

VALORAÇÃO ECONÔMICA DO MUSEU DA ERVA-MATE NO MUNICÍPIO DE PONTA PORÃ

Claudia Vera da Silveira

Doutoranda em Geografia pela Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), mestra em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (Uems) e graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

E-mail: gycvera@gmail.com

Carlos Otávio Zamberlan

Doutor em Economia do Desenvolvimento pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestre e graduado em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Professor titular da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (Uems).

E-mail: otaviozamberlan@gmail.com

Alessandra de Freitas Fontanive

Mestra em Desenvolvimento Regional e de Sistemas Produtivos e graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (Uems).

E-mail: ale.fontanive@gmail.com

Resumo

O museu é um centro perpetuador da memória que pode ser utilizado para várias finalidades, desde o ponto de vista educacional até promotor de sistemas produtivos ligados ao turismo. Este estudo está concentrado no Museu da Erva-Mate, localizado no município de Ponta Porã, em Mato Grosso do Sul, e seu objetivo foi estimar a valoração econômica dessa instituição. O método utilizado foi a valoração contingente, adotando-se o modelo de referendo com distribuição de probabilidade logística. O valor de uso estimado do Museu da Erva-Mate foi de aproximadamente R\$ 195.751,26. Percebeu-se que esse valor se associa com aspectos relativos às condições sociais e econômicas da população residente.

Palavras-chave: Valoração econômica; Bens culturais; População local.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com o Instituto Brasileiro de Museus – Ibram (2014), os museus, centros perpetuadores da memória, da arte e do conhecimento, são caracterizados como bens culturais que produzem impactos econômicos e sociais diretos e indiretos para a sociedade.

Para Falcão (2009), o primeiro museu criado de acordo com a moderna acepção da palavra foi o Museu do Louvre, em 1793, em Paris, na França. Os museus têm a função de preservação da memória e identidade de um lugar específico por meio da exposição e divulgação de aspectos culturais e históricos.

O Museu da Erva-Mate (MEM), localizado no município de Ponta Porã, no estado de Mato Grosso do Sul, nasce com o intuito de conservar os aspectos históricos e culturais da região, e cumpre destacar que é única instituição museológica do lugar.

Inaugurado em 1997, representa o ciclo brasileiro da erva-mate que começa em Ponta Porã e na cidade paraguaia, com qual faz fronteira, Pedro Juan Caballero. Por essa razão, Ponta Porã recebeu a alcunha de “Princesinha dos Ervais”. Ressalta-se que a atividade ervateira na região está associada ao hábito e costume de tomar tererê, uma bebida elaborada com a erva-mate, e,

por meio do Decreto n. 13.140, de 31 de março de 2011, tornou-se um bem imaterial histórico e cultural do estado de Mato Grosso do Sul.

O MEM possui, hoje, um acervo composto por réplicas de instrumentos do início da industrialização da erva-mate, material impresso, documentos, fotografias, mobiliário, armas, máquinas, telefones, vídeos e utensílios domésticos. Recebe atualmente visitantes de vários municípios do estado de Mato Grosso do Sul e do Paraguai, e é utilizado como fonte para pesquisadores.

Seroa da Mota e Ortiz (2013) afirmam que a estimação dos benefícios culturais estaria associada aos ganhos de bem-estar que o museu pode oferecer aos seus visitantes. Para esses autores, bens e serviços culturais, da mesma forma que bens e serviços ambientais, podem possuir valor de uso (visitação ao sítio) e valor de não uso (preservação do sítio).

Para Bem e Giacomini (2011), a ciência econômica disponibiliza instrumentais que permitem valorizar os bens culturais de diferentes formas, entre elas o método da valoração contingente (MVC), no qual os entrevistados declaram suas intenções de pagar pelos bens demandados. Esse método parte do arcabouço teórico da microeconomia do bem-estar e aborda as preferências (culturais) dos consumidores/entrevistados/visitantes de um mercado hipotético (cultural).

Dessa forma, o MVC procura mensurar diretamente a variação do bem-estar dos indivíduos decorrente de uma variação quantitativa ou qualitativa dos bens ambientais. Para tal, identifica quanto os indivíduos estariam dispostos a pagar para obter uma melhoria de bem-estar (SEROA DA MOTA, 1998). No estudo proposto, a variação de bem-estar está associada à visita ao MEM.

Estudos que contemplem os benefícios gerados por essas instituições culturais são convenientes no sentido de sinalizar lineamentos para investimentos públicos no setor cultural do município de Ponta Porã. Assim sendo, o objetivo geral do trabalho foi estimar a valoração econômica do MEM nesse município. Como objetivos específicos, buscou-se caracterizar os visitantes do MEM, estimar a disposição a pagar (DAP) por parte de seus visitantes e identificar os motivos da não DAP.

Além deste texto introdutório, o artigo está organizado em quatro partes: apresenta-se o referencial teórico, indica-se o método utilizado na pesquisa, expõem-se os principais resultados e as discussões, e, por fim, apontam-se as considerações finais do trabalho.

2

MUSEUS E MÉTODO DE VALORAÇÃO DE BENS CULTURAIS

Para Suano (1986, p. 10), a instituição museu teve origem na Grécia antiga¹: “um local privilegiado, onde a mente repousava e onde o pensamento profundo e criativo, liberto dos problemas e aflições cotidianas, poderia se dedicar às artes e às ciências”.

Julião (2006) também afirma que esses templos não se destinavam a reunir coleções para a fruição dos homens, eram locais reservados à contemplação e aos estudos científicos, literários e artísticos. Para Falcão (2009), foi a partir do advento das grandes navegações e da descoberta de novos continentes que a formação de coleções de objetos artísticos foi bastante estimulada. A autora destaca que alguns dos museus mais importantes da atualidade, constituídos na Europa do século XVIII, surgiram a partir desses acervos provenientes de coleções particulares ou reais.

Segundo Julião (2006), a noção contemporânea de museu, embora esteja associada à arte, ciência e memória, como na Antiguidade, adquiriu novos significados ao longo da história. O papel do museu não se restringe apenas aos contributos no âmbito sociocultural, é também uma instituição que integra fluxos econômicos de bens e serviços culturais e exerce um impacto na economia que pode revelar-se importante para o desenvolvimento de uma região ou comunidade (REIS, 2010).

