respostas), totalizando 1.797 respondentes.

de Carvalho, Anápolis/GO	Borges de Carvalho no município de Anápolis/GO			
Museu José Antônio Pereira, Campo Grande/MS	Valor social dos museus de história: Um estudo de caso sobre o Museu José Antônio Pereira, em Campo Grande/MS	Casadei, J. M.	2023	232
Memorial Darcy Ribeiro	Mensuração de ativos culturais: aplicação do método do custo de viagem e método de valoração contingente no Memorial Darcy Ribeiro	Carvalho Júnior , L. C.; Marques, M. M.; Freire, F. S.	2014	72

Nota: construção da autora.

## APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO APLICADO À GERENTE DE GESTÃO MUSEOLÓGICA DA SECEL/MT EM MAIO DE 2023

1. Qual a data de fundação do Museu de Arte do Mato Grosso?

**O Museu de Arte de Mato Grosso foi criado pelo decreto nº 1.327 de 13 de maio de 2008. No entanto, a inauguração do espaço ocorreu somente em 2 de abril de 2014, no prédio da Residência dos Governadores.**

2. Há quanto tempo o Museu se encontra fechado?

**Há 6 anos, funcionou até 2017.**

3. De quem é a responsabilidade da gestão do Museu neste momento?

**Da Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer de Mato Grosso.**

4. Há registro sobre o acervo? Qual a quantidade?

**Existe o inventário em andamento composto por 626 obras.**

5. Quantos e quais artistas compõem o acervo?

**No acervo existe obras de: Adão Domiciano, Adir Sodré, Alcides Pereira dos Santos, Aleixo Cortez, Almira Reuter, Benedito Nunes, Carlos Lopes, Clóvis Irigaray, Humberto Espíndola, João Sebastião, Nilson Pimenta, Osvaldina dos Santos, Regina Pena, Valques Rodrigues, Wander Melo, Almira Reuter, Elieth Gripp, Tarsila do Amaral, Roberto Tibaldi, Roberto Lopes, Moacyr Freitas, Gervane de Paula, Zeilton Matos, Sitó, Vitor Hugo, Babu 78, Odete Venâncio, Raimundo Moreira, Augusto Rodin, entre outros. O inventário não está finalizado, dessa existe obras de mais artistas.**

6. Onde está o acervo neste momento?

**Reserva Técnica da Residência dos Governadores.**

7. Sobre a sede do Museu, onde fica?

**Não tem sede própria. O Secretário da SECEL está providenciando um novo espaço.**

8. Houve mudanças de sede ao longo do tempo?

A mudança está em andamento, vai ocorrer em 2023, mas não há data e nem local definido.

9. Há previsão para reabertura do Museu, quando?

**Há previsão para reabrir ao público em 2024, mas não tem data definida.**

10. Quais a previsão dos custos de manutenção do Museu mensal ou anual?

**Está previsto um orçamento anual de R\$ 900.000,00.**