

## MUSEU DA GENTE SERGIPANA: UM EXERCÍCIO DE VALORAÇÃO ECONÔMICA

### Museum of Sergipana People: an exercise in economic valuation

#### Fernanda Esperidião

Economista. Doutora em Desenvolvimento Econômico (UFPR). Profa. adjunta da  
Universidade Federal de Sergipe - UFS Brasil. nandaesper16@gmail.com

#### Diogo Matos

Economista. Departamento de Economia da Universidade Federal de Minas Gerais (Face/UFMG). diogo.matos3@gmail.com

#### Ana Flávia Machado

Economista. Doutora em Economia (UFRJ). Profa. associada do Centro de Desenvolvimento e Planejamento  
Regional da Universidade Federal de Minas Gerais (Cedeplar/UFMG). afmachad@cedeplar.ufmg.br

---

**Resumo:** Os museus integram o sistema de produção e difusão cultural de uma determinada região e são importantes coadjuvantes no processo de formação e educação da sociedade. O Museu da Gente Sergipana é considerado um dos museus mais modernos do país, pelo fato da tecnologia de ponta que emprega. Pretende-se, por meio deste artigo, desenvolver pesquisa de campo para reconhecer as relações entre cultura e economia, em especial o papel do Museu da Gente Sergipana localizado em Aracaju. O artigo está, portanto, dividido em quatro seções, incluindo a introdução. Os resultados aqui encontrados evidenciam o papel relevante do Museu da Gente Sergipana na cena cultural de Aracaju, mas mostram, por outro lado, que o processo de fidelização e identidade do residente com o espaço é algo ainda em processo de construção, que depende, em muito, das ações educativas para formação de público.

**Palavras-Chave:** Cultura; Valoração. Museu.

**Abstract:** The museums are part of the system of cultural production and dissemination of a particular region and are important adjuncts in the process of training and education of society. The Museum of People Sergipana is considered one of the most modern museums in the country, because of the latest technology it employs. It is intended, through this article, develop field research to recognize the relationship between culture and economy, in particular the role of Museum of People Sergipana located in Aracaju. The article is therefore divided into four sections, including the introduction. The present results show the important role of the Museum of People Sergipana in the cultural scene of Aracaju but show, however, that the process of loyalty and identity of the resident with the space is something still under construction, which highly depends on, educational activities for public education.

**Keywords:** Culture; Valuation; Museum.

## 1 INTRODUÇÃO

Museus assumem uma função determinante quando relacionada à memória e ao patrimônio cultural de uma sociedade. O processo de selecionar quais objetos e obras deverão ser conservados e preservados para a contemplação da sociedade, garante que a instituição museológica determine quais valores e conceitos serão parte da memória do contexto ao qual se propõe a ser um repositório.

Para o pesquisador e museólogo Mário Chagas, o museu, antes de tudo, é uma instituição de existência social, um fenômeno sociocultural. Assim, é necessário rever fatos que apontem para o trajeto construído pelas instituições em tempos anteriores (BEMVENUTI, 2007). Os museus são caracterizados como bens culturais que produzem impactos econômicos<sup>1</sup> e sociais diretos e indiretos para a sociedade.

Considerando esse papel da atividade museal, temos que, como parte integrante da produção cultural, um museu guarda especificidades já salientadas por Herscovici (2014, p. 88-89), são elas: os “gostos” não podem ser concebidos como dados exógenos, eles são o produto de determinadas relações sociais, ou seja, da interdependência generalizada dos agentes; na era das redes sociais e do desenvolvimento das diferentes redes eletrônicas, as novas formas de valorização econômica estão intrinsecamente ligadas à criação de utilidade social, ou seja, à interdependência dos agentes; é possível afirmar que os custos em trabalho não regulam os mercados dos bens simbólicos: a valorização desses bens é totalmente independente dos custos diretos e indiretos em trabalho; não existem preços reguladores a partir dos quais oscilam os preços de mercado, ou seja, a partir do momento que não há como determinar, a partir de critérios objetivos, o valor intrínseco deste tipo de bens, os mercados são altamente especulativos. Esta dimensão especulativa é uma das características do capitalismo contemporâneo, e se aplica tanto no mercado das artes, quanto nos mercados financeiros ou naqueles ligados aos diferentes tipos de capital intangível.

No caso específico desse estudo, a formação de hábitos, traduzidos pelo autor como gostos por

1 Mesmo não havendo informações totalmente sistematizadas na economia brasileira, a cultura é responsável por aproximadamente 4% do PIB anual e é reconhecida como um eixo estratégico de desenvolvimento socioeconômico pelo MinC (IBRAM, 2014).

atividades culturais, interação entre agentes na valorização econômica de um bem público e a dificuldade de atribuir preço, não porque seja parte integrante da especulação financeira, mas porque se trata de um bem público são pontos de análise.

