

Políticas tarifárias de museus na cidade de São Paulo

Museums' charging policies in São Paulo (Brazil)

Jones da Silva Gomes

Resumo

Na maioria dos museus públicos brasileiros, deixou-se de ter acesso gratuito, passando-se a praticar políticas tarifárias que nem sempre seguem um padrão. O mesmo ocorre nos museus privados de São Paulo, onde, muitas vezes, exercem-se políticas de preços distintas dos demais equipamentos da cidade. Neste artigo, busca-se compreender os critérios utilizados na formação das políticas tarifárias praticadas em museus, quem as define e qual a sua importância no financiamento dos equipamentos. Objetiva-se, também, elucidar o papel dos gestores na definição dessas políticas, compreender o destino dos recursos provenientes de bilheterias e lojas dos museus, além da importância das parcerias público-privadas no desenvolvimento dessas instituições.

Palavras-chave: museus, museologia, políticas tarifárias, gestão

Abstract:

Most public museums of São Paulo no longer offer free access, going to practice pricing policies do not always follow a pattern. Also occurs with the private museums of São Paulo, which often practice different pricing policies of other museums. This paper aims to understand how museums' tariff policies are defined, who defines it and how important are they to their financing. The paper also aims to elucidate the role of managers in the creation of these policies, the employment of tickets' and shops' receipts and the importance of public-private partnerships in the development of these institutions.

Key words: *museums, museology, charging policies, management*

1. Introdução

Na última década, os museus tornaram-se atores extremamente perceptíveis no cenário cultural da capital paulista. Dados da Secretaria de Estado da Cultura e da São Paulo Turismo (SP-Turis) mostram que os museus têm sido cada vez mais frequentados na cidade, seja como opção de lazer, seja como atrativo turístico.

Todavia se observa que os museus paulistanos não têm um padrão nas políticas tarifárias que praticam, divergindo, muitas vezes, na isenção para idosos e crianças, nos dias de acesso gratuito e no valor dos ingressos de acesso. Além disso, pouco se sabe sobre o papel dos diretores na definição das políticas tarifárias e os caminhos que os referenciam para a criação dessas políticas. Assim, objetiva-se, neste estudo, esclarecer a importância das políticas tarifárias praticadas no financiamento das instituições. Seria essa, a única fonte de recursos para os museus? Quais outras fontes financiam o funcionamento dessas organizações? As respostas para essas e outras questões possibilitarão uma maior compreensão acerca da formação e definição das políticas tarifárias praticadas pelos museus da capital.

Levantaram-se, para tanto, os equipamentos de maior importância para a cidade de São Paulo, segundo o número de visitantes recebidos no ano de 2010. Por meio da aplicação de um questionário, de modalidade qualitativa e estrutura aberta, pesquisaram-se, entre os gestores dos museus, as políticas tarifárias praticadas. Compilaram-se e analisaram-se os dados com foco no alcance das questões-chave deste estudo.

2. Museus e turismo

O desenvolvimento de novas tecnologias tem sido um fator importante na abertura de novos horizontes para a transformação dos processos educativos. Para Feldmann (2001), a revolução tecnológica alterou de modo significativo as formas de ensinar e aprender. Com os museus, essas transformações não têm sido diferentes. Acervos, sustentados por novas tecnologias, diferentes propostas educativas e projetos de inclusão social, caracterizam os novos modelos de museus surgidos, nos últimos anos, na cidade de São Paulo.

Em 2008, dados do anuário Indicadores e Pesquisas do Turismo da Cidade de São Paulo (SPTuris) já mostravam o destaque desses novos equipamentos no cenário cultural da cidade e sua importância para o turismo. Em museus — como o da Língua Portuguesa que recebeu de 2006 a 2008 mais de 1,3 milhão de visitantes —, houve um considerável aumento no interesse da população por esse tipo de atrativo. Em 2010, segundo a Secretaria Estadual de Cultura, no Museu da Língua Portuguesa, foram recebidos 378.320 visitantes, indicando que os números não apenas têm sido mantidos, mas continuam evoluindo com o passar dos anos.

Esse crescimento também adiciona resultados ao turismo. Chagas e Nascimento (2009, p. 25) reiteram a importância desses equipamentos culturais no setor quando afirmam que “museus e turismo têm entre si relações bastante estreitas, a começar pelo fato de que são práticas sociais e culturais que resultam da criatividade humana, da capacidade humana de criar, expandir e transformar universos simbólicos”.

Para Vasconcellos (2006), nos últimos anos, em museus de São Paulo, criou-se uma dinâmica extraordinária nas atividades, e como resultado ampliaram-se consideravelmente as visitas, transformando-os em referência nacional e em instituições culturais de grande prestígio.

Esses novos modelos e propostas museais, propiciados pelas diferentes tecnologias do século XXI, são os principais responsáveis pelo aumento de visitantes nesses espaços. Moutinho (2008, p. 40) ressalta que são esses novos museus, onde o visitante é solicitado por uma grande quantidade de estímulos, que se têm mais desenvolvido, nos últimos anos, seduzindo multidões de turistas, de alunos, de visitantes desejosos de mergulharem no mundo das fábulas.

Por meio dessa dinâmica e dessas transformações, o turismo estreita sua relação com a cultura, explorando o segmento, expandindo e transformando espaços, gerando capital e progresso social.

3. Museus na cidade de São Paulo

Os manifestos contemporâneos de uma cultura cada vez mais rica e globalizada têm encontrado, cada dia mais, seu espaço privilegiado nos grandes centros urbanos. Na cidade de São Paulo, maior polo cultural do País, muitos museus transformaram-se em verdadeiros pontos de referência cultural, não apenas por seus acervos e pelas exposições apresentadas, mas também pela história e arquitetura arrojada dos espaços que ocupam. Edifícios, como a Estação da Luz, o antigo prédio do Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo e o edifício que sediou o Departamento Estadual de Ordem Política e Social do Estado de São Paulo — Deops-SP — exemplificam esses imponentes patrimônios histórico-culturais que hoje abrigam espaços museais de grande importância para a cidade, como o Museu da Língua Portuguesa, a Pinacoteca do Estado e o Memorial da Resistência, respectivamente.

