

8.Referências Bibliográficas

AMERICANO, Gustavo da S. **Consumo e Padrões Estéticos: um estudo exploratório de tribos da Praia de Ipanema**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2007.

ARNOULD, Eric J.; WALLENDORF, Melaine. Market-Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation. **Journal of Marketing Research**, 1994.

_____; PRICE, Linda L. Market-Oriented Ethnography Revisited. **Journal of Advertising Research**, p. 251-262, 2006.

AZEVEDO, Alessandra de C. **Casais Voluntariamente sem Filhos: um estudo exploratório sobre seu comportamento de consumo**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2010.

BALTHAZAR, Ana Carolina B. **Tanto Eu Quanto o Outro: Um estudo sobre o consumo de jovens mulheres de classe alta da Zona Sul do Rio de Janeiro**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2011.

BARROS, Carla F.P. **Trocas, Hierarquia e Mediação: As Dimensões Culturais do Consumo em um grupo de Empregadas Domésticas**. Dissertação de Doutorado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2007.

BARTOS, Rena. Marketing to women around the world. Boston: **Harvard Business School Press**, 1989.

BBC BRASIL. Brasília, 2009 Disponível em:
<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2009/06/090615_brasilrankingroupasfn.shtml> Acesso em: 12 de novembro de 2012.

BELLIA, Leticia. **O Consumo dos Moradores da Barra da Tijuca**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2000.

BENATTI, Mayara M.A. “**Maison Canadá**”: **alta costura e consumo de luxo no Brasil**. Dissertação de Graduação. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2011.

BENITES, Tatiana P. **Orquestras Sensoriais: Processos de comunicação no varejo de moda íntima**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2010.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO. Panorama da Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecções e a Questão da Inovação. **Setor Têxtil e Confecções**, 2009

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**. Paris: Minuit, 1979.

_____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CAMARA-E.NET. Disponível em: <<http://www.camara-e.net/2011/10/31/loucos-pelo-prazer-de-consumir-on-line/>>. Acesso em: 31 de outubro de 2011.

CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CARVALHO, Carlos Augusto. **Simbologia de Objetos Decorativos**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 1997.

CASOTTI, Leticia. **À Mesa com a família: em estudo do comportamento do consumidor de alimentos**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da Moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2010.

COSTA, Andréa C.R.; FARIAS, Salomão A. **Emoções e Satisfação em Compras on-line: o “Ser” é Humano em Ambientes Intermediados por Computadores?** 16p. 2003.

DAVIS, S.; MEYER, C. *Blur: the speed of change in the connected economy*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1998. p. 1-76.

DEL PRIORE, Mary. **História das mulheres no Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 1997.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption**. New York: Routledge, 2002.

EBIT. Dados disponíveis em: <<http://www.ebit.com.br>>. Acesso em: 01 de novembro de 2011

ELLIOTT, R.; JANKEL-ELLIOTT, N. Using Ethnography in Strategic consumer Research. **Qualitative Market Research**; v. 6, n. 4, 2003.

EL-AMIR, Ayman; BURT, Steve. Modelling in branding: a critical ethnography approach. **Qualitative Market Research: An International Journal**; v. 13 Issue: 2, p. 189 – 209, 2010.

REVISTA ÉPOCA ONLINE. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Ciencia-e-tecnologia/noticia/2011/11/metade-da-populacao-brasileira-tem-acesso-internet.html>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2012.

EXAME. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/moda-usa-criatividade-para-ganhar-espaco-no-e-commerce>>. Acesso em: 02 de novembro de 2011.

FASHION!Me. Acesso pelo site <<http://www.fashion.me>>.

_____ Pesquisa byMK. Disponível em: <http://www.slideshare.net/bymk/pesquisa-bymk-4006407>>. Acesso em: 29 de novembro de 2011

FARIAS, Salomão A. Atmosfera de loja on-line: o impacto do ambiente virtual na satisfação do consumidor e na atitude para com a compra. **Revista de Administração**, v. 42, n. 1, p. 31-41, 2007.

FELLMAN, Michelle W. Breaking Tradition. **Marketing Research**; Chicago; v. 11, n. 3, p. 20-24, Fall, 1999.

FERREIRA, Marcos L. **Reconstruindo a Identidade**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2002.

GALO, Bruno. A bela da moda na web. **ISTOÉ Dinheiro**. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/38675_A+BELA+DA+MODA+NA+WEB>. Acesso em: 21 de outubro de 2011.

HERBIG, P.; HALE, B. Internet: the marketing challenge of the twentieth century. **Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy**, v. 7, n. 2, p. 95- 100, 1997.

HILL, Ronald P. A Primer for Ethnographic Research with a Focus on Social Policy Issues involving Consumer Behavior. **Advances in Consumer Research**, v. 20, p. 59-62, 1993.

IBGE. **População Economicamente Ativa**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 23 de outubro de 2011.

IBOPE. **16ª Pesquisa Internet POP**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: 27 de outubro de 2011.

_____ **Vestuário e acessórios vão movimentar R\$ 136 bilhões, segundo pesquisa do IBOPE Inteligência**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: 28 de outubro de 2011.

IEMI. **Estudo de Mercado Potencial – Vestuário, Meias e Acessórios**.

Disponível em: <<http://www.iemi.com.br>>. Acesso em: 02 de novembro de 2011.

