

## ECONOMIA DA CULTURA E OS EQUIPAMENTOS CULTURAIS: A VALORAÇÃO SIMBÓLICA COMO DETERMINANTE DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA OS CENTROS URBANOS.

Autores: Luana Priscila Betti<sup>1</sup>

Leandro Valiati<sup>2</sup>

### RESUMO

Esse artigo tem por objetivo compreender, em sentido amplo, à luz da economia da cultura e da sociologia do território, de que forma a expressão de valor simbólico, apropriado pela instalação de bens e equipamentos culturais nos centros urbanos, interfere no bem-estar dos agentes econômicos. Em um segundo momento, como expressão instrumental da economia da cultura na cidade, enquanto caso particular, aplicaremos o método chamado valoração contingente, como mecanismo de compreensão dessa valoração subliminar associada um equipamento cultural do centro da cidade de Porto Alegre. Os resultados dessa análise podem ser úteis ao fornecerem dados objetivos para instrumentalizar certas políticas de planejamento para os bens urbano-culturais, com base na expressão dos agentes que os praticam.

**Palavras-chave:** Centros urbanos, economia, cultura.

### 1. Economia, Cultura, Território e Valor Simbólico

Praticado, sociabilizado e identificado. É a forma natural com que se apresenta o centro da cidade, sobretudo quando pensamos nos agentes que se utilizam desse espaço, que é referencialmente de todos, patrimônio inegável do tecido urbano de uma cidade. Agentes de todas as classes o praticam, seja como lugar de passagem, lugar de trabalho, lugar de consumo, eixo de deslocamento para outros bairros, local de práticas sociais. Particularmente, esses agentes têm no centro referências importantes, que orientam a sua percepção de forma ampla, permitindo a prática desse espaço. Essas referências podem ter origens econômicas e simbólicas, que contribuem para a construção de acumulações materiais e simbólicas que, antes de tudo, são fruto de uma identificação com o local e com o que ele representa. O recorte que esse estudo propõe nesse aspecto específico é que essa prática do espaço por agentes variados, de diversas origens em termos de classes sociais, é facilitada nos centros renovados pelo consumo e práticas culturais, sobretudo por elementos simbólicos que promovem essa integração (que

---

<sup>1</sup> Graduanda em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: luabetti@gmail.com.

<sup>2</sup> Economista, Mestre, Doutorando em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: l.valiati@terra.com.br.



inclusive, podem ser apropriados economicamente, de forma multifacetada, por todos esses agentes).

Dessa forma, para capturarmos esse fenômeno, se fazem necessárias interações entre os campos analíticos da sociologia do território e economia da cultura, em perspectiva dos aspectos atinentes à formação de valor simbólico em função das identidades territoriais a partir de práticas espaciais, interagindo com a chamada economia da cultura, por seus aspectos simbólicos e materiais.

Nesse sentido, dado que o espaço aludido nesse caso específico é o dos centros renovados para o consumo e práticas culturais, a sociologia do território tem condições de oferecer instrumental teórico que dialoga com a economia da cultura, indo ao encontro das perspectivas de valoração do imaterial atinentes a este ramo da economia. Particularmente, isso se torna viável quando nos remetemos à idéia de valoração indireta e imaterial, expressas na prática de espaços e constituição de territórios. Esses elementos, por sua vez, são indissociáveis das práticas estabelecidas para construção das categorias de espaço e território, na medida em que o valor cultural aparece neste trabalho como elemento que, em boa parte, brota da identidade estabelecida a partir das práticas para a construção das referidas categorias espaciais.

Para Haesbaerth (07) é a partir da consideração desses elementos relacionais que se estabelece o núcleo duro da relação entre identidade e território. Isso, ao considerarmos as aplicações do termo afetas à Geografia Cultural e Economia Regional. Se, a partir desses campos de estudo, o conceito de território aparece como uma dimensão do espaço geográfico, capaz de apreender a dimensão política e de relações de poder, também o território político passa pelos conceitos de região, paisagem e, sobretudo, lugar.

As questões econômicas apropriam o conceito de lugar fundamentalmente a partir de três elementos trazidos por Castello (07): i. o lugar como expressão de arranjos motivados pelo mercado imobiliário; ii.<sup>3</sup> a conversão do lugar em mercadoria (*commodities*) e iii. o lugar como estratégia de marketing no chamado turismo cultural.