Segundo dados da publicação **Museus em Números** (2011), do Instituto Brasileiro de Museus, atualmente a capital paulista tem 132 museus de origens pública e privada, o que torna a cidade com maior número de museus no País. Equipamentos tradicionais, como o Museu da Casa Brasileira e o Museu de Arte Sacra, dividem o espaço cultural da cidade com museus tecnológicos e virtuais, como o Museu do Futebol, inaugurado em 2008. Do total de museus existentes na cidade, somente os equipamentos geridos pela Secretaria de Estado da Cultura receberam, em 2010, mais de 2,1 milhões de visitantes.

Tabela I: Visitantes nos museus públicos (período 2010)

MUSEU	Nº DE VISITANTES
Museu do Futebol	414.948
Museu da Língua Portuguesa	378.320
Pinacoteca do Estado	333.067
Catavento Cultural	282.625
Museu Afro	187.385
Estação Pinacoteca	106.165
Casa das Rosas	98.376
Museu da Casa Brasileira	98.138
Memorial da Resistência	86.890
Museu da Imagem e do Som	61.683
Memorial do Imigrante	53.737
Museu de Arte Sacra	30.364
Paço das Artes	22.758
TOTAL — CAPITAL	2.154.456

Fonte: Secretaria de Estado da Cultura.

No passado, quatro anos após a inauguração do Museu de Artes de São Paulo (MASP), Pietro Maria Bardi² apresentou seu primeiro artigo sobre o museu, no qual o diretor descreve as premissas que norteariam, a partir daquele momento, a concepção da presença de uma nova instituição de artes na cidade de São Paulo.

É preciso conceber novos museus, fora dos limites estreitos e de prescrições da museologia tradicional: organismos em atividade, não com o fim estreito de informar, mas de instruir; não uma coleção passiva de coisas, mas uma exposição contínua e uma interpretação de civilização (CANAS apud BARDI, 2010).

Em 2010, o museu de arte ocidental mais importante do Hemisfério Sul, o MASP, foi o mais visitado na cidade de São Paulo, recebendo setecentos mil visitantes. Naquela época, o discurso de Bardi, já apontava a ampla contribuição que o museu representaria para a cidade, como elemento necessário para a renovação da cultura, até então existente.

Não obstante, no Museu Paulista, primeiro museu da cidade de São Paulo, inaugurado, em 1895, como Museu de História Natural e integrado à Universidade de São Paulo desde 1963, foram recebidos, no mesmo período de 2010, 303.192 visitantes — número composto por grupos escolares, visitantes espontâneos e turistas.

O museu, como possibilidade cultural de variadas leituras, de descobertas interiorizadas que afloram desavisadamente, vem rompendo com o conceito impregnado de senso comum que penetra o imaginário social como local de velharias ou sem interesse (CASTRO, 2007).

No estudo intitulado **A influência da interatividade no Museu da Língua Portuguesa**, Gomes de Lima (2010, p. 7) afirma que “a interação tornou-se um fator preponderante e o público visitante acaba se transformando de um mero observador (coadjuvante) para um estágio em que o contato com uma ferramenta interativa é que dá sentido a obra de arte (protagonista)”. Alguns autores, como Becker (2002), apresentam vantagens da interatividade nos museus:

Trabalhos interativos e participativos favorecem o desenvolvimento da inteligência, da autonomia e da criticidade. Mas, embora o construtivismo possa ser vivenciado pelas diferentes formas de participação de quem visita um museu, o empirismo pode estar internalizado (BECKER, 2002).

² Pesquisador, crítico e historiador. Fundador do Museu de Artes de São Paulo, juntamente com Assis Chateaubriand.

A dilatação cultural dos museus na cidade de São Paulo e os números divulgados pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), pela SPTuris e pela Secretaria Estadual de Cultura, reafirmam a posição de Vasconcellos que preceitua:

[...] ainda não podemos comparar nossa realidade com a europeia e a norte-americana, mas considero que o panorama brasileiro será modificado e teremos agradáveis surpresas, mesmo que em longo prazo (VASCONCELLOS, 2006).

E, por meio de sua dinâmica cultural, a capital paulista, de fato, contribuirá extensamente para a mudança dessa realidade.

4. Gestão de museus

A Lei n.º 11.904 (2009, art. 1.º) define museus 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.

Segundo Coelho (1997, p. 340), “por analogia com o uso de serviço na economia, entende-se por serviço cultural a atividade que, sem assumir a forma de um bem material, atende a um desejo ou necessidade de cultura”. Entretanto é sabido que o resultado de todo serviço e a qualidade oferecida por este, estão, entre outros fatores, estreitamente associados à gestão que lhe é empregada. Para o Conselho Internacional de Museus (ICOM)³ (2004, p.146), “sem uma gestão qualificada, pode perder-se o interesse e a confiança pública e o reconhecimento, e o valor do museu, como instituição ao serviço da sociedade, pode ser posto em perigo”.

No Brasil, a gestão de museus ainda é muito pouco discutida e pesquisada. Os escritos utilizados para sustentação deste estudo, foram, na maioria, resultados de pesquisas europeias e latino-americanas. Em países vizinhos, como a Bolívia e o Peru, integrantes do Portal

³ Fundado em 1946, o Conselho Internacional de Museus (ICOM) é uma organização não governamental, constituída por mais de trezentos mil membros (museus e profissionais do setor) e está presente em 137 países. Suas atividades relacionam-se basicamente com as necessidades e os desafios do setor com foco na conservação, na preservação e na propagação do patrimônio mundial.

Ibero-Americano de Gestão Cultural⁴, há alguns anos, busca-se uma maior compreensão da atividade por meio de estudos e pesquisas desenvolvidos por eles, em parceria com acadêmicos e centenas de gestores culturais, integrantes do Portal, interessados na troca de experiências culturais distribuídas pelo mundo. Todavia a necessidade de gerir adequadamente esses espaços culturais tem sido um fenômeno bastante recente. Para Chirinos (2003, p. 2, tradução nossa), “muitos museus desenvolveram-se por anos com mais intuição que método”.

Na atualidade, as coisas têm mudado, mas ainda falta muito caminho a percorrer. E é evidente que a influência do que vêm passando os museus europeus — e na investigação acadêmica sobre a gestão — nos últimos dez anos, tem relação direta com essas mudanças na realidade [...] É importante, entretanto, que sejamos capazes de viver e compreender o próprio processo e adotar novas tendências (CHIRINOS, 2003, tradução nossa).