2.1 Museus no Brasil

No Brasil, os museus surgiram em 1818, quando D. João VI criou o Museu Imperial, cujo acervo inicial se compunha de uma pequena coleção de história natural doada pelo monarca (SANTOS, 2004). Esse museu tinha um grande intercâmbio com os grandes museus de história natural estabelecidos na Europa. Após a República, ele passou a ser denominado Museu Nacional.

1 Na Grécia, o *mouseion*, ou casa das musas, era uma mistura de templo e instituição de pesquisa, voltada sobretudo para o saber filosófico. As musas na mitologia grega eram as filhas que Zeus gerara com Mnemosine, a divindade da memória. As musas, donas de memórias absolutas, imaginação criativa e presciência, com suas danças, músicas e narrativas, ajudavam os homens a esquecer a ansiedade e a tristeza (SUANO, 1986, p. 10).

De acordo com Lopes (1997), no final do século XIX, o Brasil já possuía alguns museus, sendo os principais: Museu Nacional do Rio de Janeiro, Museu Paulista e Museu Emílio Goeldi, em Belém-PA. Eram instituições voltadas às ciências naturais, nos moldes dos museus etnográficos europeus. Conforme Julião (2006), esse panorama se modifica com a criação do Museu Histórico Nacional (MHN) em 1922. O MHN surgiu como um museu dedicado à história e à pátria, capaz de formular uma representação da nacionalidade. Foi o espaço de legitimação e veiculação da história oficial por meio de acervos oriundos das elites nacionais.

Cabe ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, vinculado ao Ministério da Cultura, a tarefa de preservar os museus. Sua abrangente missão é identificar, proteger, restaurar, documentar, preservar, divulgar e fiscalizar os bens culturais brasileiros, visando assegurar a permanência e o usufruto deles para as atuais e futuras gerações.

No Brasil, existem políticas voltadas ao fortalecimento dos museus, como a Lei n. 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, a Lei n. 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), e o Decreto n. 8.124, de 17 de outubro de 2013, que regulamenta os dispositivos das leis mencionadas.

No artigo 1º da Lei n. 11.904, os museus são definidos como

[...] instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento (BRASIL, 2009a).

De acordo com a Lei n. 11.906, capítulo I, artigo 3º, inciso I, o Ibram foi criado com a finalidade de “promover e assegurar a implementação de políticas públicas para o setor museológico, com vistas em contribuir para a organização, gestão e desenvolvimento de instituições museológicas e seus acervos” (BRASIL, 2009b).

O Ibram tem como uma de suas finalidades o auxílio para a captação de recursos via emenda parlamentar e via Lei de Incentivo à Cultura, Lei n. 8.313/91, conhecida como Lei Rouanet.

■ 2.2 Museus no estado de Mato Grosso do Sul

Por meio do Decreto n. 12.687, de 30 de dezembro de 2008, é criado Sistema Estadual de Museus do Mato Grosso do Sul (Siem-MS), vinculado à Fundação de Cultura de Mato Grosso do Sul (FCMS), com vistas a sistematizar e implementar políticas de integração e de incentivo aos museus de todo o estado, com diretrizes estabelecidas de forma democrática e participativa, e a assessorar tecnicamente a implementação de museus nos municípios (artigo 1º)

Segundo o artigo 2º, o Siem-MS será composto por todas as instituições museológicas oficiais, públicas ou privadas, por organizações sociais, arquivos públicos e privados, museus comunitários, ecomuseus, geoparques, centros de memória, grupos étnicos e culturais, instituições educacionais que mantenham cursos relativos ao campo museológico e outras entidades organizadas vinculadas ao setor museológico do estado, desde que cadastrados no Siem-MS.