De acordo com Fainstein (01), muitos valores associados a lugares de memória também se associam ao que pode ser tratado como economia do lugar, em que certos arranjos locacionais caracterizam-se pelo valor econômico. Essa autora promoveu um amplo estudo sobre a explosão dos mercados imobiliários de Nova Iorque e Londres no início da década de 80<sup>1</sup>, que precisou ter seus fatos geradores revistos, tendo em vista a

---

<sup>3</sup> Economista, Mestre e Doutorando Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

recessão ocorrida pouco tempo depois. O que fica como marca dessa observação e que após o período em que o capitalismo financeiro aparecia como responsável pelo empuxo dessa expansão imobiliária, a própria demanda aparece como elemento fundamental quando este perde protagonismo. Para a autora há “fatores econômicos, políticos, tecnológicos e culturais que influenciaram a os investidores a tomar decisões”. Decisões essas que alteraram definitivamente o perfil dessas cidades.

Nesse sentido, para Fainstein (02), o lugar partindo da economia é componente fundamental para o bem-estar (a partir da conceituação econômica deste), pois:

*“ (a) provê uma base para a congregação humana*

*(b) localiza o desenvolvimento econômico e o consumo*

*(c) é o lócus da representação política*

*(d) é o palco onde as políticas públicas atuam sobre as pessoas”*

O lugar, nesse sentido, tem papel elementar no bem-estar econômico, expediente que é fortalecido quando no processo de formação de *commodities* a partir da apropriação de valores culturais, dada a presença de aspectos como externalidades e valorações típicas da ocorrência de bens de mérito.

De outra forma, a partir de um espectro material, atribuindo novo sentido ao conceito original de lugar, Castello trata o mesmo de forma mais ligada a fatores típicos da economia: lugar como componente do mercado imobiliário; lugar como objeto de valor de troca (*commodity*); lugar como estratégia de marketing no desenvolvimento do turismo cultural. Esses componentes, ao serem aprofundados, podem orientar o condicionamento econômico da formação do lugar.

Neste sentido, em pesquisa sobre os estímulos percebidos na área central de Porto Alegre, Castello (07) indica:

*“Ali [na área central], o quadro urbano é suporte, mais do que em qualquer outra parte da cidade, de acumulações de todo o tipo – físicas, sociais e simbólicas. Na verdade, é a área mais rica em significado histórico-cultural, pois nela estão contidas as imagens de todos os diferentes tempos da cidade, o registro da memória informativa acumulada da própria existência da cidade e – imersos no multifacetado contexto da área central – os novos estímulos atuais...”*. (Castello, 07, p 159)

A pesquisa apura um “repertório de elementos referencias” do centro da cidade em dois momentos distintos (1985 e 1995), com resultados de relevância para o assunto aqui abordado. A apuração de 1985 (logo, prévia ao processo de instalação dos

equipamentos culturais aqui referidos) propõe a seguinte questão: “Cite, agora, alguns lugares ou prédios que lhe vêm à cabeça quando se fala em centro de Porto Alegre”. A tabela é abaixo reproduzida e o traz constatação de relevância a este estudo, na medida em que os prédios históricos que foram convertidos em equipamentos culturais – ou restaurados para esse fim - na década de 90, são citados como elementos referenciais da cidade. É uma legitimação identitária que seguramente transbordou seu sentido para os equipamentos culturais, em um trânsito da relação de pertencimento que migra do que era comercial, fiscal, financeiro, para o que produz bens e serviços culturais. Para as correlações aqui levantadas, a pesquisa é profícua em estabelecer o nexu identitário entre os habitantes da cidade e os elementos aqui levantados, principalmente no que diz respeito à sua função prévia ao estabelecimento do entorno cultural. Abaixo segue reprodução da tabela:

#### **Elementos que mais lembram o centro de Porto Alegre (1985)**

	<b>Elementos mais citados</b>	<b>Nº citações</b>		<b>Elementos mais citados</b>	<b>Nº citações</b>
<b>1</b>	Mercado	54	<b>18</b>	Casas Masson	9
<b>2</b>	<b>Praça da Alfândega</b>	<b>46</b>	<b>19</b>	Lojas Renner	9
<b>3</b>	<b>Rua da Praia</b>	<b>44</b>	<b>20</b>	Chalé da Praça XV	8
<b>4</b>	Prefeitura	32	<b>21</b>	Praça Montevideu	8
<b>5</b>	Praça da Matriz	21	<b>22</b>	Santa Casa de Misericórdia	8
<b>6</b>	Catedral Metropolitana	20	<b>23</b>	Viaduto Otávio Rocha	7
<b>7</b>	Praça XV	17	<b>24</b>	Rua Voluntários da Pátria	7
<b>8</b>	<b>MARGS</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	Palácio da Justiça	6
<b>9</b>	<b>Correio Velho</b>	<b>15</b>	<b>26</b>	Livraria do Globo	6
<b>10</b>	Lojas Americanas	15	<b>27</b>	Galeria Chaves	6
<b>11</b>	Avenida Borges	15	<b>28</b>	<b>Antigo Hotel Majestic</b>	<b>6</b>
<b>12</b>	Palácio do Governo	12	<b>29</b>	Edifício da CRT	6
<b>13</b>	Teatro São Pedro	12	<b>30</b>	Banco do Brasil	5
<b>14</b>	Edifício SULACAP	11	<b>31</b>	Calçadão da Rua da Praia	5
<b>15</b>	Correio Novo	9	<b>32</b>	Lojas Mesbla	5
<b>16</b>	Galeria Malcon	9	<b>33</b>	<b>Ant. Usina do Gasômetro</b>	<b>5</b>
<b>17</b>	Edifício Santa Cruz	9	<b>34</b>	Avenida Salgado Filho	5

**Tabela 1. In Castello (07), pg. 157/158**

Um elemento importante é o fato de que, ainda que a maioria desses prédios seja de propriedade privada, são percebidos como públicos e, a maior parte dos prédios convertidos em equipamentos culturais aqui estudados teve referências estabelecidas

Essa relação identitária expressa nos indica que algo de referencial incorpora-se nestas ações, na medida em que o imaginário prévio aos prédios que deram origem aos equipamentos culturais presentes no centro de Porto Alegre é fato de clara percepção. As citações dão conta de que há um forte vínculo dos mesmos com a forma a partir da qual os agentes entendem o centro da cidade, o que legitima inclusive as táticas de apropriação desse espaço via ações culturais que, de certa forma, associam-se aos aparelhos culturais e, por conseguinte, ao centro.

Nesse sentido, abaixo reproduzimos tabela comparativa:

#### Comparação entre os lugares de referência

<b>Elementos que lembram o centro de Porto Alegre (1985)</b>	<b>%</b>	<b>O que mostrar a um conhecido (1995)</b>	<b>%</b>
<b>Rua da Praia:</b> Começo (quartéis; <b>ponta do Gasômetro</b> ); <b>parte antiga</b> ; calçadão; Galeria Chaves; esquina democrática; <b>hotel Majestic</b> ; lojas Americanas.	<b>29,5%</b>	<b>Praça da Matriz e entorno:</b> Assembléia Legislativa; Biblioteca; Catedral Metropolitana; Theatro São Pedro; Palácio Piratini; Solar dos Câmara.	<b>14,6%</b>
Praça da Matriz e entorno: Assembléia Legislativa; Biblioteca; Catedral Metropolitana; Theatro São Pedro; Palácio Piratini; museu Julio de Castilhos; rua Duque de Caxias	20.5%	<b>Mercado Público:</b> Chalé da Praça XV; Praça Montevideú; Largo Glênio Peres; Banca 40; Prefeitura Velha; pombas na frente da prefeitura	<b>12,5%</b>
<b>Praça da Alfândega</b> <b>MARGS</b> , edifícios antigos	<b>17,0%</b>	<b>Casa de Cultura Mário Quintana</b>	<b>11,9%</b>
Nada	<b>6%</b>	<b>Usina do Gasômetro e arredores</b>	<b>11,7%</b>

Analisando o exposto, há claras externalidades positivas das práticas culturais no centro de Porto Alegre quando percebemos o protagonismo dos aspectos culturais nessa análise de referências. Particularmente, há uma clara permanência entre as pesquisas dos equipamentos urbanos que aqui estudamos enquanto parte do processo de reabilitação do centro, promovendo a formação de estoques intertemporais de capital cultural.

