

## **BENS E PRODUTOS SOB O REFERENCIAL DA ARTE**

**Maria Alexandra Palma Contar Grosso:** Reginaldo Aparecido Carneiro  
CESUMAR - Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

Maria Lúcia Bertachini Nosella (Orientador)  
CESUMAR - Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

Sendo fato incontestado que a indústria de bens e serviços utiliza-se da arte para "legitimar" seus produtos, a isto deve ser acrescentada a óbvia estratégia que visa agregar ao produto o valor a um singular objeto de arte. Ao estudar a legitimação do produto quanto ao valor que lhe vem emprestado pela arte, a pertinência do objeto nos remete às escolas de Administração. Numa sociedade do conhecimento ou pedagógica, como querem Serres, De Masi, Drucker e outros, o campo do administrador terá realmente se estendido aos limites visados por estes e outros autores? Melhor dizendo, ainda, aquela etapa mental que prepara o trânsito do industrial ou pós-industrial, empresarial ou pós-empresarial está se anunciando entre nós? Perguntando de outra forma, os conhecimentos gerais que, somados aos específicos e indispensáveis, fazem do administrador um melhor administrador, já fazem parte integrante dos programas dos cursos de Administração?. O propósito é investigar esta temática, levantando dados sobre a consciência e qualificação de profissionais gerentes, demonstradores e vendedores quanto às representações que catalogam, divulgam e vendem e as implicações de prováveis desconhecimentos nesse nível para os procedimentos de comercialização utilizados em revendas de produtos do tipo pisos e revestimentos cerâmicos. O cerne está no conceito de representação tão bem explorado na obra de Paul Ricoeur, oferecendo à exame um instrumental que pode ser suplência e mentalidades. Pesquisa qualitativa e quantitativa e estudo de casos com material para exame se dirigem particularmente aos pisos e revestimentos cerâmicos de indústrias selecionadas em revendas na cidade de Maringá – PR, sempre procurando por em relevo conhecimento ou desconhecimento do valor artístico referendado pelo produto que se oferece. Espera-se colher resultados que atestem a qualificação desses profissionais quanto ao conhecimento ou possível desconhecimento em relação ao valor de objetos que conferem significado a produtos do segmento industrial escolhido, verificando com isso a eficácia do trânsito entre os propósitos da indústria com o consumidor final e o desempenho de administradores na formação e treinamento de suas equipes.

[ale@teracom.com.br](mailto:ale@teracom.com.br); [romanosella@bol.com.br](mailto:romanosella@bol.com.br)