

Referências bibliográficas

BAUDOT, F. Moda do Século. Editora: Cosac & Naify.

BENAZZI, J.R. de S.C. (2000). Abordagem por Coortes no Brasil e Tendência Nostálgica – Uma Perspectiva de Marketing Aplicada a Atitude do Consumidor. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BIERLEY, C.; McSWEENEY, F.K. and VANNIEUWKERK, R. (1985). Classical Conditioning of Preferences for Stimuli. **Journal of Consumer Research**, 12 (December), 316-23.

BONN, É.M. (1999). Os Efeitos de Geração e a Preferência por Filmes de Cinema. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BYRNE, D.; ERVIN, C.R. & LAMBERTH, J. Continuity between the experimental study of attraction and real-life computer dating. **Journal of Personality and Social Psychology**. 1970, 16, pp. 157-165.

DIAS, L.P. Generational Buying Motivations for Fashion. **Journal of Fashion Marketing and Management**. Vol.7, pp 78-86, 2003.

ENGEL, J.F.; BLACKWELL, R.D. & MINIARD, P.W. Consumer behavior. 8. ed. Orlando: The Dryden Press, 1995.

GRUBB, E.L. & HUPP, G. Perception of self, generalized stereotypes, and brand selection. **Journal of Marketing Research**. Vol. V, Feb. 1968.

HOLBROOK, M.B. & SCHINDLER, R.M. Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes. **Journal of Consumer Research**. Vol.16, pp 119-124, June 1989.

HOLBROOK, M.B. Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. **Journal of Consumer Research**; Sep 1993; 20, 2; ABI/INFORM Global pg. 245.

HOLBROOK, M.B. & SCHINDLER, R.M. Nostalgic bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience. **Journal of Consumer Behaviour**; Dec 2003; 3, 2; ABI/INFORM Global, pg. 107.

HOLBROOK, M.B. Aims, Concepts, and Methods for the Representation of Individual Differences in Esthetic Responses to Design Features. **Journal of Consumers Research**, Vol. 13, December 1993.

HOLBROOK, M.B. & SCHINDLER, R.M. Age, Sex, and Attitude Toward the Past as Predictors of Consumer's Aesthetic Tastes for Cultural Products. **Journal of Marketing Research**, Vol. XXXI, pp-412-422. August 1994.

HOLBROOK, M.B. & SCHINDLER, R.M. Nostalgia for early experience as a determinant of consumer preferences. **Psychology & Marketing**; Apr 2003; 20, 4; ABI/INFORM Global. pg. 275.

KITAJIMA, I. & MOTTA, P.C. The cohort effect of musical taste. Proceedings, CD ROM, BALAS Annual Conference. Madrid, Espanha, Maio 25-28, 2005.

KITAJIMA, I.Y.R. (2004). A influência das gerações na formação da preferência musical: um estudo aplicado à música popular. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

MANNHEIM K. (1952). The Problem of Generations. In: Mannheim K. editor. Essays on the sociology of knowledge. London : Routledge and Kegan Paul, p. 276-322.

MILLER, C.M.; McINTYRE, S.H. & MANTRALA, M.K. Toward formalizing fashion theory. **Journal of Marketing Research**; May 1993; 30, 2; ABI/INFORM Global. pg. 142.

MOTTA, P.C.; ROSSI, M. & SCHEWE, C.D. (2002), 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** Nº 12; pp 11-21, 2002.

MOUTINHO, M.R. A Moda no Século XX. Editora Senac.

PASCAL, V.J.; SPROTT, D.E. & MUEHLING, D.D. The Influence of Evoked Nostalgia on Consumers' Responses to Advertising: An Exploratory Study. **Journal of Current Issues and Research in Advertising**. Vol. 24, No 1 (Spring 2002).

RENTZ, J.O. & REYNOLDS, F.D. (1991). Forecasting the Effects of an Aging Population on Product Consumption: An Age-Period-Cohort Framework. **Journal of Marketing Research**, 28 (August), 355-60.