## 2. O método de valoração contingente, valor simbólico e a Economia Urbana

Alguns métodos vêm sendo utilizados em trabalhos na área de Ciências Econômicas visando precificar equipamentos urbanos em função de variáveis explicativas como sua localização relativa<sup>ii</sup>, seu tamanho em m<sup>2</sup>, e até mesmo de variáveis que capturem a presença de externalidades<sup>iii</sup>.

Uma forma de valoração é a Teoria da Localização Residencial, usada na Economia Urbana, a qual trata “*a cidade como um produto de mercado*” (Abramo, 2001). Esse modelo da Escolha Residencial parte das contribuições de (Wingo, 1961) e (Muth, 1985) e conceitua que a decisão dos indivíduos quanto à escolha de sua morada se dá em termos de maximização de utilidade, isto é, o indivíduo é tido como agente econômico racional que visa maximizar seu bem-estar quando opta por sua residência. Em outras palavras, podemos dizer que as pessoas escolhem uma combinação ótima; menor distância até o Centro da cidade com o menor nível de criminalidade e maior tamanho em m<sup>2</sup>, sujeito à restrição orçamentária. A função de utilidade é tida, formalmente como

$$U = U(z, q, t)$$

onde,

$z$ : representa todos os bens que não pertencem à dimensão residencial, mas compõem a cesta de consumo do indivíduo;

$q$ : representa a superfície de terreno ocupada;

$t$ : diz-se a distância do domicílio ao Centro da cidade.

A Teoria da Localização Residencial, entretanto, falha ao não incluir como variáveis decisórias as externalidades que compõem o ambiente onde se dará a locação do terreno. Por isso, tornou-se usual incluir o Modelo de Preços Hedônicos formalizado por (Rosen, 1974), o qual consiste em definir um bem como heterogêneo. Assim, o bem, em si, não produz utilidade ao consumidor; ele possui características (mais de uma), e essas características fazem surgir a utilidade. Podemos fazer a relação deste método com Economia Urbana usando o preço dos imóveis como bem heterogêneo, composto por  $n$ -variáveis, fatores estruturais de seus apartamentos- podendo estes ser expressos em termos de m<sup>2</sup> ou número de quartos ( $S$ )-, de sua acessibilidade ao CBD ( $A$ ) e de alguns fatores ambientais que são relativos à região  $R$  onde o imóvel se encontra ( $E$ ). Mais especificamente temos:

$$P(s, e, a) = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 E + \beta_3 A$$

sendo  $\beta_i$  os respectivos coeficientes( parâmetros)<sup>iv</sup>.

Embora este método seja capaz de capturar algumas amenidades urbanas, certas externalidades não têm seu valor incluído nesta análise. É o caso do valor simbólico, que se faz presente ao estudar bens culturais- mais especificamente patrimônio cultural e/ou histórico no âmbito urbano. Para conseguirmos valorar aqueles componentes do tecido urbano dotados de valor cultural utilizaremos, portanto, o Método de Valoração Contingente (MVC) a ser apresentado na próxima seção.

## **2.1 O Método de Valoração Contingente**

O paradigma econômico neoclássico, vigente na Ciência Econômica atual, pressupõe que, uma vez que os bens disponíveis para consumo na sociedade são finitos e escassos, cabe ao indivíduo fazer escolhas racionais que lhe tragam benefícios. Isto é, tendo uma restrição orçamentária, o indivíduo tem de optar por quais bens consumir, dentre uma cesta ofertada, a fim de maximizar seu nível de bem-estar (utilidade).

Essa análise é operacionalizada em função do preço de cada bem e da utilidade que lhe é conferido particularmente; i.e., se a utilidade que este tem ao indivíduo for maior que seu preço, ele optará por consumi-lo. Em termos de bens privados, esse preço é aquele de mercado, onde demandantes e ofertantes determinam o preço de equilíbrio de seu mercado particular. Já os bens públicos<sup>v</sup>, que é o caso de equipamentos urbanos que detém alguma capacidade identitária, não possuem um mercado próprio que os transacione (e, portanto, dele não se podem derivar preço ou quantidade de equilíbrio), por isso seu valor a cada pessoa- e, portanto, seu valor agregado a sociedade- é desconhecido. Esse valor vem a ser importante para que políticas públicas sejam eficientes ao moldar o tecido urbano mantendo o sentido econômico, dado que os recursos públicos também são escassos e se faz necessário que a gestão os empregue de maneira eficiente.

