



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

PROJETO EXPERIMENTAL DE CRIAÇÃO DE MARCA: DE BANANA

Jorge Vinicius dos Santos Martins Amaro

Rio de Janeiro

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

PROJETO EXPERIMENTAL DE CRIAÇÃO DE MARCA: DE BANANA

Jorge Vinicius dos Santos Martins Amaro

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Dr^a Maria Beatriz da Rocha Lagôa

Rio de Janeiro
2014

PROJETO EXPERIMENTAL DE CRIAÇÃO DE MARCA: DE BANANA

Jorge Vinicius dos Santos Martins Amaro

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Aprovado por:

Prof. Dr^a Maria Beatriz da Rocha Lagôa – orientadora

Prof. Dr^a Lucimara Rett

Prof. Dr^a Marta de Araújo Pinheiro

Aprovado em:

Grau:

Rio de Janeiro

2014

AMARO, Jorge Vinicius dos Santos Martins.

Projeto Experimental de Criação de Marca: De Banana/ Jorge Vinicius dos Santos Martins Amaro – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2014.

128f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2014.

Orientação: Maria Beatriz da Rocha Lagôa

1. Projeto experimental. 2. Criação de marca. 3. Identidade visual. I. LAGÔA, Maria Beatriz da Rocha II. ECO/UFRJ III. Publicidade e Propaganda IV. Projeto Experimental de Criação de Marca: De Banana.

Dedico este trabalho à minha família e aos amigos que me apoiaram completamente durante a execução deste projeto.

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a Deus por ter me sustentado até aqui. Sei que tudo que tenho é fruto não só do meu trabalho, mas de sua bondade e seu amor por mim.

Aos meus pais, por terem investido tanto tempo e dinheiro para que eu pudesse ter uma formação acadêmica. À minha família de modo geral e, especialmente, à minha irmã Carolina. Obrigado por ter acreditado em mim e conseguido uma bolsa integral em um dos melhores colégios do Rio de Janeiro para que me preparasse para o vestibular. Não sei se teria chegado aqui sem esse “empurrãozinho”. *I owe you big time, sis!*

Às minhas melhores amigas, Alê Motta e Mariana Calil, por terem me ouvido reclamar, desesperar, chorar e achar que não daria conta, durante esses quatro anos entre faculdade e trabalho. Não aguentaria o tranco sem o amor e as orações de vocês.

À amiga e estilista Liz Correa, que permitiu que eu me apropriasse de sua loja para realizar este trabalho. Acho que formamos uma bela dupla criativa, hein?

À minha querida orientadora, por ter guiado meus passos durante a execução deste projeto. Mais do que professora, sei que tenho uma amiga que me quer muito bem. Valeu, Bia!

Por fim, a todos os amigos que estiveram comigo neste semestre, dando força e gás para eu concluir o curso. Jovens sem Nome, Adolescentes da IBON, meus colegas da BTG, Britney Spears e meu companheiro de viradas de noite, *Toad*. Amo vocês!

AMARO, Jorge Vinicius dos Santos Martins. **Projeto Experimental de Criação de Marca: De Banana**. Orientadora: Maria Beatriz da Rocha Lagôa. Rio de Janeiro, 2014. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, UFRJ. 128f.

RESUMO

O objetivo deste projeto prático é a criação da marca De Banana, um brechó *online* com conceito diferente dos demais. Sua realização foi possível por meio da criação de uma identidade para a marca, tendo como embasamento uma pesquisa de campo com o público-alvo e teóricos do marketing, da criação e da história da arte. Ao longo do processo, são abordados assuntos como dados sobre o mercado da moda no Brasil, técnicas de pesquisa, *branding*, criação e identidade nacional. Por fim, é apresentado o resultado da criação e as aplicações sugeridas para a loja.

Palavras-chaves: criação de marca; identidade visual; direção de arte; de banana.

RELAÇÃO DE FIGURAS

Figura 1. Assinatura visual Dorset Chamber

Figura 2. Cartaz do festival de música brasileira Pelá

Figura 3. Opções de símbolo para o De Banana

Figura 4. Símbolo De Banana

Figura 5. Diferença entre símbolo e logotipo

Figura 6. Experimentações de tipografia para a marca

Figura 7. Fusão de dois tipos

Figura 8. Logotipo De Banana

Figura 9. Assinaturas visuais De Banana

Figura 10. Paleta de cores De Banana

LINEUP (Sumário)

1. SOBRE A ESCOLHA DO TEMA	10
2. ETAPAS DO PROJETO	12
2.1 Pesquisa e dados sobre o mercado.....	13
2.2 Criação da identidade visual do projeto	14
3. LOOK AROUND: teoria e fase de pré-criação da marca De Banana.....	17
3.1 Sobre alguns aspectos do mercado da moda.....	17
3.2 O perfil da consumidora De Banana	19
3.2.1 Hábitos e preferências	20
3.2.2 Sobre moda e vestuário	21
3.2.3 Sonhos de consumo.....	23
3.2.4 Atrativos para o consumo.....	24
4. THE FINEST INSPIRATION: os croquis da marca	26
4.1 A essência De Banana	26
4.2 Branding	26
4.3 Posicionamento da marca	28
4.4 O nome	29
4.5 A identidade visual.....	31
4.5.1 O símbolo.....	35
4.5.2 Logotipo e tipografia.....	37
4.5.3 A assinatura visual	40
4.5.4 Paleta de cores	40
5. THAT'S A WRAP: considerações finais	44
REFERÊNCIAS.....	46
MANUAL DA MARCA	49
ALGUMAS FOTOS DA “FEIRA DE BANANA”	56
IDENTIDADE DA LOJA NO FACEBOOK	58
APÊNDICE A - ROTEIRO DE PESQUISA	59
ENTREVISTAS	60
APÊNDICE B - PRIMEIROS ESBOÇOS DO SÍMBOLO	128

1. SOBRE A ESCOLHA DO TEMA

Não é fácil escolher o tema do último trabalho na faculdade. Pelo menos é isso que muitos universitários afirmam na hora de escolher o assunto que abordarão em suas monografias. Para mim, foi um pouco diferente. Cerca de um ano antes de começar a desenvolver meu trabalho de conclusão de curso, me envolvi em um projeto de moda bastante interessante e que acabou se tornando um trabalho pelo qual sinto muito carinho e alegria por poder participar. Sem perceber, já estava aplicando meus conhecimentos de publicidade e criação e dando os primeiros passos em direção ao meu último projeto da graduação.

O setor de moda é um campo bastante rico para trabalhar. Por lidar com beleza e senso estético, pode-se dizer que se relaciona diretamente com criação e direção de arte, área da publicidade com a qual trabalho. Por esse motivo, quando a estilista Liz Gomes Correa me apresentou sua ideia de uma loja de roupas femininas com um formato um pouco diferente das tradicionais, fiquei interessado e resolvi ajudá-la a desenvolver seu projeto. Estava nascendo o De Banana.

Liz é estilista formada pelo SENAC e, ao terminar seu curso, buscava começar um novo empreendimento. Como profissional qualificada, ela entende o que são roupas de qualidade, bons tecidos e preço justo. Monta seu próprio guarda-roupa exclusivamente com roupas adquiridas em brechós. Peças que, segundo ela, têm qualidade para durar anos e que custariam fortunas nos shoppings cariocas. Quando percebeu a possibilidade de compra e venda em condições favoráveis, Liz teve a ideia de lançar um brechó diferenciado.

Sem ter um espaço físico para começar sua loja, a internet foi a opção mais viável para o projeto; mais especificamente a rede social *Facebook*. Entretanto, para começar suas vendas, o brechó precisava ter uma identidade. Foi aí que Liz entrou em contato comigo e eu virei sua dupla na criação do De Banana. Mas o que torna essa loja diferente dos outros brechós já existentes?

Em primeiro lugar, o De Banana se distingue dos brechós tradicionais pelo seu posicionamento e estilo único. Não é um local com pilhas de roupas velhas, por vezes sujas e com cheiro nada agradável. Liz percorre os mais diversos brechós do Rio de Janeiro e de Niterói, cidade onde mora, atrás das melhores peças disponíveis e monta seu estoque apenas com produtos de boa qualidade material e belo *design*.

