

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENAZZI, João R. de S. C. **Abordagens por Coortes no Brasil e Tendência Nostálgica – Uma Perspectiva de Marketing Aplicada a Atitudes do Consumidor.** Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2000.

BROWN, Stephen. **The Retromarketing Revolution: L’imagination au Pouvoir.** International Journal of Management Reviews, Vol. 3, Issue 4, pp 303-320, Dezembro 2001.

DAVIS, Fred. **Nostalgia, Identity and The Current Nostalgia Wave.** Journal of Pop Culture, Vol. 11, pp 414, Issue 2, Outubro 1977.

DECCACHE, Maria G. **Efeito Coorte e a Atitude do Consumidor do Setor de Supermercados.** Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2000.

DURUZ, Jean. **Food and Nostalgia: Eating the Fifties and Sixties** Australian Historical Studies; Vol. 30, Outubro 1999.

EKSTROM, Karin M. **Revisiting Family Tree: Historical and Future Consumer Behavior Research.** Academic of Marketing Science Review, nº 1, 2003.

HAVLENA, Willian J., HOLAK, Susan L. **“The Good Old Days”:** **Observations on Nostalgia and Its Role in Consumer Behavior.** Advances in Consumer Research, Vol 18, pp 323-329, September 1991.

HOLBROOK, Morris B., **Nostalgia and Consumption Preferences: Some Emerging Patterns of Consumer Tastes.** Journal of Consumer Research, Vol 20, pp 245-255, September 1993.

\_\_\_\_\_. **Costume Value and Autoethinography: Subjective Personal Introspection and the Meanings of a Photography Collection.** Journal of Business Research, Vol 58, pp 45-61, 2005.

\_\_\_\_\_, HIRSCHMAN, Elizabeth C. **The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun.** Journal of Consumer Research, Vol 9, pp 132-140, September 1982.

\_\_\_\_\_, SCHIDLER, Robert M. **Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes.** Journal of Consumer Research. Vol. 16, pp 119-124, June 1989.

\_\_\_\_\_, SCHIDLER, Robert M. **Echoes of the Dear Departed Past: Some Work in Progress On Nostalgia.** Advances in Consumer Research. Vol. 18, pp 330-333, 1991.

\_\_\_\_\_, SCHIDLER, Robert M. **Nostalgic Bonding: Exploring the Roling of Nostalgia in the Consumption Experience.** Journal of Consumer Behavior. Vol. 3, pp 107-127, 2003.

\_\_\_\_\_, SCHIDLER, Robert M. **Age, Sex and Attitude Toward the Past as Predictors of Consumers' Aesthetic Tastes for Cultural Products.** Journal of Marketing Research. Vol. 31, pp 412-422, Aug 1994.

KITAJIMA, Isabela & MOTTA, Paulo C. **The Cohort Effect of Musical Taste.** Proceedings, CD ROM, BALAS Annual Conference. Madrid, Espanha, Maio 25-28, 2005.

KLEINE, Susan S.; BAKER, Stacey M. **An Intergrative Review of Material Possession Attachment.** Academy of Marketing Science Review, nº 01, 2004.

LEEK, Sheena; SZMIGIN, Isabelle & CARRINGAN, Marylyn. **Older Consumers and Food Inovation.** Journal of International Food & Agrobusiness Marketing. Vol. 12, pp 71-89, 2001.

MACIEL, Maria Eunice. **Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?**. *Horiz. antropol.*, Dec. 2001, vol.7, no.16, p.145-156. ISSN 0104-7183.

MEREDITH, Geoffrey E., SCHEWE, Charles D. **Defining Markets, Defining Moments. America's 7 Generational Cohorts, Their Shared Experiences, and Why Businesses Should Care**. New York: Hungry Minds, 2002.

MEREDITH, Geoffrey e SCHEWE, Charles D. **The Power of Cohorts**. American Demographics, December, 1994. 22-31.

MINTZ, Sidney W. **Comida e Antropologia: uma Breve Revisão**. *Rev. bras. Ci. Soc.*, out. 2001, vol.16, no.47, p.31-42. ISSN 0102-6909.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma Orientação Aplicada**. São Paulo: Bookman, 3. ed., 2001.

MORI, Hiroshi; LOWE III, Everett G.; CLASON, Dennis L. & GORMAN, William D. **Cohort Analysis of Food Consumption: a Case of Rapidly Changing Japanese Consumption**. *International Food and Agrobusiness Management Review*, Vol. 3, pp 189-205, 2000.

MOTTA, Paulo C., ROSSI, Mônica & Schewe, Charles D. **Generational Marketing: Exploring Cohort-Programmed Values and Their Implications on Cross Cultural Variations in Consumer Behavior Between Brazil and United States**. *Revista Portuguesa de Marketing*, Ano 6, Número 12, 2002.