Além disso, ao tratarmos diretamente de bens culturais, temos de considerar que estes, segundo Throsby(2001), são dotados tanto de valor cultural quanto de valor econômico. Esse último pode ser analisado simplesmente em função de uma quantia monetária, já o valor cultural “...é parte de um sistema de idéias, crenças e tradições de um grupo e que faz com que cada indivíduo componente obtenha uma satisfação ao possuir um grau de identidade com seus companheiros.” (Florissi e Valiati, 2005).

Por todas essas especificidades que são apresentadas e por se tratar de bens que não são transacionados em mercado<sup>vi</sup>, faz-se necessário, ao analisar equipamentos

urbanos, o uso de um método que nos disponha de algum artifício para estimar seus valores. Tal metodologia deve ser capaz de mensurar tanto valores econômicos da amenidade quanto aqueles que lhe são intrínsecos (esses detêm a identidade histórica e/ou cultural de um grupo ou suas crenças religiosas,...). A Economia do Meio Ambiente- para valorar certos atributos da natureza como qualidade da água, poluição do ar,... - vem fazendo uso de Valoração Contingente que consiste na criação de um mercado hipotético que seja capaz de transacionar uma amenidade ambiental.

O Método de Valoração Contingente (MVC) supõe o mesmo critério neoclássico: os indivíduos são aqueles que melhor julgam seus próprios bem-estares. E mais, os consumidores têm preferências bem definidas por bens públicos e sua demanda pode ser mensurada como a quantidade de outras mercadorias ordinárias que eles estão dispostos a dispensar para que possam consumir uma unidade do bem em questão<sup>vii</sup>. O MVC nos permite criar um mercado hipotético, onde os indivíduos possam revelar sua preferência pelo bem estudado. Isso é feito através do conceito econômico de Disposição a Pagar (DAC)<sup>viii</sup>, ou seja, o nível de bem-estar é dado pela máxima quantia monetária que o consumidor está disposto a pagar pela mercadoria em questão. Formalmente, ainda podemos conceituar a DAP como o montante a ser retirado da renda(Y) para que a função de utilidade do indivíduo permaneça constante,

$$v(P, Y - DAP, \gamma_1) = v(P, Y, \gamma_0)$$

onde  $v$  representa a função utilidade indireta;  $P$ , o vetor preços e  $\gamma$ , níveis de quantidade ou qualidade do bem.

O valor capturado pelo MVC, segundo Pearce e Turner (1991), agrega tanto o valor de uso quanto o valor de não-uso<sup>ix</sup> do bem ou serviço ambiental. O primeiro consiste na utilidade que a amenidade ambiental pode gerar ao indivíduo pelo seu uso direto; o segundo é aquele valor que representa uma característica inerente do bem, que independe de seu consumo efetivo. Randall(1980) estressa mais esses últimos conceitos para a sua subdivisão em:

- (i) *Option Value*
- (ii) *Quase-option value*
- (iii) *Existence value*
- (iv) *Vicarious use;*<sup>x</sup>

Sua operacionalização consiste em aplicar *surveys* que recriem a uma amostra populacional apropriada um mercado hipotético o qual seja capaz de transacionar o Valor Econômico Total do bem público. Tais perguntas devem, portanto, ser capazes de



captar a máxima quantia monetária que cada indivíduo está disposto a pagar (Disposição a Pagar - DAP) <sup>xi</sup> para que uma melhoria ambiental seja implementada, ou mesmo para que se dê a conservação de um sítio histórico/cultural.

No domínio da Economia do Meio Ambiente pode-se utilizar de tal método para analisar questões do tipo “Quanto você estaria disposto a pagar para preservar uma reserva ecológica ou um recurso natural?”; no caso da Economia da Cultura, por exemplo, podemos articular com: “Quanto você estaria disposto a aceitar de compensação para não usufruir de um bem cultural?” <sup>xii</sup>.

Mitchell e Carson (1989) propõem que um cenário para pesquisa de valoração contingente deve ser composto por três elementos:

- (i) descrição detalhada de bens e serviços dentre os quais o entrevistado deve escolher
- (ii) perguntas que devem estimar o valor atribuído pelo indivíduo ao bem em questão
- (iii) características socioeconômicas referentes ao entrevistado.