RILEY, M.W. (1973). Aging and Cohort Succession: Interpretation and Misinterpretations. **Public Opinion Quarterly**, 37, 35-49.

ROCHA, M.A.V.; HAMMOND, L. & HAWKINGS, D. Age, Gender and National Factors in Fashion Consumption. **Journal of Fashion Marketing and Management**. Vol. 9, No 4, pp380-390, 2005.

RODGERS, W. (1982). Estimable functions of age, periods and cohort effects. **American Sociological Review**, 47 (6), Dec., p. 774-87.

RUBENS, M. & MOTTA, P.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 1060-1969., 2005.

RYDER, N.B. (1965). The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. **American Sociological Review**.

SCHINDLER, R.M. & HOLBROOK, M.B. (1993). Critical Periods in the Development of Men's and Women's Tastes in Personal Appearance. **Psychology & Marketing**, 10, 549-564.

SCHUMAN, H. & SCOTT, J. (1989). Generations and Collective Memories. **American Sociological Review**, 54, (3), 359-81.

SCOTT, J. & ZAC, L. (1993). Collective Memories in Britain and the United States. **Public Opinion Quarterly**, 57, 315-331.

SHEWE, C.D. & MEREDITH, G.E. Digging Deep to Delight the Mature Adult Consumer. **Marketing Management**. Vol. 3, No3, pp. 59-66, 1991.

SMITH, J.W. & CLURMAN, A. (1997). Rocking the ages: the Yankelovich report on generational marketing. New York: Harper Collins.

TAMBINI, M.. O Design do Século. Editora Ática.

VERGARA, S.C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 4ª edição. Editora Atlas.

Páginas da Internet

- www.santamoda.com.br
- www.folha.uol.com.br/folha/almanaque/moda_index.htm
- www.mec.blogger.com.br/index.html

8

Anexos

8.1

Questionário utilizado na pesquisa

RESPONDA APENAS SE VOCÊ FOR DO SEXO FEMININO E TIVER NASCIDO ENTRE 1930 E 1983.

Este questionário destina-se a uma pesquisa para o Curso de Mestrado em Administração da Puc-Rio. Sua resposta representa importante contribuição para um estudo que visa entender melhor AS PREFERÊNCIAS PELO VESTUÁRIO FEMININO. O que você responder será tratado de maneira confidencial. Não será necessária a sua identificação. Pedimos **que todas as questões sejam respondidas**, para que seja possível extrair o melhor nível de informação.

Obrigada pela colaboração.

Christine Pina

Instruções de Preenchimento: este questionário é formado por 2 partes:

PARTE I: você deverá marcar um, **e somente um X**, na opção que melhor representa a sua preferência pelos modelos de vestuário apresentados, de acordo com as opções mostradas no exemplo abaixo:

Qual sua opinião com relação ao serviço prestado pelos restaurantes no Rio de Janeiro?

	Gosto muito
X	Gosto
	Indiferente
	Não gosto
	Não gosto nada

PARTE II: Você deverá preencher seu ano de nascimento.