Ou seja, o consumidor não vai precisar procurar por uma roupa boa no meio de inúmeras peças de qualidade questionável.

Em segundo lugar, a loja se diferencia de outros brechós “moderninhos” *online*, pois seu principal argumento é o preço baixo. Em outras lojas como, por exemplo, Maria Brechó ou Enjoei, os produtos usados são vendidos por um preço bem alto. Ainda que não seja o mesmo preço das lojas de produtos novos, esses brechós não são uma opção acessível a todos. O De Banana quer democratizar a moda e fazer com que as pessoas entendam que não é preciso pagar caro para se vestir bem. Inclusive, no De Banana o valor final do produto leva em consideração a higienização e tratamento da roupa, a embalagem artesanal e a entrega em domicílio.

Além desses motivos, um terceiro fator que difere o De Banana das outras lojas é não vender apenas roupas, mas também um “estilo de vida”. Liz pretende fazer com que a loja *online* se torne uma referência em moda, dando uma espécie de consultoria aos seus consumidores através de dicas de *looks*, maquiagem, penteados etc. As fotos das roupas que serão vendidas também não serão feitas de qualquer maneira. A “vitrine” do De Banana será feita com fotos de modelos usando os *looks* completos, diferente de outros brechós que apenas expõem uma foto do produto pendurado em um cabide.

O projeto chamou minha atenção, ao buscar no passado peças que interajam com o presente, mesclando cores, formas e até aromas. Toda essa experiência sensorial e estética que a marca propõe dá um novo fôlego às peças antigas e apresenta às jovens de hoje uma alternativa para vestir roupas das grifes mais famosas. Sendo assim, escolhi fazer do De Banana o meu trabalho de conclusão de curso, por meio de um projeto experimental de criação de marca que reflita este contexto.

2. ETAPAS DO PROJETO

Para criar a marca De Banana foi necessário entender alguns aspectos dos hábitos do consumidor e poder assim formular a melhor identidade visual para o projeto. A partir do momento em que cada etapa do processo foi estabelecida e organizada, o desenvolvimento do trabalho ocorreu de maneira mais fluida. Neste capítulo, apresento o caminho escolhido para executar o projeto. Para melhor compreensão, organizei em duas fases: pesquisa e criação.

Dentre os recursos teóricos e práticos que apreendi durante a graduação em Comunicação, cito as disciplinas: Comportamento do Consumidor e Segmentação, em que estudei os fatores que influenciam a decisão na hora da compra e adoção de novos produtos; e Pesquisa de Mercado e Opiniões Públicas, onde aprendi todo o processo para a execução de uma pesquisa de mercado e os tipos, técnicas e métodos existentes (além de executar de fato uma pesquisa de campo, aplicando questionários e participando de toda a análise dos dados).

Dentre os livros utilizados em aula, busquei em “Administração de *marketing*”, de Philip Kotler, os parâmetros relacionados a *marketing* para a primeira fase do projeto. Kotler traz fundamentos teóricos e pontos interessantes sobre o comportamento do consumidor e fala também sobre a conexão marca/cliente, pensando na satisfação e fidelização desse último e na criação de valor da marca.

A compreensão desses itens dá suporte à primeira fase do projeto, onde realizo uma pesquisa de campo para entender melhor o consumidor do De Banana.

Já na fase de criação, as disciplinas que me deram suporte foram: Direção de Arte em Publicidade e Propaganda e Criação Publicitária. Ambas me ensinaram os processos de criação, desde a elaboração de um *briefing* até a arte final. Também me mostraram como utilizar a comunicação visual para alcançar metas específicas em um planejamento publicitário. Além disso, me apresentaram referenciais estéticos e de *design* usando diversas campanhas já criadas.

Tomei como referência o livro de Alina Wheeler, “*Design de identidade da marca*”, que é um guia de identidade visual completo e atual. Responde a perguntas básicas como “O que é marca?” ou “O que é identidade da marca?”, mas também expõe o passo a passo da criação em uma linguagem acessível. Sobre o processo de criação, o capítulo “*Design de identidade*” serve como norte para este projeto,

pois aborda cores, tipografia e aplicações, além de trazer colaborações de *designers* do mundo todo.

Outros livros que deram suporte ao projeto, na fase de criação, foram: “Como criar identidades visuais para marcas de sucesso”, do conceituado *designer* Gilberto Strunck; “Guia de identidade visual e *naming*”, de Marco Antonio Amaral Rezende; e “Psicodinâmica das cores em Comunicação”, de Modesto Farina. O documentário “Alexandre Wollner e a formação do *design* moderno no Brasil” também me ajudou a esclarecer as etapas de criação de uma marca, apresentando o método de trabalho e a história de um dos mais conceituados *designers* brasileiros.

Ainda na fase de criação da marca, busquei os fundamentos de *branding* no livro de José Roberto Martins, “*Branding*, um manual para você criar, gerenciar e avaliar as marcas”.

2.1 Pesquisa e dados sobre o mercado

Segundo Kotler, “alguns consumidores têm necessidades das quais não têm plena consciência. Ou não conseguem articular essas necessidades. Ou então empregam palavras que exigem alguma interpretação” (2000, p.43). Sendo assim, é necessário buscar nos clientes suas opiniões, hábitos e desejos. Questioná-los e, a partir das suas respostas, interpretar suas projeções pessoais e o que os representa. Essas informações dão forma ao que será a marca ideal para esses consumidores e ajudam a atingir o sucesso do projeto. O lucro deve ser apenas consequência da satisfação do cliente, afinal, não basta satisfazê-los apenas, mas sim encantá-los (KOTLER, 2000).

Para Kotler, existem três tipos de profissionais de *marketing*: o reativo, aquele que encontra uma necessidade já existente e a preenche; o pró-ativo, aquele que enxerga no futuro necessidades que os consumidores possam ter; e o criativo, aquele que descobre e produz soluções que o consumidor não pediu, mas que a responde entusiasmadamente (KOTLER, 2000). Com este projeto tento me espelhar nessa terceira categoria, fazendo com que as pessoas desejem comprar as roupas do brechó, ainda que não tenham essa necessidade urgente.

Por esse motivo, escolhi como primeiro passo deste projeto a realização de uma pesquisa com o público-alvo da marca. A técnica escolhida foi a pesquisa de campo, ou *Depth Interview*, aplicando um questionário com perguntas relacionadas à moda, compras e *e-commerce*. As perguntas do questionário (em anexo ao final do projeto) buscam desde o que o entrevistado faz para se divertir, até sua definição de moda. O que ele acha de fazer compras *online* e qual sua loja dos sonhos. Elaborei as perguntas para que pudesse identificar o universo em que vive o possível consumidor da marca e suas preferências e percepções do mundo. Minha intenção foi obter como resposta tudo que faz com que esse público-alvo adote uma marca. Nesse método de pesquisa, é importante deixar o ambiente da entrevista amigável. Assim, o entrevistado se sente mais à vontade para responder de forma sincera o que lhe vem à mente a cada questão.

Além da pesquisa, também é necessário conhecer o mercado ao redor da empresa, saber quais são suas reais chances de sucesso e o que tem sido feito pela concorrência. Em artigo de novembro 2013 do SEBRAE sobre o mercado da moda, é possível extrair informações relevantes ao projeto e dados que ajudam a marca a se posicionar diante de uma infinidade de ofertas e produtos. Esses dados são apresentados no decorrer da primeira fase do projeto, junto com os resultados da pesquisa de campo que norteiam a criação, na segunda fase.