No estudo sobre economia da cultura, Nascimento Júnior e Colnago (2010) enfatizam que, no período de 2001 a 2008, em museus brasileiros, mobilizou-se mais de R\$ 1,32 bilhão no cumprimento das atividades, gerando 23.284 postos de trabalho e inculindo algo em torno de 136 milhões de visitantes. Esses dados conduzem não apenas a uma nova perspectiva acerca da função dos museus no Estado brasileiro, mas também abrem os olhos à necessidade de uma adequada e compreendida gestão de museus. Vale lembrar que ela se tem tornado cada vez mais necessária para a manutenção e para o crescimento dos números apresentados no estudo. Expandir a compreensão da administração e da gestão dos museus, da maneira mais estreita possível, poderá resultar em um maior desenvolvimento econômico e crescimento cultural da nação.

5. Formação de preço em serviço público

A palavra serviço, do latim *servitium*, relacionada, a princípio, com a escravidão, corresponde, de forma ampla, a qualquer exercício prestado, em caráter gracioso ou remunerado, a terceiros. Para a autora Di Pietro (2006), à medida que o Estado brasileiro se foi afastando dos princípios do liberalismo, deu-se início a uma extensão de atividades próprias, definidas como serviços públicos, pois se passou a assim considerar determinadas atividades comerciais e industriais, antes designadas para a iniciativa privada. Trata-se dos serviços comerciais e industriais do Estado. Em paralelo, no Estado, percebeu-se que não se dispunha

⁴ Criado em 2000 pelo Programa de Gestão Cultural da Universidade de Barcelona, objetiva contribuir com a construção e o desenvolvimento da cultura ibero-americana, além de incluir e potencializar iniciativas culturais procedentes da Península Ibérica, América Latina e outros países.

de uma estrutura organizacional adequada à realização desse tipo de atividade, passando, assim, a delegar-se a execução a particulares, por meio dos contratos de concessão de serviços públicos e, posteriormente, das pessoas jurídicas de direito privado, criadas para essa finalidade (empresas públicas e sociedades de economia mista).

Assim, em um de seus estudos, Murta (2006) pontua algumas transformações ocorridas nos serviços públicos.

[...] o serviço público não era mais prestado, exclusivamente e diretamente, pelo Estado, considerado na condição de pessoa jurídica de direito público interno. Também poderia disponibilizá-lo e, finalmente, prestá-lo pessoas jurídicas de direito privado, vinculadas, indiretamente, ao Estado e sujeitas, naturalmente, à sua tutela, como também, as pessoas jurídicas de direito privado, sem qualquer vinculação administrativo-organizacional com o Estado (não se qualificariam como entidades descentralizadas) e mesmo pessoas físicas delegatárias de serviço público (como é o caso dos serviços notariais e de registro) (MURTA, 2006).

Igualmente aos serviços privados, os serviços públicos também são passíveis de aplicação de preços ou tarifas. Comumente, talvez para fins de efeitos didático-funcionais, o termo preços de serviços públicos é erroneamente trocado por tarifas. Há de se considerar uma sutil diferença entre eles, ligada, diretamente, ao destino dos recursos captados com a prestação dos serviços.

O preço público e a tarifa são a remuneração paga pelo usuário por utilizar um serviço público divisível e específico, regido pelo regime contratual de direito público. É a contraprestação pecuniária. A principal diferença entre as espécies é que o preço público é receita do Estado, enquanto tarifa é receita do particular, do terceiro, do prestador de serviços (BARBOSA, 200?).

Entretanto, se o preço de venda de um produto ou serviço é determinado em função de seu custo de produção, dos impostos incidentes no valor de venda e da margem de lucro desejada, os preços de serviços públicos compõem-se de maneira distinta. Consuelo Martinez Gimenez (1993) conclui enfaticamente, em seu estudo, que o elemento primordial na diferenciação dos preços públicos é que existem apenas para cobrir o custo do serviço oferecido, sem obtenção de benefícios. Logo, são ofertados por um valor menor que os serviços privados, por não incidirem em sua composição impostos e margens de lucro.

Sobre os recursos destinados à execução dos serviços públicos nas entidades museológicas brasileiras, dados do CNM⁵ informam que, no período de 2001 a 2008, foram investidos R\$ 1.323.799.715,77 para a execução das atividades.

Tabela II: Orçamento (valores R\$)

FONTE DE RECURSOS	VALOR (2001 A 2008)	%
Orçamento anual	748.245.944,09	56,52
Receitas próprias	256.021.163,71	19,34
Leis de incentivo	175.305.042,47	13,24
Patrocínio directo	89.896.428,95	6,79
Doações	44.111.552,90	3,33
Org. Inter's	10.219.583,65	0,78
TOTAL	1.323.799.715,77	100

Fonte: Cadastro Nacional de Museus/IBRAM.

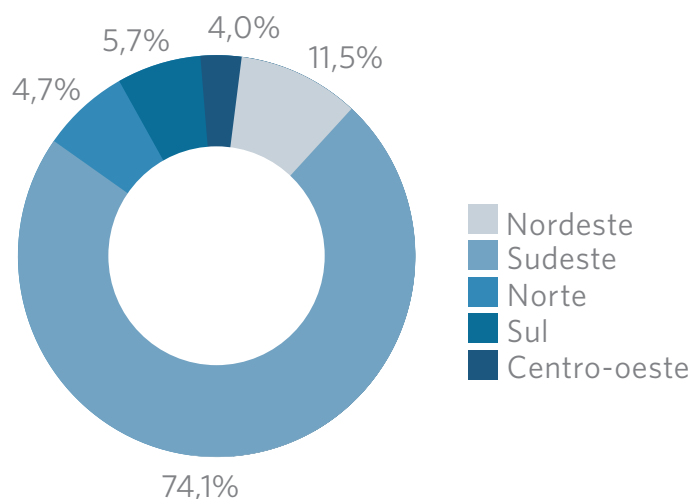
Considerando-se o total disponibilizado pelo CNM para o período, vê-se que no orçamento anual: 56,52% representam a parte mais significativa dos recursos dos museus, seguida pelas receitas próprias (19,34%) e pelos recursos provenientes das leis de incentivo (13,24%). Segundo o órgão, o orçamento corresponde aos itens:

- *Orçamento anual: representa o que é repassado pela entidade mantenedora ou disponibilizado do orçamento público (federal, estadual ou municipal) para um exercício financeiro anual.*
- *Receitas próprias: relacionam-se com as receitas diretamente geradas pelo museu, como ingressos, locação de espaços, venda de publicações, loja, cafeterias.*
- *Leis de incentivo: são os recursos provenientes de leis de incentivo fiscal, nos âmbitos federal, estadual ou municipal para a realização de projetos culturais, inclusive aqueles provenientes de fundos para cultura.*
- *Patrocínio direto: é a transferência definitiva e gratuita de recursos para a realização de projetos culturais com a publicidade do patrocinador associada. Esse tipo de patrocínio não tem o benefício fiscal das leis de incentivo.*
- *Doações: são as transferências definitivas e gratuitas de recursos em favor de projetos culturais sem publicidade associada à divulgação desse ato. As doações ocorrem sem o benefício fiscal das leis de incentivo.*
- *Organismos internacionais: trata-se da informação dos recursos provenientes de organismos internacionais, especificando-se o nome da entidade.*

⁵ Cadastro Nacional de Museus/IBRAM.