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

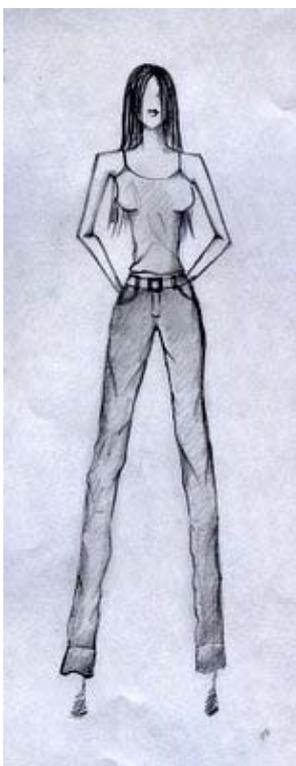


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

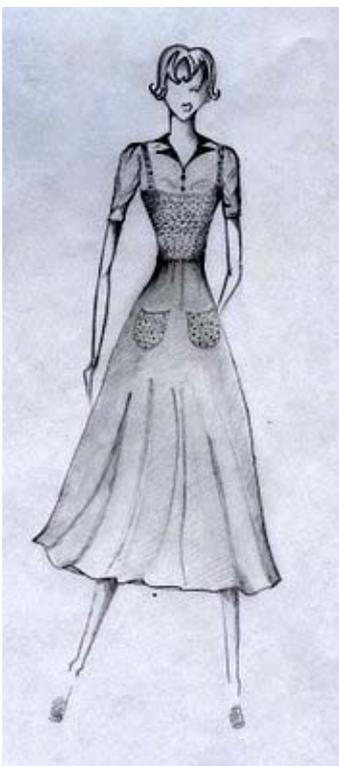


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

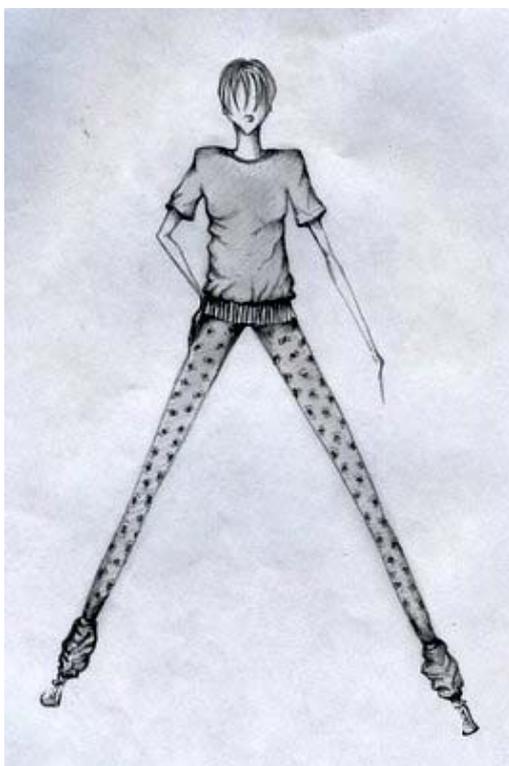


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

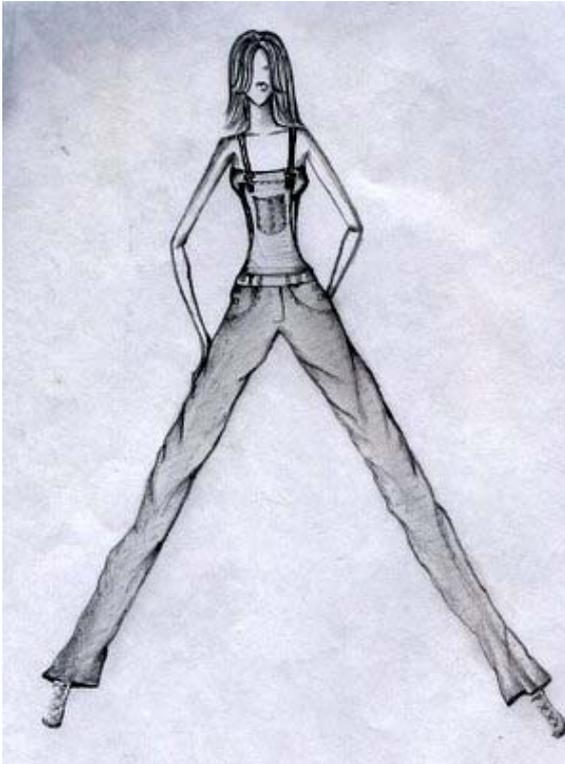


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