2.2 Criação da identidade visual do projeto

À medida que a concorrência cria uma infinidade de opções, as empresas passam a buscar formas de estabelecer uma ligação emocional com os clientes, tornar-se insubstituíveis e desenvolver relações duradouras. Uma marca forte se destaca em um mercado saturado. As pessoas se apaixonam pelas marcas, confiam nelas e acreditam em sua superioridade. O modo como a marca é percebida afeta seu sucesso, não importando se você é uma *start-up*, uma organização sem fins lucrativos ou um produto. (WHEELER, 2009, p.12)

A criação da marca De Banana é o objetivo deste projeto, portanto, o capítulo mais importante do trabalho. A marca carrega a essência da empresa, tudo que dela deve ser transmitido em termos conceituais. Sua imagem deve ser percebida pelo cliente como positiva e é essa percepção que trará valor à empresa. Segundo

Wheeler (2009, p.12), “As marcas comunicam a qualidade intrínseca do produto ou serviço e dão segurança ao cliente de que ele está tomando a decisão certa”. Nesta etapa do projeto, após analisar os resultados da pesquisa, comecei a criação de uma identidade visual para o De Banana.

No livro de Farina, pude perceber a necessidade de ir além dos aspectos estéticos que as cores contêm, já que elas também se relacionam ao contexto e às necessidades psicológicas dos indivíduos. As cores que liberam emoções, provocam sensações, impressionam e expressam (FARINA, 2006), definem a escolha da paleta adequada que considere o potencial criativo que elas suscitam no consumidor.

Para a tipografia adequada da marca, busco em Wheeler (2009) os parâmetros para uma boa legibilidade (2009) pretendendo a implantação de uma identidade visual que seja eficaz e pertinente ao que proponho.

Existem inúmeros pontos de contato possíveis entre a marca e o consumidor. Para o De Banana não será diferente: mídias sociais, blog, divulgação boca a boca, produtos, adesivos etc. As mídias sociais, no caso *Facebook* e *Instagram*, foram escolhidas principalmente por serem locais gratuitos onde o público-alvo está conectado o tempo todo. Além dessas redes, a idealizadora do De Banana também pretende alimentar um blog sobre moda (mais um ponto de contato). Este conteúdo será promovido através da página no *Facebook*, tornando essa mídia não apenas vitrine da marca, mas também divulgadora do blog.

A divulgação boca a boca acontecerá indiretamente, dentre as consumidoras que poderão curtir e comentar as postagens do De Banana e mostrar no *feed* dos seus amigos o que elas têm consumido. Os produtos são um meio muito importante com o consumidor, pois através deles os clientes formarão suas impressões positivas da marca. Destaca-se o cuidado com cada peça vendida que, além de higienizada, é passada e armazenada em uma embalagem artesanal feita pela estilista, com aroma artificial de banana. A embalagem é selada com um barbante rústico e um adesivo da marca.

Em cada um desses pontos de contato, a identidade do De Banana tem o papel de reunir os elementos gráficos que fazem com que o consumidor reconheça a empresa em qualquer dispositivo.

Na busca por criar a melhor representação visual para o De Banana, iniciei o primeiro subcapítulo desta fase apresentando a essência da marca e sua comunicação com os consumidores. Em seguida, estruturei a identidade visual e apresentei todo o trajeto de criação da assinatura visual, desde os primeiros rascunhos até a arte final, incluindo uma paleta de cores que poderá ser utilizada na comunicação visual da empresa.

Nos anexos deste projeto, também está um pequeno manual de utilização da marca, mostrando suas aplicações adequadas e a tipografia escolhida para a identidade visual, tanto para o logo, quanto para toda a comunicação da empresa. Como observa Moira Cullen (apud Wheeler, 2009, p. 14), diretora sênior de *design* global da Hershey Company “O design desempenha um papel essencial na criação e na construção de marcas. Ele diferencia e incorpora os elementos intangíveis – como emoção, contexto e essência – que mais importam para os consumidores”.

Além do manual, estão anexadas algumas fotos do ensaio fotográfico que realizei para o primeiro catálogo de vendas, os esboços do símbolo da marca e a identidade visual da página do *Facebook*.

3. LOOK AROUND: teoria e fase de pré-criação da marca De Banana

Para começar um negócio, é necessário olhar ao redor e descobrir como está o mercado em relação ao assunto de interesse. Dar destaque a uma marca é um problema dentre as inúmeras ofertas que se apresentam em um mundo saturado de marcas e produtos muito similares. Provavelmente já existem centenas de empresas na internet que atendam a quaisquer que sejam as demandas do consumidor. Porém, isso não pode ser um inibidor de ideias, quando se trata de atingir um nicho específico e conquistar um novo espaço, gerando necessidades para o produto.

Como disse o estilista Ricardo Almeida em entrevista à revista “Conexão” (apud Zara, 2013), “Se fizer um produto bom, sempre terá mercado. Se for o melhor, seja no que for, terá destaque e crescimento. Por menor que seja o nicho, as pessoas irão atrás de você, tornando-o conhecido”. E, para estabelecer um negócio, é fundamental entender as motivações que levam o público alvo a consumir. Hábitos e preferências formarão a base para lapidar uma ideia e, consequentemente, conquistar novos consumidores para a marca. Como analisa Martins (2006), o sucesso de uma empresa vai depender também da percepção que os consumidores tenham dela.

No caso do projeto De Banana, apesar de já ter esboçado o perfil de consumidoras da marca, não poderia simplesmente começar um empreendimento sem antes analisar o mercado e estudar o comportamento dessas consumidoras.

Mesmo sendo basicamente uma loja de roupas femininas, o De Banana ainda é um brechó *online*, o que pode causar estranheza em algumas mulheres e criar obstáculos para a compra – afinal, mesmo se tratando da venda de roupas com boa qualidade, as peças são de segunda mão. Por isso, entrevistei quarenta mulheres com perfil próximo ao que foi imaginado pela idealizadora do projeto. Por meio das suas respostas, foi possível traçar uma identidade para a marca e determinar o que fazer para conquistar essas futuras clientes.

3.1 Sobre alguns aspectos do mercado da moda

Em novembro de 2013, o SEBRAE SP (entidade civil sem fins lucrativos que prepara micro e pequenos empresários para o mercado) lançou em seu periódico

“Conexão” um artigo sobre a economia da moda chamado “A roupa faz o lucro”, que traz detalhes interessantes e relevantes ao nosso projeto.

Letícia Aguiar (apud Mota, 2013), consultora de finanças do SEBRAE SP, observa durante o artigo:

O comércio é tradicionalmente o setor com maior número de empresas voltadas para o atendimento das necessidades básicas da população, como vestuário e alimentação. O aumento da taxa de ocupação da população fez crescer o consumo no mercado interno, refletindo também no faturamento dos pequenos empresários da moda.
(MOTA, A roupa faz o lucro, Conexão, nov. 2013, p.15)

Segundo essa pesquisa, realizada pela consultoria americana *AT Kearney*, nos últimos dez anos o mercado da moda no Brasil, com altos números de venda, alcançou a quinta colocação no *ranking* dos maiores consumidores mundiais de roupas. Foram cerca de US\$ 42 bilhões em vendas de vestuário, o que evidencia a importância do seguimento da moda no mercado mundial. São mais de 365 mil empresas voltadas para essa área em território nacional, além de 679 mil postos de trabalho, movimentando R\$ 9,3 bilhões em salários. Em estimativa do Ibope, em 2013 os brasileiros fecharam o ano atingindo uma média de gasto com roupas e acessórios de R\$ 786, 17% a mais que os R\$ 670 do ano anterior.

Os consumidores estão principalmente nas classes B e C, cada uma possuindo 40% do potencial de compra. A constante renovação das peças do guarda-roupa nunca foi tão importante para o consumidor, que está cada vez mais interessado nas tendências de moda e *design*. Para conquistar esse público, é necessário apostar em modelos diversos de empreendimento, se colocar no lugar do consumidor e promover boas experiências de compra.

Apesar dos impressionantes números do comércio *offline*, as vendas através de *e-commerce* também ganharam força e ganhos expressivos no último ano. A categoria de Moda e Acessórios apresentou 4,87 milhões de pedidos online, apenas no primeiro semestre de 2013 (2,7% a mais que as compras no mesmo período do ano anterior), mesmo com algumas barreiras para a efetivação da compra *online*, tais como a falta de confiança ou a impossibilidade de experimentar o produto. Algumas lojas têm oferecido benefícios como a possibilidade de troca sem gastos para o consumidor, além da padronização de referências de tamanho. Isso tem feito com que mais pessoas se sintam à vontade para comprar *online*.