A princípio, a formação de hábitos culturais, como visita frequentes a museus, pode ser entendida como criação/consolidação de informação. Os usuários do museu são aqueles que se apropriam de informações nele presentes na forma de um recurso comum. Em análise de Ostrom e Hess sobre o conhecimento na era digital (2007), as autoras apontam para o uso da informação em um dado contexto que é pertinente para análise da fruição cultural em um museu. Ressaltam que a comunidade pode estar envolvida com vários aspectos da governança, regulação, execução, educando outros membros da comunidade ou o público. Se os valores de uma comunidade são compartilhados, as estratégias podem afetar os padrões de interação resultantes. Por exemplo, a comunidade envolvida na produção e difusão do conhecimento em um museu, pode interagir de tal forma que a marca e identificação cultural daquele equipamento crie distinção e pertencimento, especialmente, à comunidade local.

Sobre esse aspecto, a leitura de *A Distinção* de Bourdieu (2007) é uma referência, uma vez que, de acordo com sua teoria, as condições de existência do indivíduo determinam o *habitus* do mesmo. O *habitus* representa um ‘sistema’ de disposições, ações, observações que são adquiridas pelo indivíduo nas vivências coletivas (as que são disponíveis ao mesmo) que, de alguma forma, influenciam a ação e representação do indivíduo. Ou seja, a posição social que o indivíduo apresenta resulta uma espécie de matriz que baliza a sua forma de agir e ser na sociedade. Mais uma vez, voltamos ao hábito e ao gosto, para compreender como moradores e turistas avaliam um bem comum, de caráter cultural, como é um museu e, nessa avaliação, como se sentem pertencidos (ou não) ao equipamento e seu acervo.

Em linha com o Ibram (2014), corroboramos que os museus integram o sistema de produção e difusão cultural de uma determinada região e são importantes coadjuvantes no processo de formação e educação da sociedade, contribuindo para o aumento da coesão social e da afirmação da cidadania e das identidades sociais.

Assim pretende-se, por meio deste artigo, desenvolver pesquisa de campo para reconhecer as

relações entre cultura e economia, em especial o papel do Museu da Gente Sergipana localizado em Aracaju. No que se refere à demanda privada, quais são as implicações da presença do equipamento para construção de uma marca, de um processo de fidelização e de identidade? Qual o perfil do público que frequenta este equipamento? Como tal público avalia este equipamento? Qual a sua disponibilidade máxima a pagar para visitá-lo? O artigo está, portanto, dividido em cinco seções, incluindo essa introdução. A segunda apresenta o Museu da Gente Sergipana. Em seguida, na terceira, trata-se da técnica aplicada. A quarta traz descrição da amostra e dos fatores associados à disponibilidade a pagar ingresso para entrada no MGS e, por fim, algumas considerações são feitas.

## 2 O OBJETO EM ANÁLISE: MUSEU DA GENTE SERGIPANA

Sergipe tem uma extensão territorial de 21.918 km<sup>2</sup>, com 75 municípios é considerado o menor estado em extensão territorial do Brasil. Possui 2.219.574 habitantes (IBGE, 2014). Ainda, de acordo com IBGE, em 2014, Sergipe registrou o maior PIB *per capita* do Nordeste e um crescimento quatro vezes maior que o PIB do país. Nesse mesmo ano, o Brasil obteve um crescimento real de 0,9% no PIB, Sergipe alcançou 3,6%. Os setores responsáveis pelos bons índices econômicos do estado foram serviços, indústria e agropecuária<sup>2</sup>. O PIB *per capita* do estado alcançou R\$13.180,93, sendo superior à dos outros oito estados do Nordeste. Outro indicador que merece destaque é o IDH- Índice de Desenvolvimento Humano, que, em quatorze anos, passou de 0,623 para 0,742, sendo considerado um dos melhores da região nordeste.

Com foco na nossa pesquisa, o estado de Sergipe possui 36 museus, dos quais 19 são localizados na capital Aracaju (IBRAM, 2014). Com uma grande diversidade de coleções, os acervos são divididos em antropológicos e etnográficos, arqueológicos, artes visuais, ciências naturais e história natural, tecnologia, imagem e som, artes visuais e história (CORREIA, 2015).

2 O setor de industrial obteve uma taxa de crescimento de 5,6%, destaque para a construção civil e indústria de transformação, com incremento de 12,8% e 9,5% respectivamente. O setor de serviços apresentou uma taxa de crescimento de 3%

O Museu da Gente Sergipana<sup>34</sup> foi inaugurado por ocasião dos cinquenta anos do Banco do Estado de Sergipe – Banese, em novembro de 2011, com o intuito de atender uma demanda social: construir uma identidade cultural local. É um projeto do Instituto Banese em parceria com o Governo do Estado de Sergipe. O instituto possui como mantenedores estatutários que arcam com todos os custos de gestão do Museu: Banese, Seac-Sergipe Administradora de Cartões e Serviços Ltda e a Banese Corretora de Seguros.