### **3. Aplicação do CVM à Casa de Cultura Mário Quintana**

Inicialmente sob a condição de Hotel Majestic, instituído em 1923, a atual Casa de Cultura Mário Quintana (CCMQ) é hoje um importante cenário para a atividade artística de Porto Alegre e do estado do RS. Detentora de um grande acervo fixo em obras de arte, a Casa foi aberta em setembro de 1990, após um longo período de reformas sobre o prédio do antigo hotel posto à venda em 1980. Tal esforço do governo estatal foi feito para que se mantivesse o patrimônio cultural, aludido pela população, o qual o Hotel Majestic e seu estoque de valor histórico representavam para a cidade. O Majestic foi, em 1983, então arrolado prédio de valor histórico e iniciou-se sua transformação em Casa de Cultura, batizada em homenagem ao poeta Mário Quintana (antigo hóspede do Hotel).

Por ser um dos expoentes do Corredor Cultural situado no Centro Histórico de Porto Alegre, a CCMQ foi tomada como nosso objeto de análise, uma vez que abriga uma grande diversidade de atividades culturais- e, portanto, de público.

Foram aplicados questionários (disponíveis em anexo) a duas amostras de freqüentadores da CCMQ em dois períodos de tempo distintos, totalizando 108 respostas válidas, onde a pergunta decisória (à parte das condições socioeconômicas dos entrevistados) foi a seguinte:

*“Suponha que a Casa de Cultura Mário Quintana não fosse mais financiada, quanto você estaria disposto a pagar mensalmente para manter essa instituição em funcionamento? ( sem incluir o preço do ingresso a pagar por atividade)”.*

Estes *surveys* foram elaborados segundo duas variantes do Modelo de Valoração Contingente: *Open Ended* e Cartões de Pagamento. A metodologia *open-ended* se constitui em perguntar ao indivíduo sem nenhuma restrição algo da forma: “Quanto você estaria disposto a pagar para tal melhoria ambiental?” e considerar esse valor como sendo sua medida direta de bem-estar. Esse tipo de pesquisa encontra muitas limitações, pois ao se deparar com a questão em aberto, o entrevistado não tem referência alguma de valor e acaba, por muitas vezes, concedendo respostas improváveis. Por esta razão (espectro de resposta muito amplo, concedeu desvio padrão muito elevado), optamos pela variante Cartões de Pagamento.

Hanley e Spash(1993) citam o método Payment Cards, o qual consiste em apresentar opções pré estabelecidas de valores( ou intervalos de valores) a serem escolhidas pelos entrevistados. Esta metodologia supera em termos operacionais o open ended na medida que mantém os valores da DAP em um nível concentrado e racionalmente aceitável- uma vez que é feito uma pesquisa piloto para determinar qual espectro comporá as alternativas nos cartões de pagamento. O *bias* que pode surgir se encontra justamente na pesquisa piloto, a qual tem possibilidades de estar enviesada, gerando uma distorção na pesquisa final, ao impor um viés na escolha dos entrevistados.

Assim, vale considerar alguns resultados acerca das variáveis socioeconômicas da amostra como a média de idade dos frequentadores da CCMQ ficou em 39,05 anos. Uma provável razão por este perfil reside no fato de ser concedidos amplos descontos nos preços das atividades culturais para público idoso (tornando-se um incentivo à frequência de pessoas idosas). A amostra de 108 indivíduos teve uma composição assimétrica na quantidade de homens (41%) e mulheres (59%) entrevistados