Dados do CNM apresentam também as regiões para as quais se destinam maior número de recursos. A relação variável entre os números justifica-se pela quantidade de museus existentes nas regiões. Dessa forma, é para a região sudeste que se destina o maior percentual de volume de recursos reservados aos museus e suas atividades.

Gráfico I: Orçamento por região (2001 a 2008)



Fonte: Cadastro Nacional de Museus/IBRAM.

6. Políticas tarifárias nos museus paulistanos

Há muitos anos, em inúmeros estudos, sobretudo europeus, busca-se ampliar a compreensão dos impactos econômicos e socioculturais gerados pela gratuidade no acesso aos museus. Kirchberg (1998) concluiu, em sua pesquisa, que pessoas com renda mais baixa, encontram nas tarifas de acesso uma barreira de visita aos museus quase cinco vezes mais do que as pessoas com maior renda. Segundo o estudo, as tarifas de entrada não são uma barreira subjetiva para o rico, mas para os menos favorecidos financeiramente, que são mais sensíveis às mudanças nos preços. E é em virtude dessa sensibilidade que, segundo Kirchberg, o aumento das tarifas pode alterar todo o cenário sociofinanceiro de um equipamento cultural.

Se hoje se compreende melhor a relação existente entre a elasticidade de preços, o perfil do visitante e o impacto no número de visitas (curva de demanda), ainda pouco se sabe sobre políticas tarifárias de museus. A bibliografia acerca desse tema é, ainda hoje, perceptivelmente, muito pouco explorada e, não bastassem os poucos estudos, as políticas tarifárias de um museu para outro geralmente são diferenciadas. Na cidade de São Paulo, por exemplo, muitas vezes a isenção de pagamento para idosos e crianças e os dias com entradas gratui-

tas nos museus não seguem as mesmas regras em sua aplicação. Além disso, nos museus geridos pelo governo do estado, também se adotam diferentes políticas tarifárias. Enquanto parte dos equipamentos têm acesso gratuito, outros têm cobrança de ingressos, com valores também diferenciados.

É válido ressaltar que não se pretende com este estudo considerar questões como as que Pérez (2009) levantou sobre gratuidade dos museus ou mercantilização da cultura, e tampouco analisar políticas tarifárias em diferentes níveis de renda, como Huntington (1993) realizou em sua pesquisa. Ao elaborar-se este estudo, houve uma concentração, exclusivamente, na compreensão de como são compostas e estabelecidas as políticas tarifárias de museus, quem as define e os critérios utilizados em sua aplicação.

Nos principais museus da cidade de São Paulo, segundo o número de visitantes recebidos no período de 2010, praticam-se as seguintes políticas tarifárias:

Tabela III: Políticas tarifárias
(ref. maio 2011)

INSTITUIÇÃO	ENTRADA	MEIA - ENTRADA	DIA GRATUITO	ISENÇÃO (CRIANÇAS)	ISENÇÃO (DEFICIENTES)	ISENÇÃO (IDOSOS)	ISENÇÃO (PROFESSORES)
Museu de Artes de SP (MASP)	15,00	Estudantes e aposentados	terça-feira	até 10 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Museu do Futebol	6,00	Estudantes, aposentados e maiores de 60 anos	Quinta-feira	até 07 anos	Sim	Não	Sim
Museu da Língua Portuguesa	6,00	Estudantes e aposentados	Sábado	até 10 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Pinacoteca do Estado	6,00	Estudantes e aposentados	Sábado	até 10 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Museu Paulista	6,00	Estudantes	Todo primeiro domingo	até 06 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Catavento Cultural	6,00	Estudantes, aposentados, deficientes e maiores de 60 anos	Não	até 03 anos	Não	Não	Sim
Museu Afro	Grátis	-	Terça e domingo	-	-	-	-
Estação Pinoteca*	6,00	Estudantes e aposentados	Sábado	até 10 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Casa das Rosas	Grátis	-	Terça a domingo	-	-	-	-
Museu da Casa Brasileira	4,00	Estudantes e aposentados	Domingos e feriados	até 10 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Museu da Resistência	Grátis	-	Terça a domingo	-	-	-	-

Museu da Imagem e do Som**	4,00	Estudantes	Domingos	até 10 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim
Museu Lassar Segall	Grátis	-	Terça a domingo	-	-	-	-
MAC	Grátis	-	Terça a domingo	-	-	-	-
Museu de Arte Sacra***	6,00	Estudantes	Não	até 07 anos	Sim	maiores de 60 anos	Sim

* Ingresso combinado (Pinacoteca e Estação Pinacoteca): o visitante paga o ingresso em um museu e tem a isenção no outro, se a visita ocorrer no mesmo dia.

** Dependendo da exposição, o acesso ao museu é liberado gratuitamente ao público (geralmente exposições financiadas pela Secretaria de Estado da Cultura).

*** Religiosos (como padres e freiras) com identificação pagam R\$ 2,00 na entrada. Qualquer pessoa que receber informativo sobre o Museu na Estação Tiradentes de Metrô, pode trocar por ingressos no valor de R\$ 1.

**** Os valores e as respectivas políticas tarifárias foram pesquisados diretamente nos sites das instituições. As informações não contidas ali foram adquiridas por contato telefônico.

Em uma rápida análise, verificam-se, na tabela, diversas diferenças nas tarifas praticadas. Valores dos ingressos, isenções para crianças e idosos, prática de meia-entrada, oferta e dias de acesso gratuito são algumas variações.