No caso do De Banana, já que as vendas serão feitas através da página no *Facebook*, é interessante verificar e buscar os usos alternativos das redes sociais, já que as empresas brasileiras de vestuário não têm arriscado muito no mundo digital. Ações que integrem *online* e *offline* trarão mais engajamento por parte dos consumidores e, conseqüentemente, mais visibilidade para a marca. Como exemplo, em 2012 a C&A lançou o *Fashion Like*, aplicativo que mostrava em tempo real em uma loja física de São Paulo os “likes” obtidos pelas peças no *Facebook*. Assim, o cliente saberia quais roupas eram mais ou menos populares. A ação ganhou quatro Leões de Bronze em Cannes.

Para os pequenos empreendedores, o conselho do SEBRAE é que a vitrine (mesmo que virtual) deve ser impecável. Não basta colocar uma foto do produto em baixa resolução e esperar boas vendas. É fundamental que seja feito todo um trabalho de *branding* nas redes sociais, postando não apenas conteúdo institucional, mas, por exemplo, dicas de *looks* e tendências, além de postagens de conteúdo relacionando a marca aos consumidores.

Para que o De Banana cumpra o objetivo de vender um estilo de vida, deverá ser criado um vínculo com o cliente que o faça retornar ao *e-commerce*. Para isso, serão realizados ensaios fotográficos das roupas em modelos, com *looks* montados pela estilista (ainda que apenas uma das peças de roupa utilizada esteja à venda, todo o visual será montado), buscando a interação consultora de moda/consumidora. É esse o diferencial que fará com que a marca se destaque em meio ao mercado saturado.

3.2 O perfil da consumidora De Banana

Existem várias maneiras de se conhecer a opinião e os hábitos do consumidor. Segundo Philip Kotler, em “Administração de *marketing*”, é possível identificar as preferências dos clientes e seu comportamento de compra até mesmo “nos dados coletados pelos leitores de códigos de barra, nos registros de compras por catálogo e no banco de dados de clientes”. Afinal, “As compras refletem preferências e são sempre mais confiáveis do que declarações feitas a pesquisadores de mercado” (KOTLER, 2000, p.131).

No caso do De Banana, ainda não existe a possibilidade de conhecer o comportamento dos clientes por meio das compras, uma vez que a loja não está atuando. Sendo assim, uma das maneiras mais comuns para se entender o consumidor, para os pesquisadores de marketing, é o questionário. Devido à sua praticidade, o modelo foi escolhido para ser aplicado neste projeto experimental, pois não envolve custos e pode ser feito utilizando-se de entrevistas com as possíveis consumidoras, baseadas em questionários. Em relação a esse assunto, Kotler observa:

Por causa de sua flexibilidade, o questionário é, de longe, o instrumento mais usado para coleta de dados primários. Os questionários têm de ser cuidadosamente desenvolvidos, testados e aperfeiçoados antes de serem aplicados em larga escala.
(KOTLER, 2000, p.132)

Assim foi elaborado um roteiro de pesquisa (apêndice A) contendo perguntas que ajudaram a traçar o perfil da possível consumidora do De Banana. As perguntas foram dirigidas a quarenta mulheres entre 18 e 30 anos, das classes B e C, moradoras do Rio de Janeiro e Niterói, com interesse em moda e próximas da idealizadora da loja. Essa proximidade das entrevistadas com a estilista além de gerar mais confiança na marca, pretendeu ajudar indiretamente na divulgação da loja. As entrevistadas não tinham conhecimento prévio do projeto e foram convidadas a responder ao questionário como se estivessem em uma conversa. A partir daí, foi possível extrair informações úteis ao trabalho e à empresa, conhecer os obstáculos e, conseqüentemente, elaborar soluções para ultrapassá-los.

3.2.1 Hábitos e preferências

A pesquisa foi dividida em três blocos, sendo o primeiro baseado em perguntas sobre o dia a dia dessas mulheres, como “o que você faz para se divertir?”, “quais lugares mais frequenta?” ou “qual é o tipo de comida que mais gosta?”.

Mesmo que as perguntas aparentemente não tenham relação com o tema “moda”, elas nos levam a traçar o perfil psicográfico da consumidora, pois para entender o consumidor, é preciso entender o mundo em torno dele e o contexto em que vive. Não basta saber apenas as preferências do público-alvo, mas como os

eventos cotidianos afetam sua vida. (KOTLER, 2006). O interessante é buscar no dia a dia corrido de cada um o modo ideal de alertá-los para a nova marca entrando no mercado. Além disso, quanto mais definido o público, mais a marca pode atingir o alvo de maneira eficiente.

Nesse bloco, é possível perceber o que essas mulheres mais fazem para se divertir: sair com os amigos para bares, festas, ou mesmo passar um sábado na praia. Elas gostam de se reunir em lugares agradáveis para conversar e comer bem. As mais velhas, entre 22 e 30 anos, curtem lanches saudáveis e citam restaurantes como Bibi Sucos ou Balada Mix.

As mais novas, entre 18 e 22 anos, talvez por estarem mais próximas da adolescência, preferem *fast food*, batata frita e pizza. Não dispensam, porém, comida japonesa ou restaurantes típicos. Elas frequentam pouco o teatro (por falta de opção de espetáculos), mas gostam. Vão mais ao cinema e seu estilo de filme favorito é a comédia romântica. Apesar de não assistirem muito à televisão, gostam de séries americanas e costumam baixá-las pela internet.

3.2.2 Sobre moda e vestuário

A partir do segundo bloco de perguntas, o questionário foca o assunto principal do projeto: moda e vestuário. Nesse bloco, a primeira pergunta foi a mais importante da pesquisa: “você gosta de moda?”. Isso porque a intenção do De Banana é também vender um estilo de vida, apresentando tendências, *looks* e fazendo parte da vida da consumidora. Nesse sentido, gostar de moda se torna um passo de aceitação em direção à marca, pois as consumidoras também terão na página do *Facebook* conteúdo relacionado ao assunto.

Das quarenta entrevistadas, apenas três responderam que não gostam tanto de moda. As demais gostam, mas preferem não seguir a ditadura imposta pela mídia. As entrevistadas têm estilo próprio, mas gostam de estar informadas sobre as tendências. O que é mais importante para elas é a qualidade, não a grife. Elas definem moda como vestir o que lhes faz sentir bem, o que lhes deixa confortável. Também entendem moda como a expressão de um sentimento através das roupas, um reflexo do estado de espírito. Quanto ao estilo de roupa, as entrevistadas são

mais casuais e românticas, mas adoram um *look* básico para o dia a dia, pois prezam o conforto.

As últimas perguntas desse bloco trazem respostas bem relevantes ao projeto: “você compraria roupas *online*?” e “você compraria uma roupa usada, se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço?”. Para a primeira questão, aproximadamente 33% das entrevistadas respondeu que sim, mas com certo receio devido à falta de confiança da peça estar adequada, ou até mesmo pela possível falta de qualidade do produto. Elas afirmam que ficariam mais à vontade em comprar roupas *online* se já conhecessem a marca ou se tivessem o testemunho de amigas que já compraram. As mais novas, entretanto, estão mais abertas a esse tipo de compra.

Para a segunda questão, sobre a compra de roupas usadas, apenas quatro das quarenta entrevistadas não comprariam. Para elas, os motivos variam desde acreditar que a roupa “carrega a energia de quem já usou” até questões de higiene (mesmo que a pergunta afirme que as roupas são higienizadas). Para as outras trinta e seis, comprar roupas usadas é algo bem interessante e já é hábito de algumas que visitam brechós.

Elas descrevem esse tipo de comércio como uma alternativa boa e de baixo custo às lojas e shoppings que vendem roupas com preços altos. Afinal, nos brechós elas encontram roupas de grife e qualidade por preços bem abaixo do que se vê no mercado. Também encontram peças *vintage* únicas, o que as diferencia das produções em massa das lojas de departamento.