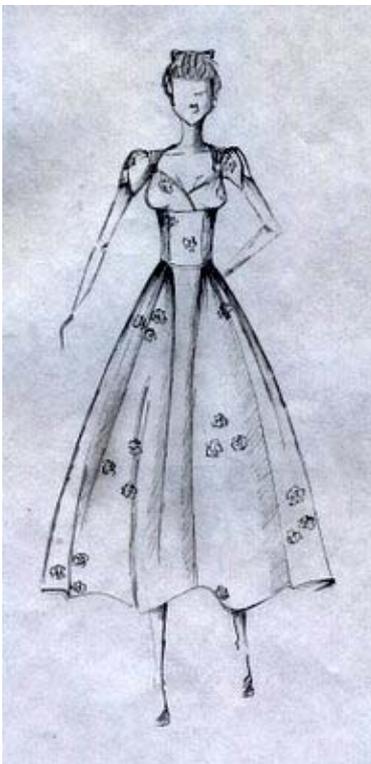


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

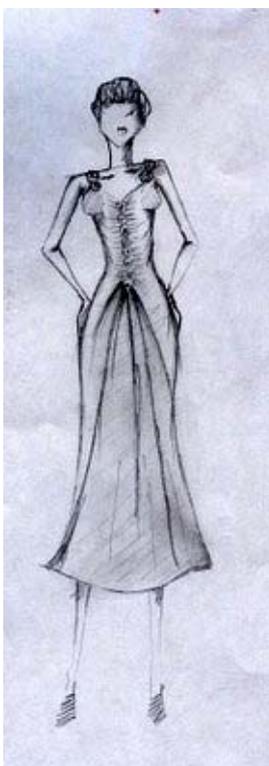


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

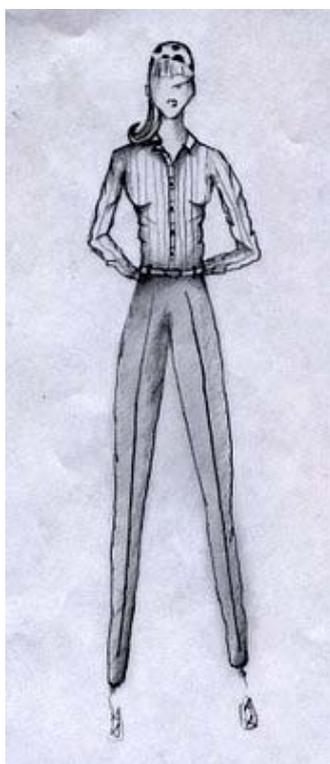


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

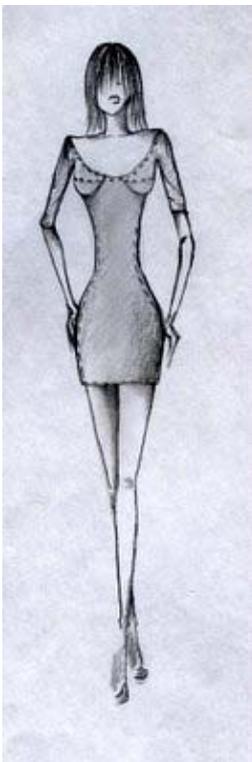


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

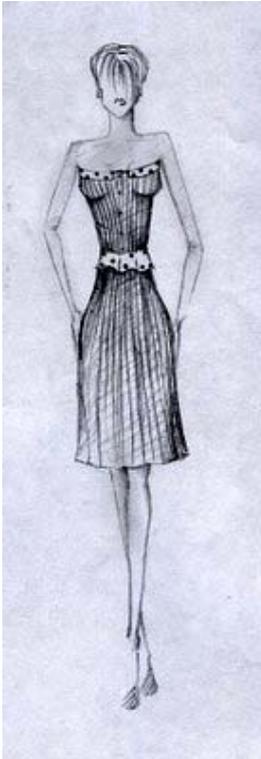