Chagas e Nascimento (2009, p. 21) afirmam, no documento elaborado para o IBRAM/Ministério da Cultura, que “admitida a hipótese de cobrança de ingressos, é preciso, ainda assim, garantir gratuidades de acordo com a legislação em vigor, como, por exemplo: estudantes, mais velhos, famílias de baixa renda, moradores locais e outros”. Mas como são definidos os valores das tarifas de acesso? Como são definidos os dias de acesso gratuito nos museus? Quais princípios norteiam a criação das políticas de isenção? Essas são algumas questões que, neste estudo, se buscará compreender, para não somente ampliar o conhecimento geral sobre as boas práticas estabelecidas pelos museus, mas também o conhecimento acerca dos diferentes modelos tarifários de museus para gestores e interessados da área.

7. Metodologia

A recolha de literatura para o sustento deste estudo baseou-se em publicações acerca de políticas tarifárias, economia e gestão de museus e precificação de serviços públicos. Esses eixos primários, no decurso do estudo, foram substancialmente acrescidos de leituras complementares que pudessem aclarar e fortalecer a compreensão de conceitos necessários para o desenvolvimento deste.

A partir daí, buscou-se identificar os principais museus da cidade, tomando por base não o acervo que possuem, mas o número de visitantes recebidos no ano de 2010. Esse levantamento fez-se necessário para a seleção dos museus que seriam utilizados posteriormente como objeto de estudo. O arrolamento dos números ocorreu por meio de contatos eletrônicos (*e-mail*) e telefônicos, efetuados diretamente com as instituições. Porém se excetuam os museus públicos, por terem seus dados divulgados pela Secretaria de Estado da Cultura. Nesse caso, a comunicação realizou-se da mesma forma, mas diretamente com a Secretaria e não com os museus.

Os contatos, iniciados em fevereiro de 2011, postergaram-se até maio do mesmo ano, quando as instituições já tinham os dados definitivos do ano anterior e a comunicação com os responsáveis pelas informações já havia sido estreitamente estabelecida.

Tabela IV: Principais museus paulistanos
(segundo o n.º de visitantes em 2010)

MUSEU	Nº DE VISITANTES	DOMÍNIO / GESTÃO
Museu de Artes de SP — MASP *	700.000	<i>Instituição Privada</i>
Museu do Futebol **	414.948	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Museu da Língua Portuguesa **	378.320	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Pinacoteca do Estado **	333.067	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Museu Paulista *	303.192	<i>Universidade de São Paulo</i>
Catavento Cultural **	282.625	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Museu Afro **	187.385	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Estação Pinacoteca **	106.165	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Casa das Rosas **	98.376	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Museu da Casa Brasileira **	98.138	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Memorial da Resistência **	86.890	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Museu da Imagem e do Som **	61.683	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Memorial do Imigrante **	53.737	<i>Secretaria de Estado da Cultura</i>
Museu Lasar Segall **	40.000	<i>IBRAM — Ministério da Cultura</i>
MAC — Ibirapuera *	35.755	<i>Universidade de São Paulo</i>

Museu de Arte Sacra **	30.364	Secretaria de Estado da Cultura
MAC — USP *	16.010	Universidade de São Paulo

*Dados fornecidos pelo próprio museu.

**Dados fornecidos pela Secretaria de Estado da Cultura.

Após a identificação dos principais museus da cidade, relacionaram-se os preços, as políticas de gratuidade, de meia-entrada e de isenções praticadas pelos equipamentos. Os dados foram levantados nos *websites* das instituições e por contatos telefônicos.

Nos principais museus, um novo contato fora realizado com os equipamentos. Dessa vez, com o intuito de dialogar com os gestores responsáveis, objetivou-se a aplicação de um questionário para melhor compreensão das políticas tarifárias praticadas na instituição. Os contatos ocorreram por telefone e *e-mail* e a modalidade da entrevista foi definida pelo próprio gestor ou responsável (telefone, *e-mail* ou pessoalmente).

Constituiu-se o questionário, de estrutura aberta e modalidade qualitativa, de seis questões com foco na definição e na construção das tarifas praticadas; no destino dos recursos advindos da bilheteria, livrarias, cafés e vendas de suvenires; no financiamento dos museus e no impacto, em sua receita, das tarifas praticadas.

Pelo fato de o estudo tratar de dados considerados confidenciais pelas instituições, alguns gestores não quiseram responder ao questionário. A assessoria de imprensa do MASP, principal museu da cidade, segundo o número anual de visitantes, informou não ser possível responder à pesquisa porque os dados são confidenciais e, por isso, não podem ser divulgados em trabalhos acadêmicos. Além de *e-mails* enviados diretamente à diretoria do museu, dos quais não se obteve retorno, realizaram-se diversos contatos com a instituição. E as respostas sempre estiveram associadas à confidencialidade das informações. Do Catavento Cultural, outro museu de grande importância na cidade, também veio uma informação de não ser possível autorizar a divulgação das informações estudadas já que, desde agosto de 2011, a instituição adotou a postura de não participar de estudos acadêmicos que têm o museu como objeto de pesquisa.

Na sequência, realizou-se contato com a Pinacoteca do Estado, por *e-mail* e telefone. O responsável pelo departamento administrativo do museu comunicou a impossibilidade de cooperar com este estudo por conta da readequação do espaço, que inclui reforma, mão de obra, montagem de exposições e outras atividades. Da instituição veio a comunicação de não dispor, atualmente, de pessoal e tempo para solicitações paralelas às atividades do museu.

A continuidade na aplicação dos questionários deu-se conforme a ordem de importância dos museus e de acordo com os gestores das instituições que pudessem cooperar com este estudo. O Museu Afro, o Museu de Arte Moderna, o Museu da Imagem e do Som, o Mu-

seu da Casa Brasileira, o Memorial do Imigrante e os demais equipamentos relacionados na Tabela 3 foram contatados diversas vezes por telefone e e-mail. Todavia, em todos eles, não houve disponibilidade para responder ao questionário, por tratar-se de informações sigilosas, por carência de pessoal ou por não participarem de estudos acadêmicos.

Os gestores responsáveis pelos museus Paulista, da Língua da Portuguesa, do Futebol e de Arte Sacra optaram em responder ao questionário por *e-mail*, de acordo com suas disponibilidades. O tempo decorrido para o envio e recebimento dos questionários por eles respondidos foi, em média, 45 dias.