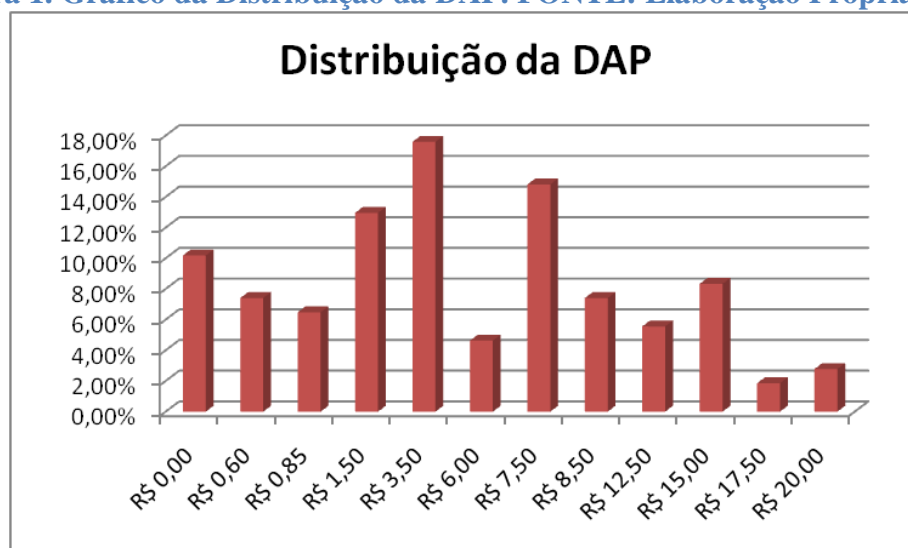
Tem-se abaixo detalhado a DAP média registrada através do MVC com a variante Cartões de Pagamentos<sup>xiii</sup> relacionada com suas respectivas quantidades observadas durante os questionários e suas representatividades frente ao total de amostras (n=108):

**Tabela 2. Distribuição DAP em (%). FONTE: Elaboração Própria**

DAP	Quantidades Observadas	%
R\$ -	11	10,19%
R\$ 0,60	8	7,41%
R\$ 0,85	7	6,48%
R\$ 1,50	14	12,96%
R\$ 3,50	19	17,59%
R\$ 6,00	5	4,63%
R\$ 7,50	16	14,81%
R\$ 8,50	8	7,41%
R\$ 12,50	6	5,56%
R\$ 15,00	9	8,33%
R\$ 17,50	2	1,85%
R\$ 20,00	3	2,78%
<b>Total geral</b>	<b>108</b>	<b>100,00%</b>

A Disposição a Pagar média desta amostra com 108 indivíduos, que pode ser calculada como uma média ponderada em cima das observações na Tabela 1, foi de R\$5,75. O gráfico 2 demonstra melhor a relação entre o percentual de pessoas e sua DAP respondida:

**Figura 1. Gráfico da Distribuição da DAP. FONTE: Elaboração Própria**



Com o gráfico 2, podemos ver que existe uma grande expressão nos valores da DAP que variam no intervalo [R\$1,50;R\$7,50], o que sugere que o valor da DAP média esteja contido em tal intervalo. Assim, temos que o valor pré-estabelecido de maior

expressão foi o de R\$3,50 (representando 17,59% da amostra), seguido daquele de R\$7,50 (representando 14,81% da amostra). Realmente, uma vez que o valor estimado da DAP foi de R\$5,75, vemos que este se encontra entre os picos de representatividade do gráfico.

#### **4. Considerações finais**

Uma vez que a pergunta decisória utilizada no Método de Valoração Contingente com a variante Cartões de Pagamento supõe um cenário onde o indivíduo pague um tributo mensal para manter um equipamento urbano dotado de valor histórico e cultural, podemos determinar seu valor total como sendo a Disposição a Pagar estimada vezes o número de freqüentadores da Casa de Cultura Mário Quintana. Dado que o número de visitantes da CCMQ no ano de 2007 foi estimado em um total de 345.361 pessoas (dado oficial da instituição), temos que o valor total, seguindo nosso estudo, gerado pelo equipamento urbano e cultural é de R\$1.991.575,75 mensais (ou de R\$2.389.893,00 acumulado ao ano).

Isto significa dizer que, cada pessoa que freqüenta a CCMQ, ou seja, cada uma das pessoas que tem conhecimentos acerca das atividades da instituição, estaria disposta a pagar R\$69,00 anualmente para manter a instituição em funcionamento em caso desta não ser mais financiada pela Secretaria Estadual de Cultura. Este valor, se multiplicado pela população de freqüentadores, supera o custo de manutenção da Casa, o que justifica o investimento por parte do Estado no âmbito de fornecer este bem à sociedade (bem de mérito).

Tido isto como verdadeiro, podemos dialogar acerca de como tal valoração pode ser relevante a decisões de políticas públicas. Além de poder tornar políticas de fomento à cultura eficientes, uma vez que concede ao governante o conhecimento sobre as preferências de uma população, a valoração de bens públicos tem uma implicação direta à economia urbana, no sentido de gerenciar a composição do tecido urbano. Isto é, uma vez que o valor total concedido a um bem público leva em consideração os valores identitários agregados a ele, temos um instrumento de políticas públicas que otimiza a formação de lugares e espaços.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Pedro. *Mercado e Ordem Urbana: do caos à Teoria da Localização Residencial*. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2001.