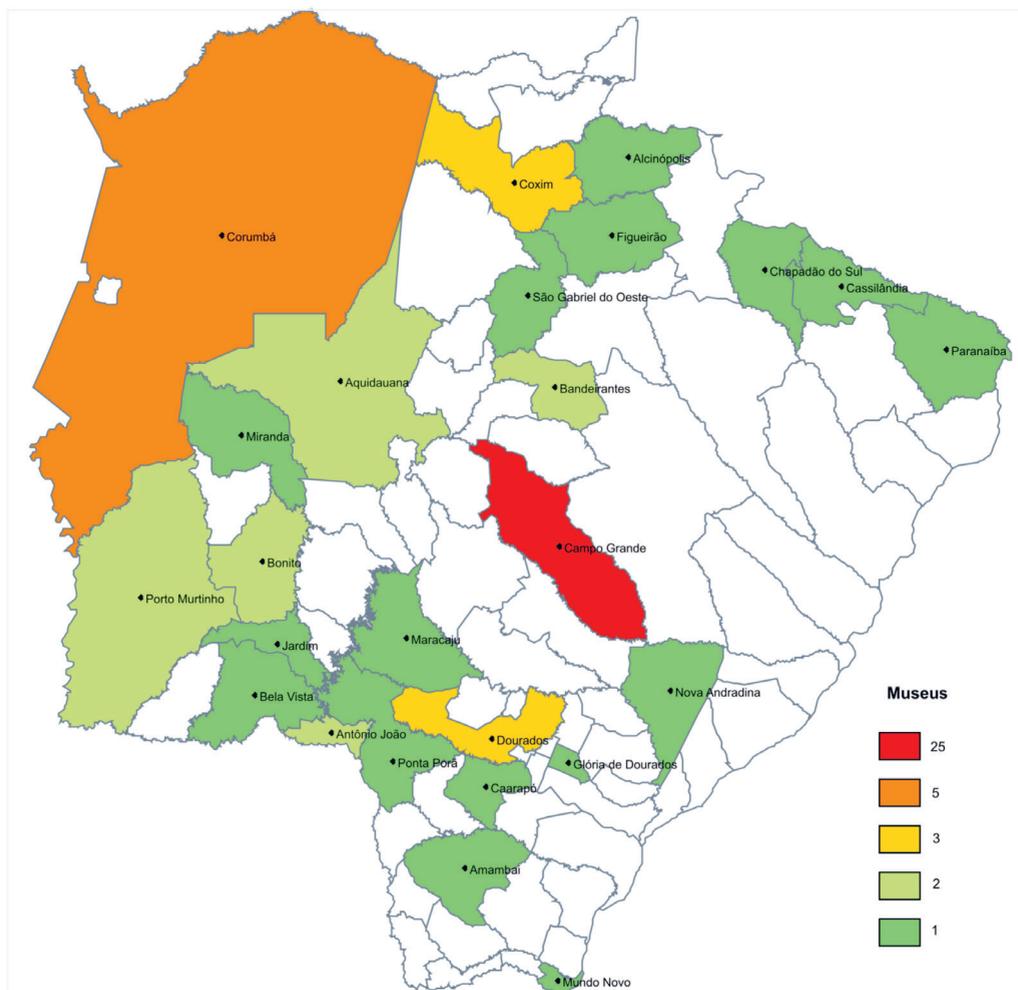
A finalidade desse sistema é

Promover a interação entre os museus, as instituições afins e profissionais ligados ao setor, visando ao constante aperfeiçoamento da utilização de recursos materiais e culturais; promover a valorização, o registro e a disseminação de conhecimentos específicos no campo museológico; promover o desenvolvimento das ações voltadas para a capacitação de recursos humanos, aquisição de bens, conservação, restauração, documentação, pesquisa, comunicação e difusão dos acervos entre os órgãos, as entidades públicas e privadas e as unidades museológicas que integram o SIEM-MS. Estabelecer um padrão museológico baseado no papel que cada museu desempenha na comunidade; desenvolver programas de assessoria técnica e museológica aos museus que integram o SIEM-MS e a novos núcleos museológicos de acordo com suas necessidades, especialmente nos aspectos relacionados à adequação, à fusão e à reformulação. Promover programas de capacitação de recursos humanos destinados à área museológica; fomentar as atividades de inventário, registro, vigilância, tombamento e pesquisa; sugerir formas de visitação aos museus, com destaque para o sentido educacional, entre outros (MATO GROSSO DO SUL, 2008).

O estado de Mato Grosso do Sul possui 62 instituições museológicas mapeadas, das quais 25 estão localizadas na capital Campo Grande, cinco em Corumbá, e três em Coxim e Dourados. Na Figura 1, observam-se os números de museus por municípios.

Figura 1

Números de museus por município do estado de Mato Grosso do Sul



Fonte: Elaborada pelos autores por meio da utilização do *software* cartográfico Philcarto (<http://philcarto.free.fr>) com os dados de 2015 disponíveis no Cadastro Nacional de Museus, Ibram e Ministério da Cultura.

Na Figura 1, constata-se quantitativamente a deficiência de instituições museológicas no estado de Mato Grosso do Sul, o que também está associado, provavelmente, à baixa densidade populacional. Existe uma concentração dessas instituições na capital, que apresenta a maior população do Estado. Corumbá, por seu caráter histórico, é o município que apresenta maior número dessas instituições fora da capital. Os demais municípios são carentes dessas instituições, o que pode ser atribuído a diversos fatores, como o número de residentes, a falta de ações estratégicas para promoção dos museus como elemento educacional e turístico, entre outros.

■ 2.3 O Museu da Erva-Mate

O MEM foi inaugurado em 1997, em Ponta Porã, e representa o ciclo brasileiro da erva-mate que se iniciou no município e na cidade paraguaia de Pedro Juan Caballero, com a qual faz fronteira. Possui, hoje, um acervo composto por réplicas de instrumentos do início da industrialização da erva, material impresso, documentos, fotografias, mobiliário, armas, máquinas, telefones, vídeos e utensílios domésticos, e é atualmente utilizado como fonte para pesquisadores.

Cumprir destacar que os bens culturais que compõem o MEM foram colecionados e restaurados por José Benites Cárdenas, que também idealizou o museu. Com o tempo, ampliou-se o acervo com doações realizadas por algumas famílias da região.

■ 2.4 Método de valoração

Segundo Reis (2007), há quatro categorias de métodos para mensurar o impacto econômico da economia da cultura: estudos de impacto setorial, estudos de impacto de projetos e ações culturais, métodos de preferências reveladas e o método de preferências declaradas. Nesta última categoria, o mais utilizado é o MVC.

A maior vantagem do MVC é oferecer uma alternativa de mensuração de benefícios intangíveis, ao oferecer valores de não-uso. O método foi empregado de um campo no qual a avaliação de benefícios é tão complexa como no cultural e compartilha sua lógica: o ambiental (REIS, 2007, p. 52).

De acordo Riera (1994), esse método tenta captar, por meio da construção de um mercado hipotético e de pergunta direta, o valor que as pessoas atribuem às mudanças de bem-estar que produzem as modificações nas condições de oferta de um bem ambiental não transacionado no mercado.

Para Seroa da Mota (1998), o objetivo da valoração contingente é tornar perceptíveis as preferências dos consumidores por meio da revelação de sua DAP pelo consumo de amenidades de origem recreacional, política, cultural e ambiental. A ideia básica do método é que as pessoas têm diferentes graus de preferência por distintos bens ou serviços, e isso se manifesta quando elas vão ao mercado e pagam quantias específicas por tais bens ou serviços.

A valoração obtida depende da opinião das pessoas, a partir da informação recebida. Isso explica o nome dado ao método, no qual o impacto de bem-estar dos consumidores, resultante de uma variação quantitativa ou qualitativa dos atributos do produto em questão (nesse caso, a visitação ao museu), é transformado em valores monetários, perguntando-se diretamente às pessoas sua DAP (MITCHELL; CARSON, 1993; RIERA, 1994). Assim, utilizando-se de informações escritas no questionário, procura-se transladar a situação de mercado hipotético, considerando que a oferta é representada pelo entrevistador e a demanda pelo entrevistado.

De acordo com Mitchell e Carson (1993) e Riera (1994), a aplicação do método pode ser dividida em oito fases: definir o que se deseja valorar; definir o instrumento ou veículo de pagamento ou compensação; decidir sobre a modalidade da entrevista; selecionar a amostra da população; elaborar o questionário e testá-lo; efetuar as entrevistas; explorar econometricamente as respostas; expor e elucidar os resultados.