JOHNSON, Lisa; LEARNED, Andrea. **Por que as mulheres compram? Estratégias de Marketing para atingir um novo público**. 2a ed. São Paulo: Futura, 2005.

KOSS, Monika von. **Feminino + Masculino: Uma nova coreografia para a eterna dança das polaridades**. São Paulo: Escrituras, 2000.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KOUFARIS, M. Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior. **Information Systems Research**, v. 13, n. 2, p. 205-223. 2002.

KUBOTA, Luis Claudio. **Consumo e Ciclo de Vida**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 1999.

LINO, Bruno B. **Valores de Ligação no Comportamento de Consumo: Um estudo exploratório em uma comunidade Black Music no Rio de Janeiro**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

_____ **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MARIAMPOLSKI, Hy. The Power of Ethnography. **Journal of Marketing Research**, v. 41, n. 1, p. 75-86, Jan 1999.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a Dádiva: Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas. In: **Sociologia e antropologia**. São Paulo: EPU, 1974.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo - Novas Abordagens**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003.

MENDEZ, Claudia. Anthropology and ethnography: contributions to integrated marketing communications. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 27 Iss: 5, p. 633 – 648. Louisiana, 2009.

NIELSEN AMÉRICA LATINA. **Pesquisa sobre Compras On-Line**. 2007.

NOGUEIRA, Roberto. Identificação das expectativas dos usuários da internet em relação ao comércio eletrônico. **Relatórios Coppead**, 348. Rio de Janeiro: UFRJ/COPPEAD, 2002.

O GLOBO DIGITAL E MIDIA. **Número de brasileiros com acesso à internet sobe 14% em um ano**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/numero-de-brasileiros-com-acesso-internet-sobe-14-em-um-ano-2774028>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2012.

PETTERLE, Andiará; MALETTA, Bruno. **Poderosas Consumidoras. O que quer e o que pensa a nova mulher brasileira**. Rio de Janeiro: Rede de Mulheres, 2010.

PIRES, Guilherme D.; STANTON, John; RITA, Paulo. The internet, consumer empowerment and marketing strategies. **European Journal of Marketing**, v. 40 n. 9/10, p. 936-949, 2006.

POPCORN, Faith; MARIGOLD, Lys. **Público-alvo: Mulher – 8 verdades do marketing para conquistar a consumidora do futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PRAVAZ, Susan. **Três estilos de mulher: a doméstica, a sensual, a combativa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

REZENDE, Gláucia C.C. **O Brasil na Moda: novas representações do consumo e promoção da brasilidade**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010.

ROCHA, Everardo. **Magia e Capitalismo**. 3ª ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1995.

_____. **Representações de Consumo: estudos sobre a narrativa publicitária**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2006.

_____. **A Sociedade do Sonho**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2005.

_____; BARROS, Carla. Dimensões culturais do Marketing: teoria antropológica, estudos etnográficos e comportamento do consumidor. **Anais do 28º Enanpad**, 2004.

_____; BARROS, Carla; PEREIRA, Claudia. Do Ponto de Vista Nativo: Compreendendo o Consumidor através da Visão Etnográfica. **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2005.

ROCHA, Angela da; FERREIRA, Jorge da S. **Consumo na Base da Pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2009.

_____; CHRISTENSEN, Carl. **Marketing: Teoria e prática no Brasil**. 2ª ed. São Paulo. Atlas, 1999.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1979.

SAWHNEY, M.; KOTLER, P. Marketing in the age of information democracy, In IACOBUCCI, D. (Ed). **Kellog on Marketing**, p. 386-409. Nova York: Willey, 2001.

SHERRY, John F. Observations on Marketing and Consumption: An Anthropological Note. **Advances in Consumer Research**, v. 16, p. 555-561, 1989.

TEXBRASIL. **Dados gerais da Indústria da Moda Brasileira referentes ao ano de 2010.** Disponível em: <<http://www.texbrasil.com.br/texbrasil/SobreSetor.aspx?tipo=15&pag=1&nav=0&tela=SobreSetor>>. Acesso em: 02 de novembro de 2011.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da Classe Ociosa.** São Paulo: Pioneira, 1965.

VEJA Edição especial. **Vitrines de Ouro.** São Paulo: Veja, Ed. Abril, maio de 2005.

VELHO, Beatriz A. **A Mulher Anunciada: Um estudo das representações do feminino na propaganda brasileira e norte-americana.** Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

VOGUE UK. **Natalie Massenet.** Disponível em <http://www.vogue.co.uk>. Acesso em 01 de novembro de 2011.

WALTHER, Luciana. **Imagem, Luxo e Dilema.** Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2002.

WALLENDORF, Melanie; BELK, Russell W. Assessing Trustworthiness in Naturalistic Consumer Research. **Interpretive Consumer Research**, p. 69-84, 1989.

WEBSHOPPERS, 24^o Relatório. Disponível para download em: <<http://www.webshoppers.com.br/webshoppers/WebShoppers24.pdf>>

WINNICK, Charles. Anthropology's Contributions to Marketing. In: HOLLOWAY, R.J.; HANCOCK, R.S. **The Environment of Marketing Behavior.** New York: John Willey & Sons, 1969.

WOODS, Claudia Q. **A Internet como Canal de Vendas de Eletro-Eletrônicos: Um Estudo de Caso no Brasil.** Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2007.