Para as entrevistadas, o importante é estar bem vestida, não importa de onde a peça veio. “Pra mim, segue o mesmo princípio de pegar uma roupa emprestada com uma amiga ou irmã mais velha”, afirma Sarah Ribeiro Santos, uma das entrevistadas.

Para Larissa Gouvêa, outra entrevistada, é uma forma de pagar menos por uma roupa boa: “Muitas pessoas compram uma peça, utilizam apenas uma vez e a roupa está quase em perfeito estado!”, observa. Diante dessas opiniões convergentes, fica claro que existe um público interessado no que o De Banana pode oferecer.

A pesquisa mostra que as entrevistadas representam uma amostra do mercado que está disposta a, pelo menos, conhecer uma loja diferente. Observa-se

que os brechós são uma alternativa às lojas mais caras, mas ainda têm seus problemas. Não existe um cuidado com a roupa, tanto no que diz respeito à higiene, quanto à qualidade das peças que chegam até lá. Como já foi mencionado, o De Banana pretende ser uma alternativa aos brechós tradicionais, considerando a seleção das peças, os cuidados especiais e a consultoria que torna a experiência de compra única. É isso que vai atrair as novas consumidoras.

3.2.3 Sonhos de consumo

O último bloco de perguntas do questionário é um pouco mais lúdico, vai buscar no imaginário das entrevistadas as representações visuais e características para o De Banana. Foi pedido para que as entrevistadas fechassem os olhos e se imaginassem em uma loja com créditos ilimitados. Que loja seria essa? Quase todas as garotas citaram a Forever 21 e outras como Zara, Farm e Animale. Elas preferem esse tipo de loja, pois se sentem mais à vontade sem uma vendedora por perto, oferecendo peças ou empurrando produtos.

Elas gostam do estilo das lojas de departamento, mas não das mais populares, como a Leader ou a Renner. O *design* da loja também é fundamental: a preferência é por ambientes mais *clean*, despojados e românticos. Quando perguntadas sobre qual é a sensação de estar naquela loja fazendo compras, as respostas se dividiram entre dois sentimentos: felicidade e ansiedade. Felicidade por estar fazendo compras, mas ansiedade por achar peças que amam, mas que na maioria das vezes não ficam bem nelas. A “busca pela roupa ideal” pode levar tempo e causar um sofrimento momentâneo. Outro momento de ansiedade é o pós-compra, para usar as peças adquiridas.

As peças que as entrevistadas mais comprariam nessa loja imaginária seriam vestidos e acessórios. Elas são fiéis ao seu próprio estilo, mas o que geralmente as inspira para a composição do *look* são celebridades, blogs de moda e, principalmente, o estado de espírito delas.

Nas perguntas “Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta?” as entrevistadas mostraram sua

criatividade. Por essas perguntas, percebem-se as características de uma possível personagem embaixadora da marca.

Apenas três meninas responderam que a moda poderia ser representada por uma figura masculina. As outras trinta e sete traçaram um perfil de mulher bem marcante, projetando, talvez, o que elas pretendem ser. Com as respostas comparadas, é possível dizer que essa personagem seria uma mulher bem sucedida: morena de cabelos escuros, alta e magra, mas com medidas saudáveis. Ela frequenta todos os tipos de lugares, gosta de movimento, de estar cercada de gente. É dinâmica e *workaholic*. Exala autoconfiança e por isso chama atenção por onde passa.

Quando perguntadas sobre quem seria essa pessoa se fosse alguém conhecido na mídia, praticamente cada uma tem uma resposta diferente, mas as referências citadas mais de uma vez foram Audrey Hepburn, Meryl Streep e Marina Ruy Barbosa. Ainda relacionando a pergunta ao campo das representações, se a moda fosse uma cor, segundo as entrevistadas, seria preto. A segunda cor mais votada seria rosa, e a terceira, branco.

3.2.4 Atrativos para o consumo

Algumas perguntas do questionário, como “Costuma fazer compras *online*? O que pensa sobre isso?”, “Compraria roupas *online*? Por que sim ou por que não?” e “O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar sua atenção?” trazem ao De Banana informações importantes sobre o que motiva as entrevistadas a consumir e, indiretamente, sugestões à identidade da marca.

Aproximadamente 70% das entrevistadas compram diversos produtos *online*: eletrônicos, DVDs, CDs etc. Elas acreditam que o *e-commerce* é uma solução prática às necessidades do cotidiano, mas receiam comprar roupas *online* por não poderem experimentar a peça, não conhecerem a qualidade do produto e ainda pela dificuldade em realizar trocas caso a roupa não seja adequada.

Outra barreira é o frete, geralmente caro. Um dos benefícios que as lojas poderiam oferecer para atrair as entrevistadas é o frete grátis ou bem barato. Nesse quesito, o De Banana apresenta um conceito que pode agradá-las, visto que as

peças são entregues pela própria estilista na casa da cliente, sem custo (se estas forem moradoras do Rio de Janeiro ou Niterói).

Um atrativo para elas é o *design* do site de vendas. Deve ser *clean* e de fácil navegação. Além disso, precisa conter todas as informações sobre a roupa. Apesar do De Banana realizar suas vendas pelo *Facebook*, esses conceitos podem ser aplicados na página por meio de uma identidade visual com as características sugeridas pelas entrevistadas e as peças de roupas podem ter todas as informações nas legendas das fotos.

4. THE FINEST INSPIRATION: os croquis da marca

Até aqui, os capítulos deste projeto mostraram a pré-criação da marca. Ou seja, apresentei referências teóricas, pesquisas e analisei o mercado de interesse. Com base na opinião do público-alvo, também mostrei dados que impulsionam o lançamento do De Banana, além de descobrir o que motiva esse consumidor a comprar. Busquei a inspiração, para agora mostrar como as informações obtidas nos capítulos anteriores se tornaram material criativo, culminando na composição final da marca. Neste capítulo, apresento o processo de *design* da identidade da marca, seu público-alvo, posicionamento e, por fim, sua comunicação visual.

4.1 A essência De Banana

Com base na pesquisa feita no capítulo anterior, defino o perfil do público-alvo da marca. Essas mulheres de 18 a 30 anos, classes B e C e moradoras do Rio de Janeiro e Niterói são jovens, modernas, gostam de sair para se divertir e estar com os amigos. Adoram séries americanas e programas culturais. Também são ligadas em moda, o que torna o De Banana interessante para elas.

Ainda pensando nos resultados da pesquisa, entram no DNA do De Banana referências estéticas de lojas como Forever 21, Farm e Animale. Os *looks* montados pela estilista buscam na moda do passado representações da mulher atual. A graça está no *vintage*, no “*old but gold*”. O De Banana quer que essas mulheres possam se expressar por meio das roupas que a loja vai vender, espelhando-se nas modelos e percebendo que o vestir bem não significa ter que pagar caro por isso.

4.2 Branding

O posicionamento, o nome e o logotipo fazem parte de um processo maior que apenas a identidade visual da empresa: o *branding*. Esse processo significa a articulação de diversas ações com intuito de fazer parte da vida do consumidor (MARTINS, 2006). A ideia é não pensar na comunicação da empresa visando apenas o lucro, mas também influenciar culturalmente os clientes.

O livro sobre *branding* que deu suporte à etapa de criação deste projeto, me fez refletir sobre a ideia de “fidelidade da marca”. Sempre acreditei que isso era o que toda empresa buscava em seus consumidores (e talvez até seja), mas, segundo Martins (2006), a ideia de fidelidade da marca já está defasada já que o consumidor pode sim ter preferência por uma empresa, mas isso não quer dizer que ele tenha se esquecido das outras.

Nesse sentido, discordo um pouco do autor, apresentando exemplos de marcas como Apple ou Harley-Davidson que praticamente criaram uma “religião” com seus fãs mais fervorosos. Isso se deve principalmente ao *brand equity* construído ao longo de anos. No caso da Apple, especificamente, apesar dos produtos terem qualidade incontestável, outras empresas do mesmo ramo (como a Samsung, por exemplo) já desenvolveram dispositivos eletrônicos tão bons quanto e, por vezes, com especificações técnicas melhores. Ainda assim, o iPhone continua sendo o sonho de consumo de muita gente.