Situado no antigo Colégio Atheneu Pedro II<sup>5</sup>, inaugurado em 1926, popularmente conhecido como *Atheneuzinho*, uma das primeiras escolas da capital. As obras de restauro do prédio, bem como a coleta de dados e montagem dos ambientes que compõem o museu, levou cerca de quatro anos, com investimentos de R\$ 22 milhões para reforma, restauração arquitetônica do prédio, instalações, equipamentos de informática, multimídia e conteúdo e construção do estacionamento. Os ambientes saem da linha mais tradicional conhecida e rotulada dos museus, são interativos e com grande arcabouço tecnológico. Nesses ambientes, é possível contemplar o patrimônio material e imaterial pertencente ao povo de Sergipe, o que tem contribuído para o (re)conhecimento da cultura local (CONCEIÇÃO DA, 2014).

Figura 1 – Museu da Gente Sergipana



Fonte: Foto da fachada do Museu da Gente Sergipana (Portal MGS). Foto: Julio Cesar.

- 3 Doravante MGS.
- 4 Agrademos a direção do MGS por permitir a aplicação dos questionários.
- 5 Durante as décadas de 30 e 40, o nome do prédio passou por algumas mudanças. Nos anos 70, foi sede de vários órgãos públicos, até que, em 1985, foi tombado. Entre os anos de 1999 a 2007 ficou abandonado. Em 2008, o prédio foi cedido ao Banco do Estado de Sergipe-Banese, pois se tinha a intenção de construir um centro cultural. Em 2009, iniciaram-se as obras de restauro, finalizadas em 2011.

O acervo do museu é de tipologia antropológica e etnográfica, artes visuais, ciência e tecnologia, história e, imagem e som. Desde sua inauguração até abril de 2015, 285.507 mil pessoas visitaram o museu, entre habitantes do próprio estado, de outros estados e países.<sup>6</sup>

O MGS (Figura 1) é considerado um dos museus mais modernos do país, pelo fato da tecnologia de ponta que emprega. Conta com ambientes como: *Josevende* que representa as feiras espalhadas pelos 75 municípios do Estado, onde é encontrada uma espécie de holograma de um vendedor, que faz a demonstração da relação social entre o comerciante e o freguês; *Nossos trajes* que é demonstrado através de um espelho, onde se tem a oportunidade de “vestir” o traje de um folgado<sup>7</sup>, os movimentos são reproduzidos como se estivessem em um espelho doméstico; *Seu Repente e Seu Cordel*, em cabines a interação é feita a partir dos microfones, onde se tem a oportunidade de ler cordel ou de criar um repente, que é gravado e, se permitido pelo visitante, os vídeos são enviados para a internet; *Nossos falares*, são vocábulos utilizados pelos sergipanos, tais como: foló (folgado), marraia (bola de gude), entre outros; *Nossos leitos* é um ambiente que tem uma proposta de demonstrar a natureza presente no território sergipano entre eles: caatinga, mangue, praia; *Nossos pratos* permite ao visitante selecionar diferentes ingredientes e montar um prato típico; *Nossas roças* demonstram as atividades do setor primário da economia local; *Midioteca* através da biblioteca ou das mídias que contêm o acervo do museu em formato digital, o visitante pode expandir seu conhecimento sobre o museu; *Renda do tempo* uma espécie de linha do tempo com bordas em renda Irlandesa<sup>8</sup>, que apresenta os principais acontecimentos históricos do Estado; *Nossas praças* apresenta um carrossel onde é possível lembrar-se de um famoso carrossel (o do Tobias); *Nossas histórias* são nichos que demonstram vários elementos que vão desde as artes até os contos, passando pelos ciclos econômicos do estado; *Nossos cabras*, pessoas que marcaram a história do Estado, como Arthur Bispo do Rosário, Silvio Romero, Tobias Barreto entre outros; *Nossos marcos* corresponde a marcos arquitetônicos acionados através de um

pião; *Nossas festas* um jogo popularmente conhecido como amarelinha pintado no chão para os visitantes brincarem; *Nossas coisinhas*, um painel com vários elementos em miniatura onde se pode trabalhar a junção de pares iguais.

Além desses elementos, encontram-se, na área externa, pinturas com dizeres/expressões que, segundo os idealizadores do projeto, fazem parte do vocabulário sergipano, pois, dependendo da região do estado, também há modificação em seu significado. Esses falares são reproduzidos com sonorização no primeiro andar do museu, onde se encontra um mapa do Estado de Sergipe, com oito territórios desenhados no chão, sendo possível ouvir depoimentos de pessoas de cada região, a fim de verificar as linguagens regionais (MAFFEI, 2012).