MUEHLING, Darrel D.; SPROTT, David E. **The Power of Reflection: An Empirical Examination of Nostalgia Advertising Effects**. *Journal of Advertising*, vol. 33, nº 3, 2004.

NOGUEIRA, Paulo. **Alimento Congelado, Pronto Consumo e o Comportamento do Consumidor**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 1989.

PALMEIRA, Mariana. **Hábitos de Assitir Televisão dos Consumidores de Mais Idade**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 1998.

RENTZ, Joseph O., REYNOLDS, Fred D. **Forecasting the Effects of na Aging Population on Product Consumption: an Age-Period-Cohort Framework**. Journal of Marketing Research, Vol. 28, pp 355-360, Aug 1991.

\_\_\_\_\_ & STOUT, Roy G. **Analyzing Changing Consumption Patterns with Cohort Analysis**. Journal of Marketing Research, Vol. 20, pp 12-20, Feb 1983.

REICHEMBACH, Mitzy T. **A Refeição em Família: Um Lugar de Encontro entre a História da Alimentação e da Enfermagem**. Cogitare Enfermagem, V.9, Nº 2, 2004.

RINDFLEISCH, Aric; FREEMAN, Dan & BURROUGHS, James E. **Nostalgia, Materialism and Product Preference: An Inicial Inquiry**. Advances in Consumer Research. Vol. 27, pp 36-40, 2000.

\_\_\_\_\_; SPROTT, David E. **Moving Forward on Looking Backward: Advancing Theory and Practice in Nostalgia**. Advances in Consumer Research. Vol. 27, 2000.

RUBENS, Mario & MOTTA, Paulo C. **Exploratory Findings of Cohort Effects: Preferences for Cultural Products**. International Conference: Global markets in dynamic environments: making positive connections through strategy, technology and knowledge. GBATA:Global business and Technological Association, Lisboa, Portugal, Orgs. Nedjet Delener & Chiang-nan Chao, Readings Book, pp 1060-1069., 2005.

SCHINDLER, Robert M., Holbrook, Morris B. **Critical Periods in the Development of Men's Tates in Personal Appearance**. Psychology & Marketing. Vol. 10, pp 549-564, Nov/Dec 1993.

\_\_\_\_\_. **Nostalgia for Early Experience as a Determinant of Consumer Preferences.** Psychology & Marketing. Vol. 20, pp 275-302, Abril 2003.

SOLOMON, Michael R. **Comportamento do Consumidor. Comprando, Possuindo e Sendo.** Porto Alegre: Bookman, 2002.

URGER, Lynette S., Mc CONOCHA, Diane M. & FAIER, John A. **The Use of Nostalgia in Television Advertising: A Content Analysis.** Journalism Quartely, Vol 68, pp 345-353, Autumn 1991.

## 7 ANEXO

### ANEXO I

#### Índice Nostálgico – Afirmações Representativas de Tendência Nostálgica (HOLBROOK, 1993)

- 1 – “Eles não os fazem mais como costumavam fazer”;
- 2 – “O mais novo é quase sempre melhor” (reverso);
- 3 – “No futuro, as pessoas terão uma vida ainda melhor”(reverso);
- 4 – “As coisas costumavam ser melhores nos bons e velhos tempos”;
- 5 – “Eu acredito no progresso contínuo” (reverso);
- 6 – “Ontem, todos os meus problemas pareciam tão distantes”;
- 7 - “Os produtos estão ficando cada vez piores”;
- 8 – “Comparado com nossos pais, nós nos saímos bem” (reverso);
- 9 – “Mudanças tecnológicas vão garantir um futuro melhor” (reverso);
- 10 – “Quando eu era mais novo, eu era mais feliz que hoje”;
- 11 – “As novas estrelas do cinema puderam aprender com os antigos”;
- 12 – “Tenho que admitir que isto está ficando melhor, melhor a cada dia”  
(reverso);
- 13- “Os verdadeiros grandes heróis do esporte morreram há muito tempo”;
- 14 – “A história envolve uma melhoria constante do bem-estar humano”  
(reverso);
- 15 – “O padrão de vida hoje é o mais alto atingido” (reverso);
- 16 – “Às vezes, quem me dera poder voltar para o útero”;
- 17 – “Estamos experimentando um declínio da qualidade de vida”;
- 18 – “O crescimento do PIB promoveu um aumento da felicidade humana”;
- 19 – “Comparado com os clássicos, a música de hoje é uma porcária”.
- 20 – “Negócios modernos constantemente constroem um futuro melhor”  
(reverso).