3

MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 Localização do estudo

O estudo foi realizado no município de Ponta Porã, localizado no sudoeste do estado de Mato Grosso do Sul, região com os piores indicadores socioeconômicos do estado, com índices de vulnerabilidade econômica superiores à média nacional e alto grau de evasão escolar, superior a 35% na transição

entre o ensino fundamental e o médio. A renda média por indivíduo não chega a R\$ 700,00, e o índice de pessoas maiores de 18 anos sem fundamental completo e que atuam no mercado informal é superior a 40% (ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2010).

Ponta Porã faz divisa com a cidade de Pedro Juan Caballero, no Paraguai. A origem de Ponta Porã começa com a formação de um povoado denominado inicialmente Punta Porã, que surgiu dentre os campos de erva-mate (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2013).

Ponta Porã tornou-se município autônomo em 18 de julho de 1912, por força do Decreto n. 617, e desde 2007 conta com três unidades distritais: Cabeceira do Apa, Sanga Puitã e o distrito-sede (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2013). Tem uma extensão territorial de 5.330,448 km² de área, conta com uma população de 77.872 pessoas, das quais aproximadamente 49,4% são do sexo masculino e 50,6% são do sexo feminino (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2013).

A economia é baseada em agricultura, pecuária, comércio e serviços. Quanto às atividades agropecuárias, de acordo com o Censo Agropecuário em 2006, existiam no município 3.697 estabelecimentos agropecuários, somando 408.233 hectares e ocupando 10.260 pessoas. Os principais produtos agrícolas são soja (em grão), cana-de-açúcar, trigo (em grão), milho (em grão), arroz (em casca), feijão (em grão), mandioca e erva-mate (folha verde) (IBGE/PAM, 2019).

De acordo com Oliveira (2012), no município também existe uma ênfase nas atividades voltadas para o setor de serviços, em que se destacam subsectores de alimentação; vestuário, objetos e artigos para uso doméstico; e veículos, peças e acessórios, entre outros.

Ponta Porã tem importantes elementos históricos: foi alvo da Guerra do Paraguai e território de exploração da erva-mate antes do conflito. Ainda como território paraguaio e, posteriormente, sobretudo pela exploração do monopólio ervateiro dado à Cia. Erva Matte Laranjeira, derrubado no período Vargas, o município foi considerado território federal, e o próprio Getúlio Vargas visitou a cidade e se hospedou nela.

■ 3.2 População e MVC

A população foi composta pelos visitantes do MEM, maiores de 18 anos, e, para a determinação do tamanho da amostra, utilizou-se a fórmula proposta por Barbetta (2002).

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{E^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{E^2} - 1 \right)}$$

em que

n = é o tamanho da amostra;

N = corresponde ao número de visitas anual do MEM, que no ano de 2014 foi de 430 visitantes;

z = é o valor da distribuição normal em função do nível de confiança aproximadamente igual a 2, ou seja z = 1,96;

p = é a probabilidade de sim;

q = é a probabilidade de não (1 - p);

E = é o erro permitido; para esta pesquisa, foi adotada uma margem de erro de 10%.

Após a realização dos cálculos correspondentes, o tamanho da amostra resultou em 79 visitantes. Nesta pesquisa, entrevistaram-se 80 visitantes.

■ 3.3 Coleta de dados

Os dados primários foram coletados por meio de interrogatório direto, utilizando-se questionário formal por escrito, visando à padronização no processo de coleta (MALHOTRA, 2003).

Um questionário muito usado neste tipo de estudo é aquele composto por quatro partes, segundo Mitchell e Carson (1993), Riera (1994), Seroa da Mota (1998): descrição do bem que se pretende valorar, valoração do bem por meio da DAP, informação socioeconômica e demográfica sobre a pessoa entrevistada, e informações sobre o conhecimento dos entrevistados com relação ao bem e serviço cultural.

De acordo com Seroa da Mota (1998), o formato binário ou *referendum* é o mais usado na atualidade e é apresentado como preferível a outros formatos, porque admite menor ocorrência de viés estratégico por parte dos entrevistados, que buscam defender seus interesses ou beneficiar-se da provisão gratuí-

ta do bem ou serviço cultural. Por essa razão, optou-se por utilizar o formato dicotômico no qual o respondente aceita ou não pagar um valor solicitado. Destaca-se que o mecanismo de pagamento para valor de uso na presente pesquisa foi na forma de um valor de entrada.

Ressalta-se que os valores foram gerados a partir de um pré-teste com 10% da população, seguindo a indicação de Marconi e Lakatos (1990). Além disso, esse pré-teste serviu para verificar as questões contidas no instrumento de pesquisa.

Para evitar em viés de escopo, utilizou-se uma técnica de pesquisa para mitigar esse problema, a saber: pesquisa presencial pessoal com informação detalhada do bem ou serviço cultural a ser valorado (HANEMANN, 1994). Nesse sentido, os questionários foram aplicados por meio de entrevista no local do MEM, com o intuito de medir a DAP dos visitantes do museu (valor de uso cultural, recreativo ou turístico).

■ 3.4 Análises de dados

Os resultados foram tabulados e submetidos a uma análise econométrica de maneira a derivar valores médios dos lances de DAP. A estimação DAP pela visitação ao MEM foi realizada por meio do modelo logit, pela sua relativa facilidade de operacionalização, comparado com outros modelos (HANEMANN, 1984). O modelo econométrico logit apresenta-se a seguir:

$$\ln \left[\frac{\text{Pr}_i(\text{Sim})}{1 - \text{Pr}_i(\text{Sim})} \right] = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \beta_4 X_{i4} + \beta_5 X_{i5} + \beta_6 X_{i6} + \varepsilon_i$$

Sendo: $i = 1, 2, \dots, n$

em que

$\ln \left[\frac{\text{Pr}_i(\text{Sim})}{1 - \text{Pr}_i(\text{Sim})} \right]$ é a variável dependente da equação logit, representado pelo

logaritmo natural da relação entre a probabilidade de resposta afirmativa (Sim) e a probabilidade de resposta negativa [$1 - \text{Pr}(\text{Sim})$] da i -ésima observação.

Neste estudo, consideraram-se as seguintes variáveis:

X_1 = valor e/ou preço específico revelado por entrevistado (R\$);

X_2 = renda dos visitantes (R\$);

X_3 = nível de instrução dos visitantes;

X_4 = idade dos visitantes (em anos);

X_5 = sexo dos visitantes (1 = masculino, 0 = feminino).