Há uma sala de projeção com capacidade para 100 lugares, possui infraestrutura de som, iluminação, isolamento acústico e acessibilidade universal. É um espaço para apresentação dos vídeos institucionais, que apoiam o projeto do Museu, mostrando aspectos do estado de Sergipe, aspectos históricos, culturais, naturais, dentre outros.

Outro destaque do MGS é a *Loja da Gente*, aonde o visitante pode comprar *souvenires* que remetem a região e ao final do passeio é possível fazer um lanche no *Café da Gente*, onde são servidos lanches, almoços e o famoso café sergipano.

O resultado final de todo esse processo de resgate histórico e arquitetônico resultou em um complexo cultural que une passado, presente e futuro através de uma composição harmônica entre o antigo restaurado e reintegrado ao cenário urbano do Centro Histórico de Aracaju e o novo, marcado pela inserção de modernas estruturas metálicas, vidro e utilizando-se os recursos digitais como mediadores.

### 3 ALGUNS ASPECTOS DO MÉTODO DE VALORAÇÃO CONTINGENTE

A exemplo do realizado em artigo de Machado et al (2015) para o Circuito Cultural Praça da Liberdade, em Belo Horizonte, aplicaram-se dois questionários<sup>9</sup>. O primeiro voltado para o público visitante do museu e o segundo para transeuntes que nunca estiveram no museu. O objetivo da aplicação em duas amostras distintas é avaliar em que medida aqueles que o visitam tendem a sugerir um preço de

6 Disponível em: <www.museudagentesergipana.com.br>.

7 Grupo folclórico ou dos grupos que compõem as festas

8 Nobre renda do Estado feita pelas bordadeiras no Município de Divina Pastora.

9 Os questionários foram aplicados pelos discentes da Universidade Federal de Sergipe-UFS, Aldo Santos Lima e Joyce de Jesus Vieira.

ingresso mais elevado (ou não) em razão de terem apreciado (ou não) o acervo ali disponível.

Trata-se de uma técnica, denominada valoração contingente, utilizada para atribuição de valor a bens públicos, ou seja, bens que não são transacionados no mercado e cujo consumo não é rival, como é o caso de um museu. No âmbito da literatura de economia da cultura, os estudos tratam da disponibilidade máxima para fazer doações aos museus (SANTAGATA; SIGNORELLO, 2000) ou a disponibilidade para pagar ingressos (BEDATE et al, 2009).

Como muitos vieses podem ser observados nas respostas de atribuição de valor, tais como, entrevistados que tendem a avaliar positivamente os museus por serem bens meritórios e de entrada gratuita e/ou não diferenciam, em uma escala de preferência e em uma análise de custo-benefício, o nível e a prioridades de investimento público, tratando o gasto público em um ou mais equipamentos como algo único (DIAMOND; HAUSMAN, 1994), são incluídas outras perguntas no questionário para validar (ou não) a resposta dada.

A principal pergunta associada à valoração contingente nos questionários formulados é:

**20. Se você fosse estipular um valor para um valor de ingresso que permitisse entrada no Museu da Gente Sergipana, qual o valor você julgaria adequado?**

R\$ \_\_\_\_\_ [ ] Não sei

Antes dessa pergunta, o entrevistado é convidado a responder sobre seus atributos pessoais, suas condições socioeconômicas, hábitos culturais, incentivos e razões para visitar o museu e avaliação do acervo, serviços e espetáculos do museu (no caso de ter visitado), pertinência do gasto do estado em atividades culturais e informações sobre hospedagem, transporte e tempo de visita em Aracaju, caso seja turista. No que tange ao transeunte<sup>10</sup>, não visitante, não são feitas as perguntas referentes à avaliação da visita ao museu. A distinção da amostra ocorre na primeira pergunta do questionário, quando se indaga se a pessoa já visitou o Museu da Gente Sergipana.

Os questionários foram aplicados no período de 08 a 26 de junho de 2015 de forma aleatória, porém sem a construção de uma amostragem es-

tatística. Os visitantes somaram 130 e os não visitantes 48, o que representa 3,8% da visita no mês de junho de 2015.

## 4 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA E AVALIAÇÃO DA DISPONIBILIDADE A PAGAR

A composição por sexo reflete os resultados esperados – as mulheres tendem a frequentar mais atividades culturais vis-a-vis os homens, uma vez que o percentual de mulheres (66%) é muito superior ao de homens (32%) entre os visitantes, embora pouco distinto entre os não visitantes (Tabela 1).