AUGÉ, Marc. *Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

MITCHELL, R. and R. T. CARSON. *Using Surveys To Value Public Goods: The Contingent valuation Method*. Resources for the Future, Washington, D.C.; 1989.

MUTH, R. *Models of land use, housing and rent: an evaluation*. Journal of Regional Science, 25, 593-606; 1985.

NOGUEIRA, Jorge Madeira e MEDEIROS, Marcelino A. A. de. *Quanto vale aquilo que não tem valor? Valor de existência, economia e meio ambiente*. Recife: Anais do XXV Encontro Nacional de Economia (ANPEC), Volume 2, dezembro 1997

O'DOHERTY, R. *The Theory of the Contingent Valuation Method*, Hume Papers on Public Policy 6, (3), 1998.

PEARCE, D.W., TURNER, R.K. *Economics of natural resources and*

RANDALL, A. e STOLL, J. *Consumer's surplus in commodity space*. American Economic Review, vol.70,nº 3.

ROSEN, S. *Hedonic prices and implicit markets*. Journal of Political Economy, 82,35-55; 1974.

RYKWERT, Joseph. *A sedução do lugar: a história e o futuro da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

*the environment*. The Johns Hopkins University Press Baltimore, 1991.

THROSBY, David. *Economics and Culture*. Reino Unido: Cambridge University Press; 2001.

VALIATI, Leandro e FLORISSI, Stefano (org). *Economia da Cultura: Bem-estar Econômico e Evolução Cultural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

WINGO, L. *An economic model os the utilisation of urban land for residencial purposes*. Papers and Procedings of the Regional science Association, vol.7; 1961.

---

<sup>i</sup> Típica da excepcional expansão do capitalismo financeiro, sendo que o caso de NY será mais fortemente abordado no terceiro capítulo dessa dissertação

<sup>ii</sup> Distância da propriedade ao CBD (Center Business District)

<sup>iii</sup> Nível de criminalidade, arborização da região,...

<sup>iv</sup> Uma vez que é necessário estimar os parâmetros de cada variável explicativa( i.e., é necessário determinar quanto cada variável influi no preço do bem final), temos de utilizar a metodologia

---

econométrica de regressão( e suas variantes);e,como os dados são amostrais, temos de considerar a variável estocástica, pois a equação é uma estimativa:

$$P(s, e, a) = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 E + \beta_3 A + u$$

<sup>v</sup> Segundo Pyndick e Rubinfeld(1994) um bem é dito público se atende às características de não-rivalidade e não-exclusividade, i.e., “é denominado não-rival quando, para qualquer nível específico de produção, o custo marginal da sua produção é zero para um consumidor adicional” e é não-exclusivo “quando as pessoas não podem ser excluídas do seu consumo”.

<sup>vi</sup> O conceito de mercado pode ser tido como um *locus* aonde se tem presente tanto consumidores quanto produtores do bem em questão.

<sup>vii</sup> Esse conceito é tido formalmente em Economia com Taxa Marginal de Substituição (TMS) de um bem por outro.

<sup>viii</sup> Pode-se também obter dos questionários a Disposição a Receber Compensação (DAC), a qual representa o montante que uma pessoa estaria disposta a receber para, por exemplo, não usufruir de um bem público. Matematicamente, temos:

$$v(P, Y + DAC, \gamma_0) = v(P, Y, \gamma_1).$$

<sup>ix</sup> Também é encontrado na literatura com valor intrínseco ou de existência.

<sup>x</sup> Ver O’Doherty(1998) e Randall(1991).

<sup>xi</sup> Pode-se também criar *surveys* que tenham como resultado a Disposição a Aceitar Compensação(DAC), ou seja, o indivíduo deve responder qual o máximo valor está disposto a receber para *não* ter um certo incremento ambiental. Willig(1976) e Mitchell e Carson(1989) argumentam que a diferença entre a mensuração através da DAP e DAC é mínima, embora o método DAP seja superior em um maior número de experimentos. Para mais detalhes ver O’Doherty(1998).

<sup>xii</sup> Propomos o uso da metodologia Disposição a Aceitar Compensação-DAC nesse exemplo.