8. Resultados

Os diálogos estabelecidos com os gestores dos museus, por meio da aplicação dos questionários, permitiram uma maior compreensão das políticas praticadas pelos equipamentos, do destino de seus recursos e suas aplicações.

O resultado mostrou que, no Museu da Língua Portuguesa, os valores pagos pelos visitantes e as políticas de isenções são definidas pela Secretaria de Estado da Cultura e não diretamente pelo gestor do equipamento. Porém o gestor tem liberdade na ampliação do raio das isenções, baseando-se em leis que permitam e facilitem o acesso de determinados segmentos da sociedade em eventos públicos. No museu, adota-se, por exemplo, a política de gratuidade a grupos de entidades não governamentais, sem fins lucrativos e que atuem nas áreas social, cultural ou de saúde, bastando o envio de uma solicitação por escrito com o nome da entidade, endereço e função social. Além disso, no museu, há parcerias estabelecidas com outros órgãos públicos no sentido de liberar visitantes do pagamento de ingressos: Polícia Militar do Estado de São Paulo, Fundação Casa, CPTM e outros.

A isenção de ingressos para o público, aos sábados, foi definida pela diretoria que julgou ser um dia em que a maioria das pessoas não trabalha e não estuda. Embora aos domingos, em geral, o número de pessoas que não trabalha e estuda seja maior, a diretoria considerou ser um dia de maior convivência familiar no lar e também em que grande parte da população ocupa com compromissos religiosos. Por esse motivo, escolheu-se o sábado para a abertura dos portões gratuitamente.

Além das isenções, no museu, pratica-se a política de meio ingresso. Contudo, para o diretor Antonio Carlos de Moraes Sartini, cobrar pelo ingresso, além de ser uma expressiva fonte de captação para o museu, faz com que as pessoas acabem dando mais valor à instituição e à visita realizada. Logo, a cobrança acaba tendo um caráter educativo.

O financiamento do museu é realizado basicamente com recursos do governo do estado de

São Paulo, mas se estabelecem parcerias e se recebem financiamentos de terceiros, especialmente para despesas advindas de exposições temporárias, como confecção de material gráfico educativo.

Hoje, a receita arrecadada na bilheteria do Museu da Língua Portuguesa representa 13% dos custos de manutenção do espaço, o que é significativo e está nos padrões mundiais para museus de sucesso, segundo a diretoria. As receitas obtidas com bilheteria, livraria e locação de espaços destinam-se à manutenção usual do museu.

Em relação ao Museu Paulista, órgão da Universidade de São Paulo, observou-se uma política tarifária definida pelos conselhos Deliberativo e de Fundo de Pesquisas do Museu. Na formação da política de preços do museu, foram consideradas as tarifas estabelecidas pelos demais museus públicos da cidade, as necessidades da instituição e o tempo transcorrido entre o último reajuste e a atualidade. De acordo com a diretora prof.^a dr.a Cecília Helena Lorenzini de Salles Oliveira, os colegiados definem as políticas de isenções, levando-se em conta que escolas públicas, pessoas com deficiências e pessoas em estado de risco social (jovens infratores, presidiários e doentes) podem, por meio das políticas, ser estimuladas a visitar espaços culturais como os museus. Além disso, no primeiro domingo de cada mês, no museu Paulista, os portões são abertos gratuitamente ao público, acreditando, que com essa prática, a população possa desfrutar de momentos de lazer cultural em suas instalações.

A manutenção do museu é realizada por meio do orçamento da Universidade e de receita própria, obtida pela bilheteria, pela venda de produtos culturais e lembranças na loja e pela venda de publicações. Segundo a prof.^a dr.a Cecília Helena, a receita própria é aplicada no aperfeiçoamento da área expositiva, no desenvolvimento de pesquisas relacionadas com o acervo da instituição e no aperfeiçoamento dos quadros técnicos do museu. Para a diretora, a política de isenções tem ampliado grandemente a visitação ao museu, o que é altamente positivo para a instituição e, sobretudo, para a sociedade.

No Museu do Futebol, um dos mais visitados da cidade de São Paulo, revelou-se que as tarifas foram definidas pouco antes da inauguração, ocorrida em 29 de setembro de 2008. Embora o equipamento seja administrado pelo IFB — Instituto da Arte do Futebol Brasileiro, Organização Social de Cultura —, as tarifas também foram definidas pela Secretaria de Estado da Cultura. Usaram-se, como parâmetro, as tarifas cobradas pelos outros equipamentos culturais públicos da cidade.

No museu, as políticas de isenção para crianças e estudantes seguem as leis em vigor. De acordo com o gestor da instituição, a prática de isenção para alunos das escolas públicas decorre conforme orientação e política da Secretaria de Estado da Cultura. Além disto, o dia de acesso gratuito também é uma política adotada para todos os equipamentos culturais da Secretaria de Estado da Cultura e, por decisão da diretoria do Museu do Futebol, optou-se pela gratuidade em todas as quintas-feiras, não havendo um motivo específico para tal

decisão. Segundo a direção, a política tarifária adotada atualmente é adequada, pois permite a inserção de mais visitantes aos equipamentos culturais.

Hoje, aproximadamente 70% do financiamento do Museu do Futebol são realizados pelos recursos repassados pela Organização Social que o administra, conforme contrato de gestão com a Secretaria de Estado da Cultura. Para complementar as despesas, o equipamento utiliza recursos obtidos com a bilheteria, a locação de espaços para eventos, a locação da loja e do bar e patrocínios de grandes empresas, como Fundação Roberto Marinho, por exemplo. Todo e qualquer recurso financeiro recebido pelo museu é aplicado integralmente no custeio e nas atividades do equipamento.

Embora o valor dos ingressos seja utilizado para o complemento das despesas, segundo a direção do museu, a redução e a isenção tarifária não têm grande impacto sobre a receita. Por esse motivo, é possível praticá-las como incentivo à população na visita ao equipamento.

Resultado de um convênio celebrado entre o governo do estado de São Paulo e a Mitra Arquidiocesana de São Paulo, o Museu de Arte Sacra, inaugurado em junho de 1970, é um dos principais museus de arte do Brasil, dedicado à conservação, ao estudo e à exposição de objetos relacionados com a arte sacra.