ε_i = erro aleatório.

A expectativa é que o sinal do coeficiente β_1 seja negativo, indicando que a probabilidade de o indivíduo ou consumidor aceitar o preço proposto decresce com o aumento do valor sugerido. Espera-se que os coeficientes β_2 e β_3 sejam positivos, significando que a probabilidade de aceitar o preço proposto cresce com o aumento de tais variáveis. Essas expectativas ocorrem com base na literatura, principalmente.

Com relação ao β_4 , pode ou não ser positivo, pois, de acordo com Villalba (2004), é importante a sua colocação para verificar se existe ou não relação da idade com a DAP do produto estudado.

Para fins de estimação, Hanemann (1984) sugere utilizar a mediana (no ponto em que $\text{Pr}(\text{Sim}) = \text{Pr}(\text{Não}) = 0,5$) como valor da DAP. Tal medida é menos afetada pelo tamanho da cauda da função estimada. Definida dessa forma, a DAP é dada por:

$$\ln \left[\frac{\text{Pr}_i(50\%)}{1 - \text{Pr}_i(50\%)} \right] = \ln l = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \beta_4 X_{i4} + \beta_5 X_{i5} + \beta_6 X_{i6} + \varepsilon_i$$

Então, após a manipulação, obtém-se

$$\bar{X} = -\frac{\hat{\beta}^*}{\hat{\beta}_1} z$$

em que

\bar{X} = DAP por entrevistado;

$\hat{\beta}_1 < 0$ é a estimativa do parâmetro de valor sugerido aos entrevistados para visitação do MEM; e

$\hat{\beta}^* > 0$ é o somatório do produto dos demais coeficientes por suas respectivas m dias.

4

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta seção apresenta os resultados do trabalho. Inicialmente é feita uma descrição sobre o perfil socioeconômico dos visitantes do museu, posteriormente são expostos alguns aspectos culturais deles e finalmente é realizada a estimação da valoração econômica por meio do método DAP.

■ 4.1 Perfil socioeconômico dos visitantes do MEM

No que diz respeito ao gênero dos entrevistados, os resultados apontam que 40% dos entrevistados são do sexo masculino, enquanto 60% pertencem ao sexo feminino. Em relação ao grau de escolaridade dos visitantes, 56% concluíram o ensino médio e estão cursando curso superior, e 44% têm o nível superior completo.

Quanto ao número de pessoas que habitam nas residências dos visitantes do museu, constatou-se que 45% vivem em casas com um número de três a quatro pessoas, seguidos de 34% que vivem com uma a duas pessoas nas residências, e 25% dos visitantes declararam que vivem com mais de cinco pessoas.

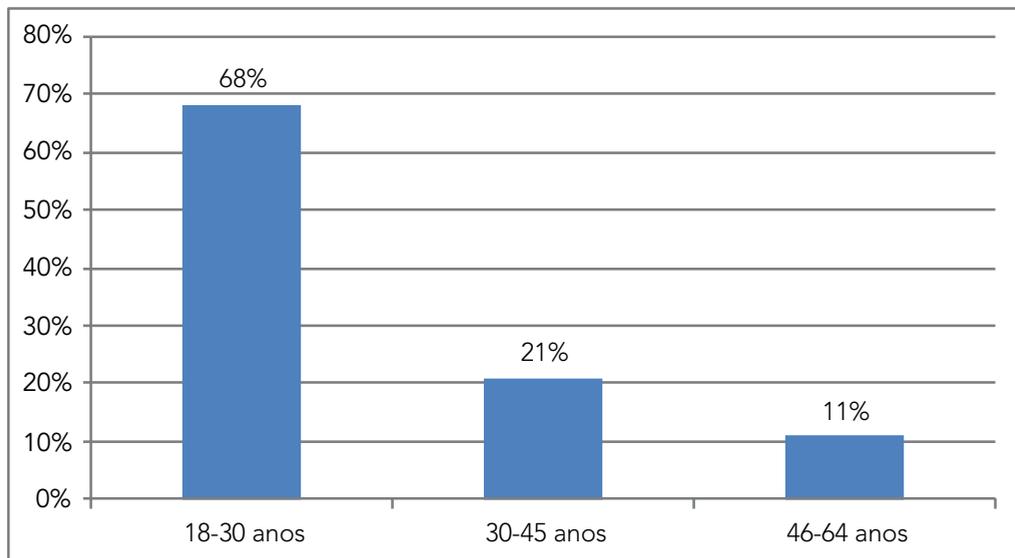
A relação da idade dos visitantes é apresentada na Figura 2. Pode-se verificar que 68% dos consumidores estão na faixa etária de 18 a 30 anos, enquanto que 21% têm entre 31 a 45 anos, e também se pode verificar que 11% dos visitantes se encontram na faixa etária de 46 a 64 anos.

A respeito da cidade onde residem os visitantes, verificou-se que 39% vivem em Ponta Porã, 33% moram em Pedro Juan Caballero², 23% em Dourados e 6% em outros municípios, como Itamaraty, Jateí e Naviraí. Em relação ao estado civil, 63% são solteiros, 24% casados, 8% possuem união estável e 7% responderam que se encontram na categoria outros (divorciados e viúvos). Em relação ao nível de renda dos visitantes, percebeu-se que 35% recebem de um a dois salários mínimos; 31%, de dois a quatro salários mínimos; 21%, de quatro a oito salários mínimos; 8%, acima de oito salários mínimos; e 5%, até um salário mínimo.

2 O município de Pedro Juan Caballero (Paraguai) faz divisa com Ponta Porã e mantém um forte laço comercial, social e cultural com esta cidade (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2013).

Figura 2

Distribuição percentual dos visitantes do MEM em relação à idade



Fonte: Elaborada pelos autores.