Portanto, para que haja a fidelização de clientes, deverão ser construídos diferenciais sustentáveis para a marca, principalmente baseados em aspectos emocionais (MARTINS, 2006).

Vários fatores influenciam o retorno do cliente à loja. O preço baixo pode ser um atrativo, a princípio, mas não necessariamente é o que vai fazer o cliente sempre preferir uma loja em detrimento de outra. Por isso, é necessário estimular o cliente utilizando-se dos pontos de contato.

O tempo de resposta da empresa ao consumidor é fundamental para que ele assimile a marca positivamente, por exemplo. No caso do De Banana, uma vez que as peças são únicas e podem se esgotar rapidamente, o tempo de resposta vai refletir a organização da marca e o respeito pelo cliente que reservou a peça primeiro.

Outra ferramenta que auxiliará na construção do *branding* da marca é o blog. Mais do que uma mídia segmentada, é nele que se encontrarão informações constantemente atualizadas sobre o público: sua linguagem, hábitos, preferências e valores (MARTINS, 2006). O blog e as redes sociais são os pontos de contato onde a empresa vai se relacionar de maneira mais próxima com o consumidor. Afinal, são nesses mesmos lugares onde a opinião pública sobre o produto reverbera de maneira positiva ou negativa.

4.3 Posicionamento da marca

Existe uma estratégia de posicionamento por trás de toda marca de sucesso, impulsionando o planejamento, o marketing e as vendas. O posicionamento é desenvolvido para criar aberturas em um mercado que está sempre mudando, um mercado no qual os consumidores estão saturados com produtos e mensagens. O posicionamento tira vantagens das mudanças que ocorrem na demografia, na tecnologia, nos ciclos de marketing (...), nas tendências dos consumidores e nas brechas do mercado para encontrar novos meios de chamar a atenção do público. (WHEELER, 2009, p.24)

Posicionamento da marca é o conceito no qual se firmam as bases da empresa, suas estratégias/planejamentos e seu relacionamento com o consumidor. A marca precisa determinar sua posição no imaginário dos clientes, tendo em vista o que pode oferecer a eles, seus pontos fortes e o mercado em que está inserida. O posicionamento acaba sendo o modo como a empresa entrega seu produto e também a percepção que o cliente tem dela (MARTINS, 2006). É a solidez do posicionamento que dá valor e força à empresa.

Para estabelecer esse posicionamento, levei em consideração a “declaração de unicidade” desenvolvida pelo colaborador de Wheeler, Marty Neumeier (2009), de acordo com o quadro abaixo:

O quê	Brechó <i>online</i> que vende “estilo de vida” e não apenas roupas...
Como	Que vende peças únicas por um preço acessível...
Quem	Para mulheres jovens e despojadas...
Onde	Do Rio de Janeiro e Niterói...
Por quê	Que quer democratizar a moda e o vestir bem...
Quando	Em uma era de produção de massa.

Tudo o que já foi dito sobre a marca confirma seu principal benefício. A missão do De Banana é *levar ao público-alvo roupas únicas e de qualidade garantida pela estilista, sem pagar caro por isso.*

Estabeleci como meta para o crescimento do De Banana que, dentro de dois anos (entre 2014 e 2016), a loja seja reconhecida como referência em moda e

apontadora de tendências na internet. Além disso, nesse período será feita pelo menos uma “feira” por semana, movimentado a página com “o dia da feira”. Sendo assim, pode-se dizer que a visão da empresa para um futuro próximo é *se tornar uma referência online em moda e vender um catálogo completo por semana*.

Por fim, toda comunicação da marca será pautada pelo valor/princípio que reforça suas características particulares de *vestir bem os clientes, e a possibilidade de criar um comportamento com essas peças*.

Uma marca se posiciona por meio de um conjunto de promessas corretas ao consumidor e, é claro, o cumprimento delas. Agora, defino os primeiros passos em direção à criação do nome e da identidade visual para o projeto.

4.4 O nome

O nome certo é atemporal, não cansa, é fácil de dizer e lembrar; ele representa alguma coisa e facilita as extensões da marca. Seu som tem ritmo, ele é fantástico no texto de um e-mail e no logotipo. Um nome bem escolhido é um ativo da marca, fundamental e está sempre trabalhando. (WHEELER, 2009, p.30)

A escolha de um nome para a marca não acontece da noite para o dia. Na verdade, existe um longo processo até que seja encontrado um nome que cumpra sua função comunicativa. Além disso, existe a questão legal, pois é preciso que o nome não tenha sido registrado ainda. Portanto, além de se adequar à divulgação, também tem que ter uma identidade não adotada por nenhuma outra marca antes.

Uma vez que o nome da empresa será visualizado e transmitido diariamente em todos os pontos de contato da marca (*e-mails*, mensagens, embalagens, páginas *online*, etiquetas etc.) quando não é bem pensado, pode trazer problemas para a estratégia de comunicação e do projeto. Por exemplo, a empresa brasileira “Fuck”, produtora de portas e compensados, fundada em 1943. Provavelmente por sofrer com a tradução do seu nome para o inglês (idioma em que a palavra *fuck* faz referência ao ato sexual), a empresa adotou o “S/A” e hoje atende por “Fucksa”.

Por outro lado, os nomes mais interessantes para empresas são nomes inventados como Google ou Kleenex. Por serem únicos, são mais fáceis de registrar

ou de conseguir um domínio *online*, sem a necessidade de incluir traços ou caracteres que modifiquem o nome da empresa na hora de criar o registro.

O nome de uma empresa precisa ser fácil de pronunciar e memorizar. Ser significativo e carregar a essência da marca. Para Wheeler (2009), um nome também deve ter “pernas longas”, ou seja, dar à empresa a possibilidade de construir extensões da marca com facilidade.

O processo criativo de *naming*, neste projeto, envolveu a elaboração de uma lista, junto com a idealizadora da loja, contendo diversas combinações de palavras que remetessem às características do produto. Tínhamos em mente que o nome precisava ter bom humor e dar liberdade para algo um pouco mais lúdico. Pensamos em usar o nome da própria estilista, Liz Correa, por transmitir credibilidade ao consumidor, mas percebemos que não caberia ao projeto, visto que as roupas não são desenhadas por ela e que usar o nome do próprio dono da empresa atribui um peso à marca que não combina com a proposta leve e descontraída do brechó.

Por fim, o nome De Banana surgiu da ideia de vender roupas “a preço de banana”, uma expressão da fala popular que quer dizer “a preço baixo”. Esse nome remete ao baixo custo dos produtos e também às feiras e frutas, com suas cores, aromas e texturas. O que abre possibilidades para a criação de um universo lúdico para a marca, misturando sensações visuais e sensoriais.

Por exemplo, quando os catálogos de venda forem postados na página do *Facebook*, serão anunciados como “Feiras De Banana”, fazendo referência ao local onde a fruta é vendida. As roupas do catálogo também serão batizadas pela estilista com nomes de frutas, se inspirando em suas cores ou estampas: “blusão De Pitanga”, “saia De Sagu”, “vestido Manjar das Frutas” etc.

A palavra “banana” pode ser compreendida em várias línguas. Apesar de não ser a intenção do projeto no momento, no futuro, quando a loja se tornar conhecida, e os negócios se expandirem, o nome De Banana poderá ser facilmente associado à nacionalidade brasileira.

De acordo com Alexandre Wollner (2005), a melhor maneira de incorporar a identidade nacional a uma arte brasileira é por meio das cores verde e amarelo, pois o mundo inteiro já identifica o país pelo uso dessas cores. Para o *designer*, cuja opinião reflete momentos históricos nos quais a questão da identidade nacional foi amplamente debatida na arte (por exemplo, durante a Semana de 22 e o movimento

Tropicália da década de 1960), aqui se vive uma miscelânea cultural onde não é possível identificar algo brasileiro de fato, uma vez que até a cultura indígena local, bastante diversificada, perdeu a sua força representativa. Não é o que ocorre no México, por exemplo, cujos elementos da cultura asteca são facilmente associados ao país.