A pesquisa realizada com a diretora do museu, Mariângela de Vasconcellos Marino, serviu para revelar que todos os valores pagos pelos visitantes (tarifa de acesso) são definidos pela Secretaria de Estado da Cultura. Além disso, as políticas de isenção (crianças e idosos, por exemplo) e meia-entrada para estudantes foram norteadas pela legislação federal, Lei n.º 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Apesar de a política tarifária do Museu de Arte Sacra não ter sido definida diretamente pela gestão do museu, a diretoria menciona estar plenamente de acordo, uma vez que o equipamento segue os padrões de tarifas de outros equipamentos museais da cidade.

No que tange ao financiamento da instituição, o Museu de Arte Sacra é financiado pelos recursos da Secretaria de Estado da Cultura, repassados pela Associação Museu de Arte Sacra de São Paulo, por meio de contrato de gestão. Segundo a diretora do museu, todos os recursos provenientes da bilheteria, do café, da loja de souvenirs e das parcerias são destinados a complementar os custos de manutenção, salários e produção de livros, canecas e outras lembranças vendidas na loja do museu.

9. Conclusão

As políticas tarifárias dos museus pesquisados, apesar das peculiaridades, compartilham entre si diversas semelhanças. De maneira geral, o diretor não é o personagem-chave na definição das políticas tarifárias praticadas pelas instituições paulistanas. O governo estadual, coordenador das políticas de preservação do patrimônio, da cultura, da educação e de desenvolvimento do estado, é quem institui, por intermédio da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, o valor das tarifas de acesso na maior parte dos museus públicos da capital.

No Museu Paulista, a definição advém dos conselhos Deliberativo e de Fundo de Pesquisas que, formados por colegiados da instituição, norteiam-se pelas tarifas praticadas por outros museus da cidade para formação de sua política. O que difere o Museu Paulista dos demais museus públicos pesquisados é o fato de que, embora a política tarifária não seja determinada exclusivamente pela diretoria, a decisão é realizada internamente.

Todavia se atribui à diretoria dos museus certa liberdade para a flexibilização das políticas. De acordo com seus critérios e baseados na legislação federal, os gestores definem, por exemplo, o dia de gratuidade e o raio de aplicação das isenções. Segundo eles, as isenções praticadas pelos equipamentos não resultam em um grande impacto na receita dos museus. Por esse motivo, são aplicadas como incentivo de visita à população e aos grupos de vulnerabilidade social.

O acesso gratuito, em um dia específico da semana, também integra a política de todos os museus pesquisados. Apesar de, no início deste estudo, o Museu de Arte Sacra não oferecer ao público esse benefício, a diretoria informou que, por decisão da Secretaria da Cultura, em todos os sábados, passou-se a ter acesso gratuito, desde julho de 2011. Dessa maneira, dos equipamentos pertencentes ao governo do estado na cidade, apenas no Museu Catavento, onde houve oposição à participação na pesquisa, houve exclusão dessa prática. Assim, a motivação de, no museu, não se abrirem as portas ao público gratuitamente, mesmo se tratando de um equipamento público, não pôde ser compreendida neste estudo. Tampouco o questionamento pôde ser realizado na Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria de Estado da Cultura, onde não se disponibilizou esclarecer a questão, mesmo diante de diversos contatos realizados por *e-mail* e telefone.

Além dos dias de acesso gratuito oferecidos à população, identificou-se que, em todos os museus, proporciona-se gratuidade aos professores, como incentivo a um melhor preparo cultural. O benefício é adquirido mediante a comprovação do exercício da função, nas bilheterias dos equipamentos. Igualmente, portadores de deficiência e idosos são eximidos do pagamento de ingressos, exceto no Museu do Futebol, onde os idosos pagam meia-entrada, conforme determinação do Estatuto do Idoso.

Ainda de acordo com a legislação, todos os equipamentos oferecem aos estudantes o pagamento de meia-entrada, mediante comprovação. O benefício contempla estudantes de cursos regulares de todo o território nacional e de outros países, inclusive.

Há também uma preocupação com a isenção de pagamento para crianças. O estudo serviu para mostrar que, em todos os museus, há isenção para esse público; no entanto a variação das idades para a utilização do benefício não segue um padrão. Sua definição, de acordo com os diretores entrevistados, provém da Secretaria de Estado da Cultura.

Os museus deixaram de ser apenas espaços a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, onde se obtêm, conservam, pesquisam, comunicam e expõem testemunhos materiais do homem e de seu meio, com a finalidade de estudo, educação e lazer, como define o ICOM. As transformações do novo século tornaram possível a oferta dos espaços museais a eventos, por meio de contratos de locação. Dessa forma, assim como as receitas provenientes da venda de ingressos, dos cafés, das lojas e livrarias, os recursos advindos da prática de locação dos espaços tornaram-se um complemento no financiamento das instituições. Nos museus pesquisados, o destino dessas receitas volta-se para a manutenção dos equipamentos, para o aperfeiçoamento das áreas expositivas e para os materiais educativos disponibilizados aos visitantes.

No passado, os museus tiveram um importante papel na pauta do ensino das sociedades. Por intermédio da filosofia sustentada pelos iluministas, a educação, nesses espaços culturais na Europa, passou a ter maior atenção do governo e da burguesia. Com o passar dos anos, a filosofia influenciou diversas regiões do mundo, e, ainda hoje, os museus são considerados não apenas locais que abrigam e preservam a história e a identidade de um povo, mas também espaços facilitadores de um aprendizado informal, de diálogos e trocas de experiências — inclusive de diferentes nações, por meio do turismo — e, sobretudo, lugares que incitam a evolução cultural e humana da sociedade.

Pelo estudo, evidenciou-se essa influência europeia ao revelar-se que a principal fonte de financiamento das instituições pesquisadas é o governo do estado, ratificando, assim, o reconhecimento das autoridades governantes quanto à importância desses equipamentos e o seu papel no contexto do desenvolvimento social. O planejamento financeiro é realizado anualmente, e os recursos são repassados aos equipamentos por intermédio das Organizações Sociais que os administram. No caso do Museu Paulista, os recursos são transferidos por meio do orçamento da Universidade de São Paulo, da qual o museu faz parte.

Por fim, constatou-se que as parcerias estabelecidas entre museus e entidades privadas constituem um caminho alternativo para a execução de projetos, cujos investimentos necessários não poderiam ser sustentados exclusivamente pelas instituições. Não se sabe ao certo se o efeito desse processo resulta ou não no aumento da qualidade das exposições, no entanto, a sociedade se vale do benefício sem que as políticas tarifárias sejam impactadas.