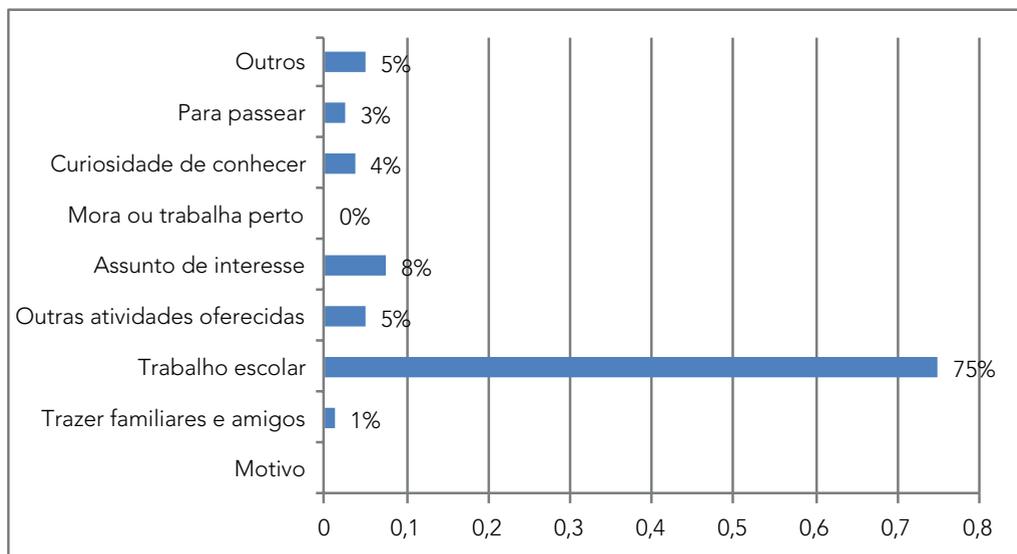
■ 4.2 Aspectos culturais dos visitantes do MEM

Em relação ao hábito de visitar museus, 64% dos entrevistados declararam que não têm costume de visitar museus, mas 36% expressaram que têm por hábito visitar museus e que realizam duas ou mais visitas por ano. Com respeito ao número de visitas ao MEM, pode-se constatar que 79% dos entrevistados visitavam o local pela primeira vez e 24% já tiveram a oportunidade de visitá-lo em outra ocasião.

Na Figura 3, apresentam-se os motivos pelos quais os visitantes compareceram ao local. Destaca-se que 75% dos entrevistados o realizaram por questões de estudo, ou seja, para fazer trabalho de escola/universitário. Seguidamente, 8% visitaram o local em virtude de ter interesse no tema da erva-mate, 5% o fizeram por outros motivos como o turismo e 5% dos visitantes declararam que fizeram a visita ao museu como uma atividade complementar oferecida principalmente pelas escolas das redes municipal e estadual onde atuam como professores e acompanham os seus respectivos alunos.

Figura 3

Distribuição percentual dos visitantes do MEM em relação ao motivo da visita



Fonte: Elaborada pelos autores.

Também se constatou que 4% dos entrevistados realizaram a visita por curiosidade a respeito do tema da atividade ervateira na região, 3% o fizeram por motivo de lazer, ao aproveitarem o local como uma opção de passeio, e 1% respondeu que o motivo estava relacionado a trazer familiares e/ou amigos ao local.

Quando indagados sobre a companhia para visitar o museu, verificou-se que a maioria (74%) dos visitantes o faz com colegas e professores, outros 24% o fazem com grupo de turismo, amigos, familiares ou sozinhos.

Já no que se refere ao meio utilizado para se deslocar até o MEM, 46% declararam que o meio utilizado foi o ônibus ou transporte escolar, 45% utilizaram o automóvel e outros 9% utilizaram moto ou foram caminhando; cabe destacar que neste grupo encontram-se os que residem nos municípios de Ponta Porã.

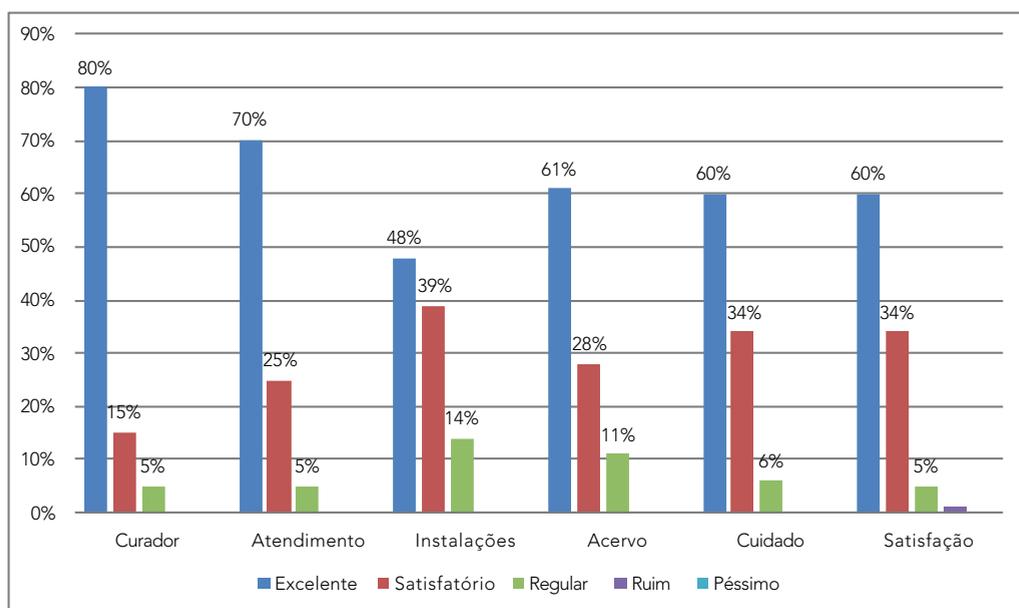
Também se averiguou que a maioria (54%) obteve informação a respeito do MEM por meio da escola/universidade, e 21% já conheciam o local, prova-

velmente neste grupo estão os que residem na cidade de Ponta Porã. Outros 13% manifestaram que houve comentários de amigos e/ou parentes, 10% receberam informações dos guias de turismo e 2% por meio da mídia/internet. A respeito dos benefícios do MEM, os entrevistados expressaram que são primeiramente educacionais (58%) e culturais (38%).

Também foi averiguada a percepção geral dos visitantes em relação às instalações do museu, ao curador, ao acervo, entre outros. Na Figura 4, apresenta-se a percepção dos visitantes.

Figura 4

Distribuição percentual da avaliação dos visitantes em relação à qualidade de alguns aspectos do MEM



Fonte: Elaborada pelos autores.