Em vista disso, pretendo utilizar, no futuro, um selo verde amarelo que identifique melhor essa relação da fruta que identifica visualmente a loja De Banana, com a própria identidade brasileira que pretendo confirmar.

Ainda que existam associações negativas à palavra banana, como visto no início de 2014, no caso do jogador de futebol brasileiro Daniel Alves (“agredido” com uma banana por torcedores espanhóis), o problema se reverteu com o apoio da *hashtag* disseminada pelo jogador Neymar. No caso, a banana virou um símbolo contra o preconceito racial nas redes sociais.

Sabe-se que nomes que precisam ser “explicados” demandam investimento em comunicação. Por isso é necessário um trabalho de *branding* para que o nome seja transmitido até que chegue a um ponto onde ele seja associado naturalmente ao produto (MARTINS, 2006).

Apoiado no “Guia de identidade da marca” da Associação Brasileira de anunciantes (2010), o nome De Banana funciona, pois: se alinha à estratégia da marca, sendo coerente com a característica de roupas vendidas a preço baixo; é original e de fácil compreensão; conota valores emocionais por causa do bom humor e descontração que detém; é fácil de ler, pronunciar e memorizar; e abre possibilidades para um bom *design* por toda referência cultural que carrega.

Pesquisei junto ao INPI, Instituto Nacional de Propriedade Industrial, e o nome “De Banana” ainda não é utilizado por nenhuma empresa. Sendo assim, a idealizadora da loja deu início ao processo de registro que está em andamento no momento.

4.5 A identidade visual

A identidade da marca é tangível e faz um apelo para os sentidos. Você pode vê-la, tocá-la, agarrá-la, ouvi-la, observá-la se mover. A identidade da marca alimenta o reconhecimento, amplia a diferenciação e torna grandes

ideias e significados mais acessíveis. A identidade da marca reúne elementos díspares e os unifica.
(WHEELER, 2009, p. 12)

A identidade visual da empresa consiste em todos os elementos que compõem a representação visual de uma marca. É com sua orientação e critérios que a comunicação da empresa é desenvolvida. Para Gilberto Strunck (2003, p. 57), em seu livro “Como criar identidades visuais para marcas de sucesso”, a definição de identidade visual é: “conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço”. Para ele, esses elementos devem estabelecer, logo à primeira vista, um nível ideal de comunicação com o público.

Uma vez que a identidade da marca estará em todos os lugares onde a empresa se encontra, “é fundamental para o sucesso das marcas apresentarem identidades visuais consistentes, que propiciem seu efeito acumulativo.” (STRUNCK, 2003, p.57). É necessário ter uma comunicação visual coerente que vá além da mera funcionalidade. A identidade deve responder à pergunta básica: o que torna o meu produto melhor que o outro, diante de tantas possibilidades no mercado?

Wheeler (2009) afirma que a marca tem que ser audaciosa e memorável, permitir reconhecimento imediato e proporcionar uma imagem consistente da empresa. Ela tem que funcionar tanto em preto e branco, como em cores e apresentar boa aplicação em várias mídias e escalas.

Um breve esclarecimento sobre o uso da nomenclatura utilizada em comunicação visual: é comum utilizar de forma equivocada a palavra “logotipo” para referir à assinatura visual da marca. Logotipo “é uma palavra (ou palavras) em uma determinada fonte tipográfica, que pode ser normal, modificada ou inteiramente redesenhada” (WHEELER, 2009, p.136). Muitas vezes o logotipo vem acompanhado de um símbolo ou ainda uma *tagline*. Juntos, esses elementos compõem a assinatura visual da marca, como mostra a figura 1:

Figura 1. Assinatura visual Dorset Chamber



No caso deste projeto, o De Banana é um brechó virtual. Uma loja feminina com estilo romântico e, ao mesmo tempo, dinâmica. Ele é para mulheres, mas não quer ser extremamente feminino e delicado. Ele não pretende ser uma marca “fofinha” e “cor de rosa”. A ideia é ser *vintage*, ter um toque mais artesanal, que remeta ao cuidado com que as peças são tratadas antes de serem entregues. Poderia lembrar os ateliês de costura, tecidos, cor. Um caminho que agrada à estilista é a utilização de texturas de pincel e aquarela. Pinceladas carregam expressividade e denotam liberdade em relação às regras pré-estabelecidas.

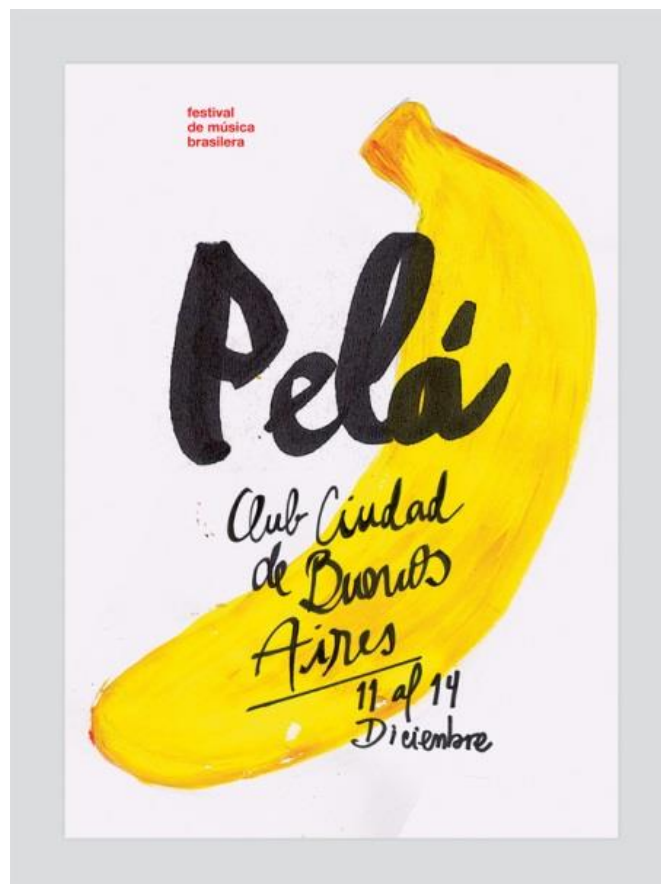
Pensando no momento em que os traços de pincel ganharam significado, busquei algumas referências para o desenho do símbolo De Banana nos artistas do movimento fauvista (que vem da palavra *fauve*, em francês, que significa fera, selvagem). Para eles, a expressão é extremamente importante, seja pelo uso exagerado das cores puras ou pelos contornos das figuras bem delineados.

As pinturas desse movimento não tentavam imitar a tridimensionalidade do mundo real. Em vez disso, exploravam o uso de perspectiva no plano bidimensional da tela por meio do traço. Cada artista desenvolvia uma técnica de pintura, de acordo com seu próprio estilo e temperamento. Gustave Moreau, por exemplo, espremia a tinta do tubo direto na tela. Quando utilizava aquarela, deixava a tinta escorrer livremente (STANGOS, 1991).

No movimento fauvista, os esboços do artista são mais admirados do que as próprias obras, devido à evidente liberdade em relação a um estilo acadêmico. De acordo com Stangos (1991), os “lampejos de originalidade técnica” eram representados em tela usando-se um colorido brutal, em cores puras e manchas largas que refletem o estado de espírito do pintor em correspondência com o espectador.