Tabela 1 – Características socioeconômicas dos entrevistados (%)

	Não Visitante	Visitante
<b>Por sexo</b>		
Masculino	47,92	31,71
Feminino	52,08	65,85
Não respondeu	0	2,43
<b>Por faixa etária</b>		
15-19 anos	6,25	8,54
20-29 anos	56,25	24,39
30-39 anos	25	18,29
40-49 anos	8,33	17,07
50-59 anos	2,08	21,95
60-69 anos	2,08	6,10
70 anos ou mais	0	3,66
<b>Por escolaridade</b>		
Sem instrução escolar	0	1,22
Ensino Fundamental Incompleto	0	1,22
Ensino Fundamental Completo	0	2,44
Ensino Médio Incompleto	2,08	3,66
Ensino Médio Completo	37,5	15,85
Ensino Superior Incompleto	50	34,15
Ensino Superior Completo	8,33	30,48
Pós-Graduação	2,08	10,98
<b>Por faixa de renda domiciliar mensal</b>		
Até 720	10,42	6,1
Mais de 720 a 1.200	33,33	8,54
Mais de 1.200 a 2.000	16,67	14,63
Mais de 2.000 a 4.000	14,58	21,95
Mais de 4.000 a 6.000	14,58	12,20
Mais de 6.000 a 8.000	2,08	9,76
Mais de 8.000 a 10.000	2,08	4,88
Acima de 10.000	0	3,66
Não soube informar	6,25	18,29
<b>Por local de residência</b>		
Grande Aracaju	77,08	41,46
Interior de Sergipe	22,92	9,76
Outras localidades	0	48,78

Fonte: elaborada pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

<sup>10</sup> O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal de Sergipe autorizou essa pesquisa em 14/04/2015.

Na composição por idade, os não visitantes se concentram nas faixas etárias mais jovens, sobretudo de 20 a 29 anos. No entanto, os visitantes apresentam-se bem distribuídos entre as faixas etárias, dos 20 aos 60 anos, o que difere dos resultados da literatura, que sugerem que jovens dispõem de mais tempo para fruir de bens culturais.

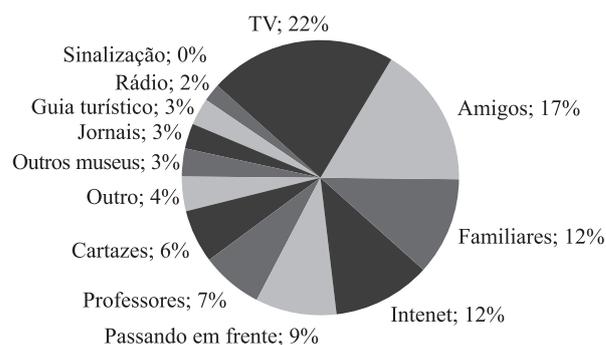
Quanto ao grau de escolaridade, prevalecem entre os não visitantes indivíduos com Ensino Médio Completo e Ensino Superior Incompleto. Já entre os visitantes, há maior proporção de indivíduos com Ensino Superior Incompleto ou Completo, indicando que, no geral, os visitantes possuem maior escolaridade, mas não se verifica uma grande disparidade.

Além disso, os não visitantes estão concentrados nas faixas mais baixas de renda domiciliar, até R\$1.200,00 por mês, enquanto os visitantes se concentram nas faixas de R\$1.200,00 a R\$6.000,00 por mês.

Os entrevistados apresentaram grande distinção quanto ao local de residência. Enquanto 100% dos não visitantes são residentes do estado de Sergipe – 77% destes sendo residentes da região metropolitana de Aracaju –, entre os visitantes a proporção de residentes de outros estados é próxima da metade. Este resultado é esperado, já que Aracaju é uma cidade turística. Os estados de origem dos turistas visitantes mais recorrentes são Bahia (18%), São Paulo (12%) e Rio de Janeiro (7%).

Entre os visitantes, a principal fonte de informação sobre a existência do museu apontada foi a TV, e a Internet ocupou a quarta posição, o que indica que a divulgação midiática do museu é eficiente. No entanto, o boca a boca entre amigos e familiares constitui expressiva parcela das fontes de informação, conforme pode ser visualizado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Principal fonte de informação sobre a existência do MGS



Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

A análise das Tabelas 2 e 3, relativas aos hábitos culturais dos entrevistados, mostra que os visitantes leem mais jornais (46%) e livros (82%) e vão mais ao cinema (38%) e ao teatro (9%). Embora nenhum transeunte tenha declarado frequentar o teatro ou concertos mais de cinco vezes ao ano, os não visitantes indicaram serem maiores frequentadores de shows (31%) que os visitantes. Para os demais hábitos, não houve distinção significativa.