Pode-se verificar que para 80% dos visitantes a qualidade do curador foi excelente, seguidos de 15% e 5% dos que mencionaram que essa qualidade foi satisfatória e regular, respectivamente. Em relação ao atendimento, a maioria (70%) afirmou que a atenção dada aos visitantes foi excelente, 25% afirmaram que a atenção foi satisfatória e 5% mencionaram que foi regular.

Quanto às instalações do MEM, 48% expressaram que são excelentes, 39% indicaram que são satisfatórias porque o espaço é muito reduzido, e 14% mencionaram que são regulares.

Em relação ao acervo, 61% manifestaram que o acervo do museu é excelente e completo sobre o tema da erva-mate, 28% e 11% julgaram esse item como satisfatório e regular, respectivamente. Em relação ao cuidado com as peças do museu, a maioria dos visitantes, uma proporção de 60%, respondeu que está excelente, 34% manifestaram que tal cuidado é satisfatório, e 6% mencionaram regular; este último grupo manifestou que poderiam melhorar o cuidado e a limpeza das peças do acervo.

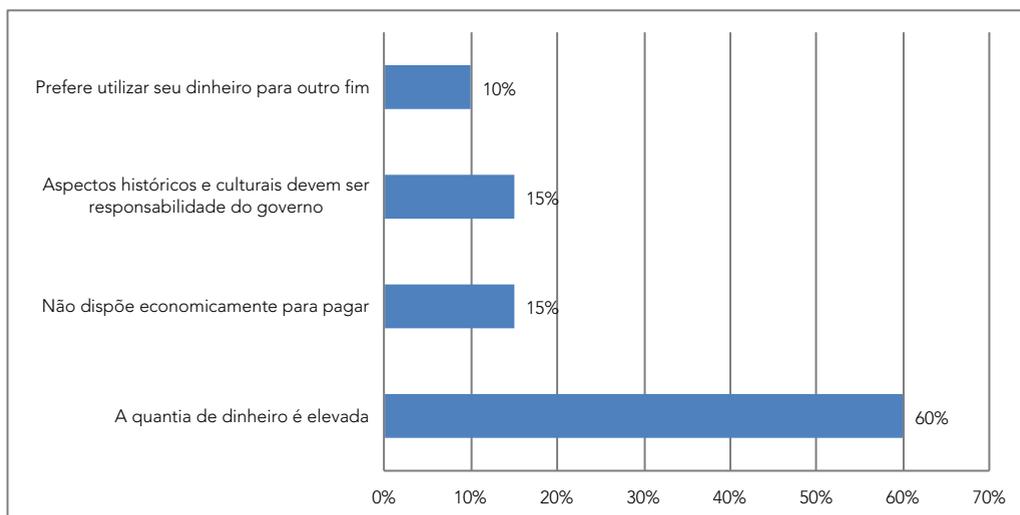
Em relação ao grau geral de satisfação dos visitantes, para 60% o nível de satisfação foi excelente, contando que para 34% foi satisfatório e para 6% o resultado obtido foi considerado regular.

■ 4.3 Valoração econômica do MEM

A valoração econômica do MEM é estimada a partir da DAP pelos seus visitantes. Nesse sentido, foi verificado que 71% dos entrevistados se mostraram dispostos a pagar pela visita ao museu e 29% não estariam dispostos a pagar. Como valor hipotético, colocou-se um valor inicial de R\$ 10,00 pela visita, a fim de fazer uma verificação prévia. Na Figura 5, expõem-se esses resultados. Para 60% dos entrevistados, o valor proposto foi muito elevado, 15% não têm condições econômicas para pagar, outros 15% acreditam que os aspectos históricos e culturais devem ser responsabilidade do governo e 10% dos entrevistados preferem utilizar seus recursos financeiros para outros fins.

Figura 5

Distribuição percentual dos motivos da não Disposição a Pagar (Não DAP)



Fonte: Elaborada pelos autores.

Na Tabela 1, apresenta-se o modelo que mostra a DAP pela visitação ao MEM. É importante recordar que a variável valor DAP representa a DAP dos visitantes, tal variável assume o valor igual a 1 se o entrevistado aceita pagar o valor proposto no questionário, 0, se o entrevistado não aceita pagar o valor proposto. Os valores propostos foram R\$ 2, R\$ 4, R\$ 5, R\$ 6 e R\$ 10, distribuídos de forma aleatória.

Tabela 1

Estimativa do modelo logit

Variável	Coefficientes	Desvio padrão	Estatística t	p-valor	
Constante ($\hat{\beta}^*$)	3,09819	0,74996	4,1311	0,00004	***
Valor DAP ($\hat{\beta}_1$)	-0,343493	0,103776	-3,3099	0,00093	***

*** Significativo com 99% de confiança.

Fonte: Elaborada pelos autores.

O sinal do coeficiente da variável independente valor DAP é negativo, o que está de acordo com o arranjo metodológico do modelo de DAP, pois um aumento no preço proposto implicaria uma diminuição na DAP dos visitantes.

Quando se analisa a “estatística t” dos coeficientes, pode-se verificar que os coeficientes das variáveis analisadas são significativos com 99% de confiança.

O valor da DAP foi calculado da seguinte maneira:

$$\bar{X} = -\frac{\hat{\beta}^*}{\hat{\beta}_1} = \frac{3,09819}{-0,343493} = 8,23$$

em que

\bar{X} = DAP por entrevistado;

$\hat{\beta}_1 < 0$ é a estimativa do parâmetro de valor sugerido aos entrevistados para visitação ao MEM; e

$\hat{\beta}^* > 0$ é o somatório do produto dos demais coeficientes por suas respectivas médias.

Assim, a DAP média dos entrevistados pela visitação ao MEM é de aproximadamente R\$ 9,01.

O valor de uso estimado do MEM foi de aproximadamente R\$ 195.751,26. Cabe destacar que esse valor foi obtido multiplicando o valor DAP pelo número total de visitas registradas pelo museu, considerando que foram aproximadamente 21.700 visitas nos 18 anos de existência.

5 CONCLUSÃO

O estudo objetivou levantar o valor de uso estimado do MEM na municipalidade de Ponta Porã. Constatou-se que esse valor é de aproximadamente R\$ 195.751,26, um valor baixo para seus 18 anos de existência.