10. Referências

- BARBOSA, Rodrigo Costa. **Taxa, preço público e tarifa**: distinção e aplicabilidade prática. Disponível em: <http://www.juspodivm.com.br/i/a/%7BA359D605-2221-45F9-A18E-B6DB73DE6B68%7D_7.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2011.
- BECKER, F. **A epistemologia do professor**: o cotidiano da escola. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007
- BRASIL. **Lei n.º 11.904, de 14 janeiro de 2009**. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm>. Acesso em: 13 dez. 2010.
- CANAS, Adriano Tomitão. **MASP**: museu laboratório. Projeto de museu para a cidade: 1947-1957. São Paulo: USP, 2010. 202 p. Tese (Doutorado) — Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16136/tde-17062010-092757/fr.php>>. Acesso em: 1 set. 2011.
- CASTRO, Ana Lucia Siaines de. **Museu e turismo**: uma relação delicada. Trabalho apresentado ao 8. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, Salvador, 2007. Disponível em: <<http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/DMP--257.pdf>>. Acesso em: 3 abr. 2011.
- CHAGAS, Mario de Souza; NASCIMENTO JUNIOR, Jose do (org.). **Subsídios para a criação de museus municipais**. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura/Instituto Brasileiro de Museus e Centros Culturais/Departamento de Processos Museais, 2009. 40 p. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/subsidio.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2011.
- CHIRINOS, Diana Guerra. Gestión de museos: una mirada desde Latinoamérica. In: **Boletín GC**: Gestión Cultural n.º 5: Gestión de Museos, diciembre de 2003. Disponível em: <<http://www.gestioncultural.org/ficheros/DGuerra.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2010.
- COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.
- DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito administrativo**. 19. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- FELDMAN, Daniel. **Ajudar a ensinar**: relações entre didática e ensino. Porto Alegre: Artes Médicas, 2001.
- GONÇALVES, Alexandra Rodrigues. O museu como polo de atracção turística. **Exedra: Revista Científica**, Algarve, n.o temático, p. 77-118, 2009. Disponível em: <<http://www.exedrajournal.com/docs/S-tur/05-alexandra++118.pdf>>. Acesso em: 7 dez. 2010.
- HUNTINGTON, Paul A. Ticket Pricing Policy and Box Office Revenue. **Journal of Cultural Economics**, n.o 17, p. 71-88, 2003. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/n1135p4785536867>>. Acesso em: 11 fev. 2011.
- ICOM — CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS. **Como gerir um museu**: manual prático. França: Maison de l'UNESCO, 2004. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/>>
-

-
- images/0018/001847/184713por.pdf>. Acesso em: 7 dez. 2010.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museus em números**. Brasília: IBRAM, 2011.
- KIRCHBERG, Volker (1998). Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums. **Journal of Cultural Economics**, vol. 22, n.o 1, p. 1-13, 1998. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/r8640557g86qq730>>. Acesso em: 13 fev. 2011.
- LIMA, Josimar Gomes de. **A influência da interatividade no Museu da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://estudosth.blogspot.com/2011/04/influencia-da-interatividade-no-museu.html>>. Acesso em: 24 ago. 2011.
- MARTINEZ GIMENEZ, Consuelo. **Los precios públicos**. Madri: Universidad de Murcia/Editorial Civitas, 1993. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=TphigkuYwEMC&printsec=frontcover&dq=los+precios+publicos&hl=pt-BR&ei=jqVjTuGnEKrc0QHqhZCRCg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CC4Q6AEwAQ#v=onepage&q=los%20precios%20publicos&f=false>. Acesso em: 27 ago. 2011.
- MOUTINHO, Mário C. Os museus como instituições prestadoras de serviços. **Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias**, Lisboa, n.º 12, p. 36-43, 2008. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/rhumanidades/article/view/987>>. Acesso em: 27 fev. 2011.
- MURTA, Antônio Carlos Diniz. **Considerações sobre as taxas e tarifas: opção ou imposição como remuneração na contraprestação do serviço público?**. Disponível em: <http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/manaus/direito_tribut_antonio_d_murta.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2011.
- NASCIMENTO JUNIOR, José do (org.). **Economia de museus**. Brasília: MinC/IBRAM, 2010. _____; COLNAGO, Ena. Economia da cultura. In: NASCIMENTO JUNIOR, José do. **Economia de museus**. Brasília: MinC/IBRAM, 2010, p. 204-234.
- O'HAGAN, John W. (1995). National Museums: To Charge or Not to Charge?. **Journal of Cultural Economics**, vol. 19, n.o 1, p. 33-47, 1995. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/p7418580ux813w85/>>. Acesso em: 19 mar. 2011.
- PEREIRO PÉREZ, Xerardo. **Turismo cultural: uma visão antropológica**. El Sauzal (Tenerife. Espanha): Aca y Pasos, RTPC, 2009. 307 p. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita2.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2010.
- REIS, Ana Carla Fonseca. Museus e mercados de arte como agentes econômicos: um diálogo entre cultura e economia. In: NASCIMENTO JUNIOR, José do. **Economia de museus**. Brasília: MinC/IBRAM, 2010, p. 115-139.
- ROMÃO, José Donizetti. **Proposta de precificação de serviço público**. São Carlos: USP, 2007. 131 p. Dissertação (Doutorado) — Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-10122007-143514/pt-br.php>>. Acesso em: 3 nov. 2010.
-

SANTOS, Myriam Sepúlveda dos. Museus Brasileiros e Política Cultural. In: **Revista Brasileira de Ciências**, São Paulo, vol. 19, n.º 55, jun. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v19n55/a04v1955.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2011.

_____. **Indicadores e pesquisas do turismo da cidade de São Paulo**. São Paulo: São Paulo Turismo, 2008.

TENTORI, Francesco. **P. M. Bardi**. São Paulo: Instituto Lino Bo e P. M. Bardi, 2000.

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. **Turismo e museus**. São Paulo: Aleph, 2006 (Col. ABC do Turismo).

Graduado em Turismo pelo Instituto Federal de São Paulo-IFSP. Experiência em Turismo Cultural (Supervisor Depto. Educativo do Museu da Língua Portuguesa). Rua Dr. Albino Camargo Neto, 48 CEP: 02236-040 - São Paulo / SP. E-mail: jns.gomes@yahoo.com.br.