Tabela 2 – Número de entrevistados que declararam hábito de ler, segundo formato (%)

	Jornal	Revista	Livro	Internet	E-book	Outros	Total de entrevistados
Não visitantes	29,17	35,42	68,75	50	8,33	2,08	48
Visitante	46,34	36,59	82,93	45,12	10,98	1,22	82
Total	40	36,15	77,69	46,92	10	1,54	130

Fonte: elaborada pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

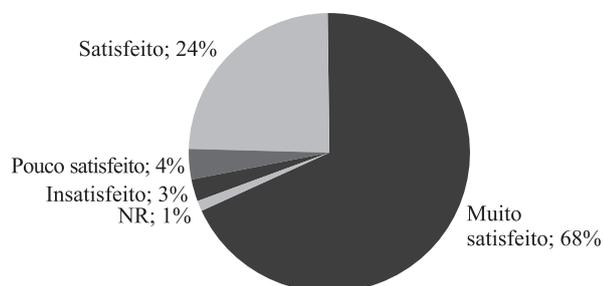
Tabela 3 – Número de entrevistados que declararam frequentar espaços/atividades culturais mais de 5 vezes ao ano (%)

	Cinema	Teatro	Concerto	Show	Dança	Total de entrevistados
Não visitantes	20,83	0	0	31,35	14,58	48
Visitantes	37,8	8,54	3,66	21,95	15,85	82
Total	31,54	5,38	2,31	25,38	15,38	130

Fonte: elaborada pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

Entre os visitantes, a avaliação do MGS é muito boa, porque 68% declaram estarem muito satisfeitos com a visita e 24%, satisfeitos (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Avaliação do Museu da Gente Sergipana pelos visitantes



Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

Observa-se, pela leitura da Tabela 4, que o valor médio da disponibilidade a pagar (DAP) ingresso é menor que 10 reais. A DAP dos não visitantes é maior que a dos visitantes, o que sugere um viés comum neste tipo de análise: atribui-se muito valor a algo meritório mesmo não tendo conhecimento sobre tal e, sobretudo, porque não há um custo efetivo. Também se nota uma baixa incidência, praticamente nula, de zeros de protesto.

Tabela 4 – Número de entrevistados segundo faixas de disposição a pagar e valor médio do ingresso

	0	>0-3	>3-7	>7-10	>10-15	>15-20	>20-25	NR*	Total	VMI
Não Visitantes	1	7	9	11	4	3	1	11	48	8,625
Visitantes	1	20	23	22	2	5	0	9	82	6,863
Total	2	27	32	33	6	8	1	20	130	7,444

Fonte: elaborada pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

Embora poucos indivíduos tenham declarado baixa satisfação, é possível ver uma relação direta entre satisfação com o museu e DAP média,

dado que a DAP dos indivíduos muito satisfeitos foi significativamente maior que a dos satisfeitos (Tabela 5).

Tabela 5 – Número de visitantes segundo faixas de disposição a pagar e avaliação do Museu

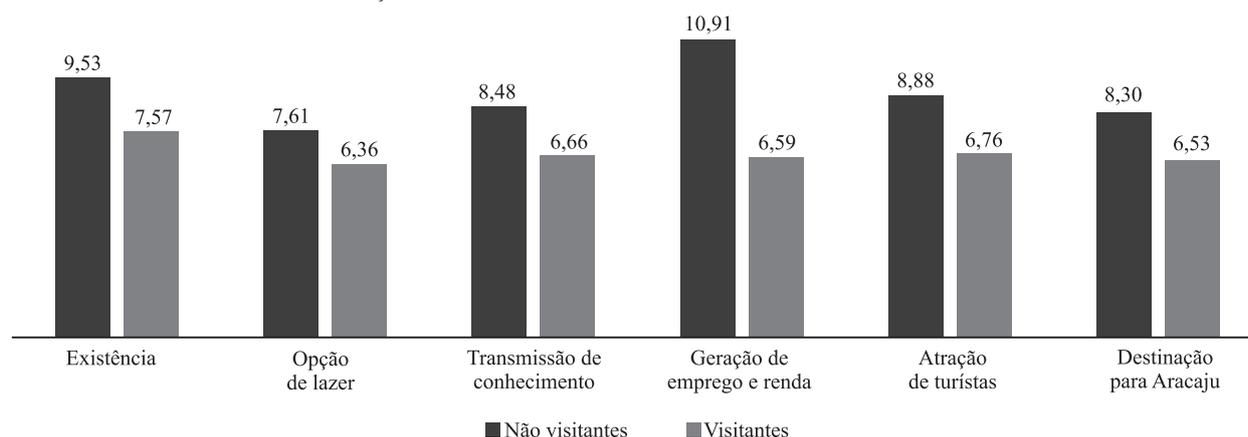
	0	>0-3	>3-7	>7-10	>10-15	>15-20	NR*	Total	Média
Insatisfeito	0	1	0	1	0	0	0	2	6
Pouco satisfeito	0	2	1	0	0	0	0	3	2,333
Satisfeito	1	5	7	2	1	1	3	20	5,823
Muito Satisfeito	0	12	15	18	1	4	6	56	7,46
NR*	0	0	0	1	0	0	0	1	10
Total	1	20	23	22	2	5	9	82	6,863