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

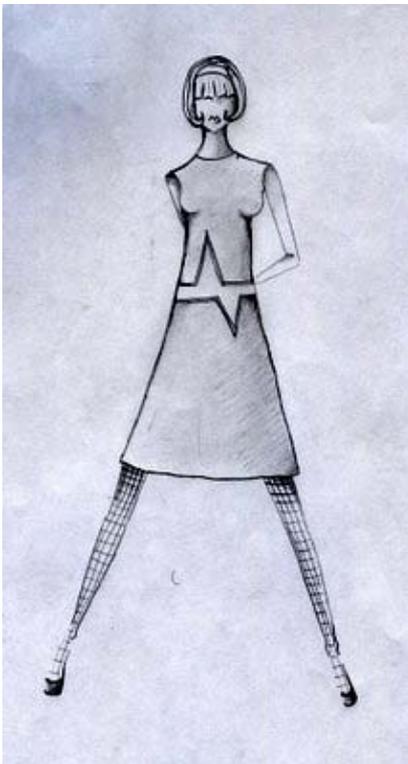


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

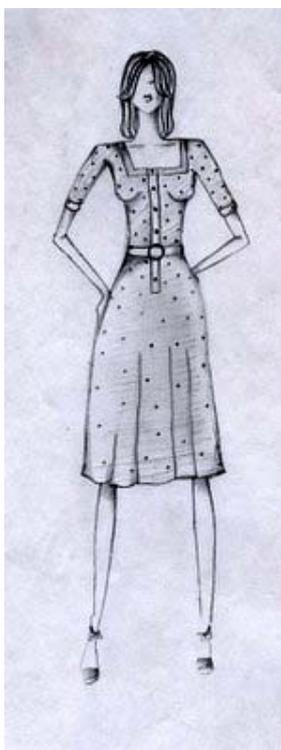


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

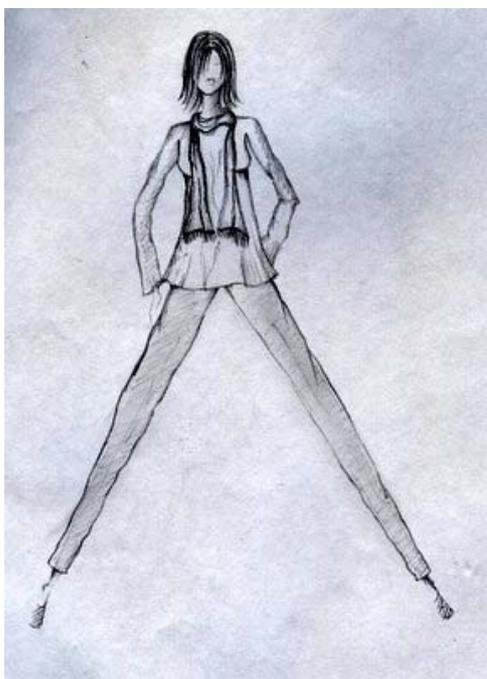


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

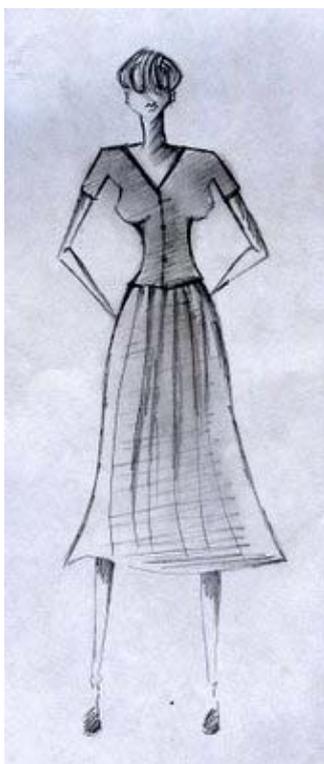


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.