Entretanto, o valor por si não pode ser um parâmetro de sua viabilidade, é imperativo associar com outras variáveis, que neste estudo também se fazem presentes. Iniciando com características regionais, há um baixo grau de esco-

larização e indicadores que remetem a uma precária situação econômica da população local. Esse fato pode levar grande parte da população a ter outras preocupações que não incluem elementos culturais e nem educativos, haja vista o grau de evasão escolar apresentado, somente na transição do ensino fundamental para o médio. Uma das formas de aumentar a visitação nos centros de cultura é utilizar o público escolar, que está evadindo, possivelmente em virtude da necessidade de ingresso no mercado formal ou informal de trabalho, por uma questão de sobrevivência e/ou de atendimento de necessidades mais básicas.

Quando se analisa a DAP, percebe-se que aspectos socioeconômicos provavelmente influenciam nisso, pois 85% do público entrevistado considera um valor de R\$ 10,00 elevado, não dispõe dele economicamente ou prefere utilizar a quantia em outro fim. Também é percebido que o MEM não é visto como um local de passeio ou entretenimento, mas apenas como local para atividades escolares. É imperativo repensar as estratégias, também mercadológicas, dos museus para que possam se tornar mais atrativos, possivelmente, não de forma isolada, mas como projetos que se vinculem a outras propostas como de incentivo ao turismo, artesanato, entretenimento, em conjunto, inclusive com o poder público, municipal ou estadual, podendo, ainda, associar outras instituições como as universidades e centros de pesquisa.

Fica como sugestão realizar uma pesquisa sobre a valoração de museu por tipos de visitantes, estimando, assim, diferentes DAP. E como segunda sugestão de pesquisa seria realizar estimativas sobre o valor de não uso do museu, o qual, por hipótese, poderia estar relacionado à conservação dele como patrimônio cultural do estado de Mato Grosso do Sul; nesse sentido, a amostragem deveria contemplar os residentes de outros municípios do Estado.

ECONOMIC VALUATION OF THE YERBA MATE MUSEUM IN PONTA PORÃ MUNICIPALITY

Abstract

The museum is a center that perpetuates memory that can be used for various purposes from the educational point of view to the promoter of productive systems linked to tourism. This study is focused on the mate weed museum in the municipality of Ponta Porã, MS, and its objective was to estimate its economic

value. The method used was contingent valuation, adopting the referendum model with logistic probability distribution. The estimated value of use of the Museum of Erva-Mate was approximately R\$ 195.751,26. It was realized that this value is associated with aspects related to the social and economic conditions of the resident population.

Keywords: Economic valuation; Cultural goods; Local population.

Referências

- ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. Perfil Ponta Porã, MS. 2010. Disponível em: http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/4820. Acesso em: 18 set. 2018.
- BARBETTA, P. A. *Estatísticas aplicadas às ciências sociais*. 7. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2002.
- BEM, J. S.; GIOCOMINI, N. M. R. O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canoas, Rio Grande do Sul. *Mouseion*, n. 10, p. 16-31, 2011.
- BRASIL. Lei n. 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Brasília, 2009a.
- BRASIL. Lei n. 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. Brasília, 2009b.
- BRASIL. Decreto n. 8.124, de 17 de outubro de 2013. Regulamenta dispositivos da Lei n. 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, e da Lei n. 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. Brasília, 2013.
- FALCÃO, A. Museu como lugar de memória. In: VV.AA. *Museu e escola: educação formal e não-formal*. Brasília: Ministério da Educação, 2009. Livro n. 3.
- HANEMANN, W. M. Welfare evaluation contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, v. 66, n. 3, p. 332-341, 1984.
- HANEMANN, W. M. Valuing the environment through contingent valuation. *Journal of Economic Perspectives*, v. 8, p. 19-44, 1994.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Perfil das cidades – Ponta Porã (MS). 2013. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=500660>. Acesso em: 2 abr. 2015.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. *Museus e a dimensão econômica: da cadeia produtiva à gestão sustentável*. Brasília: Ibram, 2014. 142 p.
- JULIÃO, L. Apontamentos sobre a história do museu. In: *Caderno de diretrizes museológicas*. Brasília: Ministério da Cultura, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de

Museus e Centros Culturais. Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura, Superintendência de Museus, 2006.

LOPES, M. M. *O Brasil descobre a pesquisa científica: os museus e as ciências naturais no século XIX*. São Paulo: Hucitec, 1997.

MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MATO GROSSO DO SUL. Decreto n. 12.687, de 30 de dezembro de 2008. *Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul*, Campo Grande, 31 dez. 2008.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas. 231p. 1990.

MITCHELL, R. C.; CARSON, R. T. *Using surveys to value public goods: the contingent valuation method*. 3 ed. Washington: Resource for the Future, 1993. 463 p.

OLIVEIRA, M. G. de. *As cidades-gêmeas Ponta Porã-Pedro Juan Caballero e Foz do Iguaçu-Ciudad del Este diante da des-articulação regional sul-americana*. Tese de Doutorado PPG/UFRJ. Rio de Janeiro 2012.

REIS, A. C. F. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável*. O caleidoscópio da Cultura. São Paulo: Editora Manole, 2007

REIS, A. C. F. *Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

REIS, A. C. F. Museus e mercados de arte como agentes econômicos: um diálogo entre cultura e economia. In: NASCIMENTO JUNIOR, J. do (org.). *Economia de museus*. Brasília: Ministério da Cultura, Ibram, 2010.

RIERA, P. 1994. *Manual de valoración contingente*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, 1994. 112 p.

SANTOS, M. S. Museus brasileiros e política cultural. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 19, n. 55, p. 53-72, 2004.

SEROA DA MOTA, R. *Manual para valoração econômica de recursos ambientais*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal, 1998.

SEROA DA MOTA, R.; ORTIZ, R. A. 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. 177-194, jan./abr. 2013.

SUANO, M. *O que é museu*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

VILLALBA, M. G. *Valor Econômico de Visitação do Parque “Phillipe Westin Cabral de Vasconcellos” da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ) da Universidade de São Paulo (USP)*. Dissertação de Mestrado, ESALQ. Piracicaba, 2004.