Fonte: elaborada pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

O principal motivo de valorização do museu apontado pelos não visitantes dispostos a pagar valores mais altos foi a geração de emprego e renda. A disposição a pagar, neste caso, pode estar

relacionada ao retorno do dinheiro investido para a economia. O motivo existência também corresponde a médias altas de DAP, tanto entre não visitantes, como entre os visitantes (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Motivo de valorização do Museu e DAP



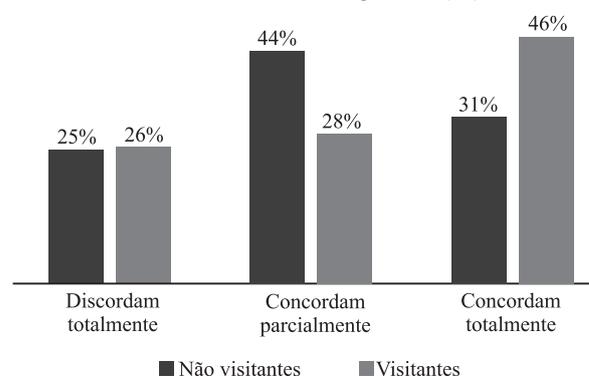
Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

Quando perguntados se o pagamento de ingresso era uma barreira à entrada em um museu, aproximadamente 75% dos entrevistados concordaram total ou parcialmente com a afirmação. Entre os visitantes, a maioria concorda totalmente. Já entre os não visitantes, a maioria concorda parcialmente.

Cerca de 20% dos indivíduos explicaram sua resposta diante da afirmação. A maioria deles discorda totalmente ou concorda parcialmente, justificando que o pagamento do ingresso deve servir para custear as despesas do museu com manutenção e manter a estrutura adequada à visitação. Alguns dos que discordam ou concordam parcialmente afirmam que o pagamento do ingresso é importante, pois a cultura deve ser valorizada e o pagamento vale a pena. Outros indivíduos, por outro lado, que concordaram total ou parcialmente, pensam que a população de baixa renda fica excluída do acesso à cultura, pois não tem condições de arcar com os custos do ingresso (Gráfico 4). Como justificativas dadas encontram-se: “É necessário pagar os custos de funcionamento”; “É preciso manter a estrutura adequada à visitação”; “Porque a cultura tem que ser valorizada”; “Vale a pena pagar”; “As pessoas têm outros gostos mais fúteis”; “Preços muito altos para um salário pequeno”; “Porque pessoas de baixa renda deixarão de ir”; “Pois quem não tem condições de pagar fica fora. Como se fosse uma ‘barreira’ cultural”.

As justificativas acima reportadas evidenciam, por um lado, conhecimento sobre problemas referentes à sustentabilidade de um equipamento cultural, como um museu e, por outro lado, o reconhecimento de que a demanda por essas visitas é fortemente afetada pelo nível de renda da população. Fatores estes já apontados na literatura (FARIA; MACHADO, 2015; MACHADO et al., 2015).

Gráfico 4 – Posição dos indivíduos quanto à afirmação sobre o ingresso (%)



Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados levantados dos questionários.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa de campo aplicada em visitantes e não visitantes para reconhecer as relações entre cultura e economia no Museu da Gente Sergipana, observamos que o perfil do visitante é em sua maioria mulher, com faixa etária distribuída entre 20 e 60 anos, ensino superior incompleto ou completo, com faixa de renda entre R\$ 1.200,00 a R\$6.000,00 por mês e residentes em outros estados (aproximadamente a metade). Já o perfil dos não visitantes quanto ao sexo não ocorre com muita distinção entre homens e mulheres, faixas etárias entre 20 a 29 anos, ensino médio completo e superior incompleto, com renda mensal até R\$1.200,00 e, todos os entrevistados residentes no estado de Sergipe. A principal fonte de informação sobre o museu para o visitante é a TV, o boca a boca entre amigos e familiares. Os hábitos culturais dos visitantes se concentram em jornais, livros, cinema e teatro. Enquanto para os não visitantes, seus hábi-

tos concentram-se em shows. Quanto à avaliação da visita ao Museu, a maioria dos visitantes declararam estarem muito satisfeitos. A disponibilidade a pagar (DAP) é divergente entre os visitantes e não visitantes, uma vez que os não visitantes ainda não conhecem o museu e o valor atribuído é dado como meritório. Para os visitantes a DAP teve um relação direta entre o grau de satisfação e a disposição a pagar.