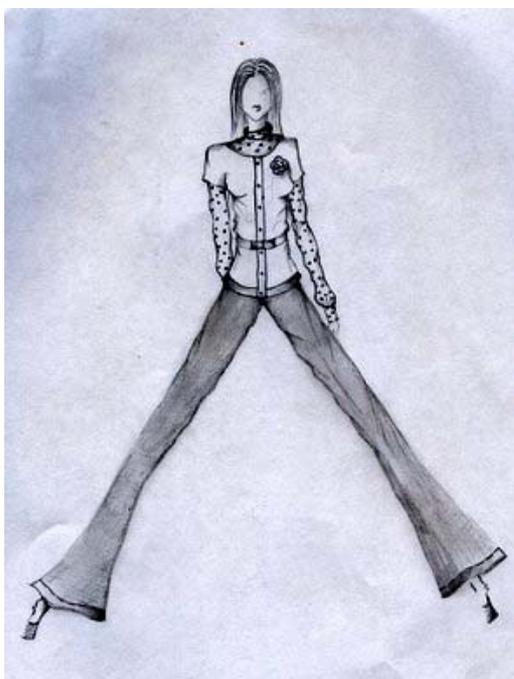


<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE I: marque um X na opção que melhor representa sua preferência pelo modelo de vestuário correspondente.



<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada



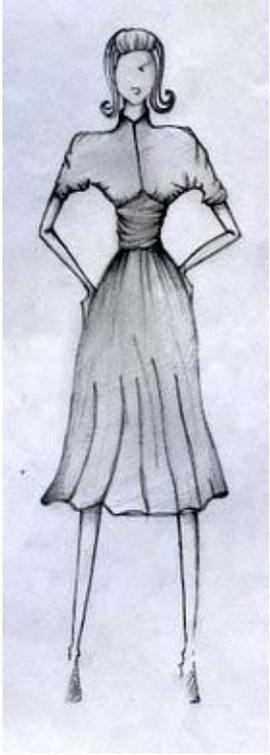
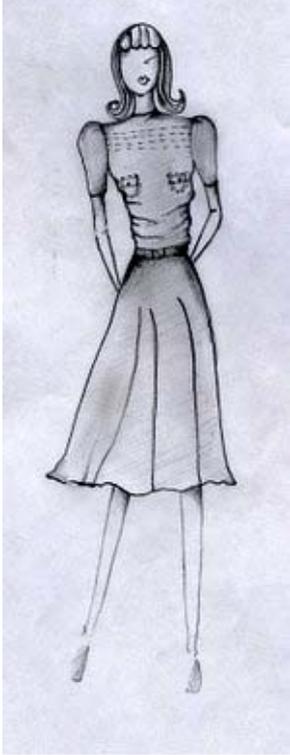
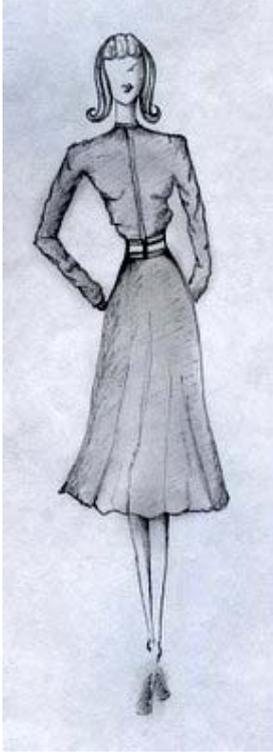
<input type="checkbox"/>	Gosto muito
<input type="checkbox"/>	Gosto
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Não gosto
<input type="checkbox"/>	Não gosto nada

PARTE II: Responda à questão abaixo:

Qual seu ano de nascimento? _____

8.2

Modelos de vestuário utilizados na pesquisa e suas respectivas nomenclaturas

40.1.1	40.1.2	40.1.3
		
40.2.1	40.2.2	40.2.3