Os resultados aqui encontrados evidenciam o papel relevante do Museu da Gente Sergipana na cena cultural de Aracaju. Entretanto, ao contrário do prescrito por Ostrom e Hess (2007), os valores da comunidade compartilhados em um bem público que traz a história e saberes da gente sergipana, como o próprio nome enfatiza, não a mobiliza, provavelmente porque as estratégias de sua construção e os padrões de interação desenvolvidos não foram capazes de motivar identificação e pertencimento nessa comunidade. Associado a esse achado, observa-se que a valorização cultural se distingue da econômica, porque os visitantes se pronunciam de forma mais intensa contra a cobrança de ingressos, embora, entre eles, o maior valor médio de ingresso é atribuído à importância da existência do museu para a cidade.

A interação entre a comunidade e gestores da cena cultural, sobretudo gestores do museu, pode reforçar a formação de *habitus*, promovendo algo distinto do proposto por Bourdieu. As ações educativas junto a escolas públicas trazem não só a possibilidade de interação dinâmica com uma comunidade mais carente, de estrato social em que o acesso a atividade cultural é bem restrito, mas também protagonista de um saber tradicional que a distingue e é conteúdo do conceito deste museu. Assumindo novas estratégias, provavelmente, o processo de fidelização e identidade do residente com o espaço pode ser construído de forma mais legítima e pertencida.

## REFERÊNCIAS

- BEDATE, A. M.; HERRERO L.C.; SANZ J. A. Economic valuation of a contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty question. **Journal of Cultural Economics**, v. 33, n. 3, p. 185-199, 2009.
- BEMVENUTI, A. Museu para todos: o papel da ação educativa como mediadora cultural. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES DE ARTES PLÁSTICAS DINÂMICAS EPISTEMOLÓGICAS EM ARTES VISUAIS, 16., 2007. Florianópolis-SC. **Anais...**, Anpap, 2007.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- CONCEIÇÃO DA, M. R. M. Museu da Gente Sergipana: memórias, imaginários e representações. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL – POLÍTICAS CULTURAIS, 5., Setor de Políticas Culturais – Fundação Casa de Rui Barbosa, 2014, **Anais...**, Rio de Janeiro, 2014.
- CONCEIÇÃO DA, M. R. M. Materialização de políticas culturais: o museu da gente sergipana e a construção de identidades. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL – POLÍTICAS CULTURAIS, 5º. Setor de Políticas Culturais – Fundação Casa de Rui Barbosa, 2014. **Anais...**, Rio de Janeiro, 2014.
- CORREIA, M. W. O. **Museus, criatividade e desenvolvimento: o caso de Sergipe**. São Cristóvão, 2015. 75 fls. Dissertação (Mestrado) - Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Economia da Universidade Federal de Sergipe, 2015.
- DIAMOND, P.A.; HAUSMAN, J.A. Contingente evaluation: is some number better than no number? **The Journal of Economic Perspective**, v. 8, n. 4, p. 45-64, 1994.
- FARIA, D.; MACHADO, A. F. Factors associated to art museum visitation: the Inhotim case. **Business Management Review (BMR)**, v. 5, p. 196-207, 2015.
- HERSCOVICI, A. Economia política da comunicação: uma tentativa de definição epistemológica. **Revista Eptic Online** v. 16, n.3, p. 84-98. Set-dez, 2014.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Brasília: IBGE, 2014. Disponível em: < www.ibge.gov.br > . Acesso em: 10 out. 2015.

IBRAM- INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Brasília: IBRAM, 2014. Disponível em: <[www.museus.gov.br/ibram-publicacao](http://www.museus.gov.br/ibram-publicacao)>. Acesso em: 25 ago. 2015

MACHADO, A. F.; FARIA, D.; DINIZ, S. C.; PAGLIOTO, B.; MICHEL, R. C.; MELO, G. V. Fatores associados à avaliação de bens públicos: o caso do Circuito Cultural Praça da Liberdade. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE PESQUISA EM CULTURA, 3., 2015, Crato-CE. **Anais...**, Ceará, 2015.

MAFFEI, W. R. **O impacto das tecnologias da informação e comunicação em Museus:** estudo de caso no Museu da Gente Sergipana. Porto Alegre. 2012. 79 fls, Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Sul- Cinted/UFRGS, 2012.

MGS. MUSEU DA GENTE SERGIPANA. Aracaju: MGS: 2015. Disponível em: <[www.museudagentesergipana.com.br](http://www.museudagentesergipana.com.br)> Acesso em: 10 ago. 2015.

MUSEUS e a dimensão econômica: da cadeia produtiva à gestão sustentável. Instituto Brasileiro de Museus. 142 p. Coleção Museu, Economia e Sustentabilidade, v. 2, Brasília, DF: Ibram, 2014.

OSTROM, E.; HESS, C. **A framework for analyzing the knowledge commons.** In: HESS, C.; OSTROM, E. (Ed.). *Understanding knowledge as a commons.* Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 2007.

SANTAGATA, W.; SIGNORELLO, G. Contingent valuation of a cultural public good and policy design: the case of “Napoli Musei Aperti”. **Journal of Cultural Economics**, v. 35, p.181-204, 2000.