Além dessas referências históricas, passei a buscar outras que não remetessem tão especificamente a logotipos ou assinaturas visuais, justamente para não ficar impregnado com uma ideia pré-existente. Preferi procurar por anúncios, cartazes antigos, capas de livro etc., tendo sempre em mente a arte dos *fauves*. Dentre as inúmeras peças encontradas, o cartaz do festival de música brasileira Pelá (figura 2) chamou minha atenção pela estética utilizada:

Figura 2. Cartaz do festival de música brasileira Pelá



Fonte: NEATDESIGNERS

A arte do cartaz de Pelá combina bastante com o que havia imaginado para a marca De Banana. As pinceladas de tinta, o nome escrito de forma cursiva. Os traços a lápis contornando a banana que lembram os traços de croquis. A utilização de tipografia *sans serif* em combinação com o tipo cursivo. É divertido e funciona. Além disso, vale ressaltar que o folheto referência é de um evento internacional totalmente focado na música brasileira, e que define como elemento visual do festival a banana. Tal qual a nossa intenção quanto à escolha do nome.

4.5.1 O símbolo

Segundo Wollner (2005), fonte de inspiração para o processo criativo da marca De Banana, após a compreensão do *briefing* do cliente, é hora de fazer esboços no papel. Concordo quando ele diz que a mão é muito mais precisa para desenhar do que um *software* no computador, e que os esboços, servindo para experimentar ideias, ajudam a visualizar o que mais tarde poderá ser lapidado através das ferramentas digitais.

Desde o começo do trabalho, o melhor símbolo para a marca foi a escolha da própria fruta (os *roughs* estão no apêndice B). Dentre os desenhos feitos à mão, escolhi duas formas de representar a banana em um símbolo e trouxe para o ambiente digital:

Figura 3. Opções de símbolo para o De Banana



O primeiro símbolo, inicialmente, veio da ideia de transformar uma casca de banana (associada à roupa usada) em uma banana completa, fresca (associada à

roupa nova). Pensei em colocar as duas figuras uma ao lado da outra (como é possível ver nos esboços anexados ao projeto), em sequência. Entretanto, os dois elementos brigavam, então resolvi representar o velho e o novo através das manchas de tinta (preto sendo o velho e amarelo sendo o novo), tornando a interpretação do símbolo mais subjetiva. A figura da banana apareceria em uma silhueta vazada no meio das manchas de tinta. Apesar de carregar um pouco das características que determinei para a marca, este símbolo teria uma aplicação ruim e ainda não é forte o suficiente.

Já o cacho de bananas é preenchido com textura de aquarela e o traço “feito à mão” e bem delineado deixa o símbolo mais marcante e evidencia a referência histórica utilizada. Foi a que mais se aproximou do que eu tinha pensado para o projeto. É um símbolo simples, mas eficiente e fácil de memorizar.

Figura 4. Símbolo De Banana



À luz de Strunck (2003), posso dizer que está conceitualmente ligado à marca. Ele tem boa leitura e pode ser entendido imediatamente. Não é um desenho primário e, apesar de simples, não tem excessos de informação. As linhas encorpadas fazem com o que os elementos não se percam na redução. Tem personalidade e não cai em lugar comum, é diferente do que as lojas de roupa têm feito. Se invertermos a sua posição ou girarmos, ele não lembra outra marca já existente. O desenho do símbolo é independente do logotipo, ou seja, os dois poderão ser usados juntos ou separados e o símbolo é livre para ser aplicado em

versões horizontais ou verticais, por exemplo. Com base nisso, julguei o desenho pertinente ao projeto, definindo-o como o símbolo do De Banana.

4.5.2 Logotipo e tipografia

O logotipo da marca é o seu nome escrito de maneira customizada. Strunck (2003, p. 70) define como “a particularização da escrita de um nome”, e continua “sempre que vemos um nome representado por um mesmo tipo de letra (especialmente criado, ou não), isso é um logotipo. Um logotipo sempre tem letras”.

Como já esclarecido anteriormente, o logotipo não é a assinatura visual da marca (que envolve símbolo, logo e, às vezes, *tagline*). Logotipo é apenas o nome da empresa, como nos exemplos a seguir:

Figura 5. Diferença entre símbolo e logotipo



Com o símbolo do De Banana já definido, procurei a melhor forma de criar o logotipo utilizando de uma tipografia que combinasse com a proposta do projeto e as referências utilizadas.

Busquei então tipografias que estabelecessem uma conexão com o símbolo. Elas precisavam ser feitas “a pincel”, para combinar com a textura de aquarela do desenho e a estética do expressionismo. A tipografia do logo não é necessariamente o alfabeto padrão utilizado na comunicação da empresa. Este será apresentado no manual da marca.

Segundo Wheeler, a tipografia precisa transmitir o posicionamento da empresa (2009). Além disso, deve atender a todas as necessidades de aplicação da marca, funcionar em várias escalas, em preto e branco ou em cores. Pensando nisso, fiz uma pré-seleção dos tipos a seguir:

Figura 6. Experimentações de tipografia para a marca



Após algumas experimentações, percebi que o estilo tipográfico que melhor se encaixaria ao projeto seria o das fontes *LeviBrush* e *Beginning Yoga*. As duas fazem uso das pinceladas que a identidade do De Banana precisa. O ponto positivo da *Beginning Yoga* é ser um pouco mais limpa do que a *LeviBrush*, o que facilita sua leitura. O ponto positivo da *LeviBrush* é que, apesar dos respingos de tinta em torno das letras deixarem o texto um pouco poluído, também as tornam mais dinâmicas e tem tudo a ver com liberdade de expressão e a “não preocupação” com a utilização de técnicas de pintura. Assim, resolvi combinar os dois tipos:

Figura 7. Fusão de dois tipos



A fusão das duas fontes na imagem anterior não tem edição dos tipos. Para que as letras se encaixassem, dando fluidez à leitura, precisei fazer alguns ajustes de curva e rotação no texto. O resultado foi um logotipo único, onde as letras não repetem o mesmo desenho:

Figura 8. Logotipo De Banana



Com base nos critérios de Gilberto Strunck (2003): o logotipo tem conceito compatível com o projeto; possui boa leitura; é original e diferente das marcas das demais lojas; tem fácil memorização; e por ser monocromático e não tão complexo, seu uso é compatível com as aplicações pretendidas em termos de processos e custos.

4.5.3 A assinatura visual

A assinatura visual da marca é a justaposição do logotipo com o símbolo da marca. Para Wheeler, a assinatura visual é uma “combinação específica e inegociável da marca comercial e do logotipo” (2009, p.136). Uma empresa pode ter mais de uma assinatura visual, combinando o símbolo e o logotipo de diversas formas e dando mais ou menos destaque a um dos elementos em relação ao outro.

Após experimentar algumas combinações, cheguei a duas formas de assinatura visual para a marca De Banana, uma horizontal e outra vertical:

Figura 9. Assinaturas visuais De Banana

Assinatura horizontal



Assinatura vertical



4.5.4 Paleta de cores

Se partirmos do princípio de que para a construção de uma mensagem gráfica existe um código visual gráfico, cujos componentes são: o espaço, a

linha, a forma, o tom e a cor, podemos afirmar que a cor é o elemento mais rico e vigoroso do código visual gráfico. Podemos constatar que o uso da cor nos diferentes campos em que seu emprego tem valor decisivo, não pode ser resolvido arbitrariamente, com base apenas na percepção estética e no gosto pessoal. (FARINA, 2006, p.116)

As cores estão em todos os lugares. Tudo tem cor e tudo pode ser expresso por meio da cor. Sentimentos viram cores quando representados visualmente. Raiva está ligada ao vermelho, assim como rosa ao amor. Azul transmite serenidade e verde remete à natureza. São fatores psicológicos e culturais que cada um carrega e que dão significado às cores ao nosso redor. Na publicidade, o uso de determinada cor vai além do gosto pessoal do diretor de arte e possui total influência na mensagem que a marca pretende passar.

“Ninguém ignora, por exemplo, que a cor é uma das características da moda, estando, portanto, intrinsecamente ligada ao estilo de vida, isto é, à maneira que cada sociedade tem de fazer determinadas coisas” (FARINA, 2006, p.116). A cor expressa estilos de vida e tem diferentes significados nas mais diversas sociedades. A publicidade permeia esses significados e tenta transmitir, também pelas cores, uma mensagem a determinado público. A intenção é despertar curiosidade e atenção e, nesse sentido, é possível entender a importância do uso adequado das cores em uma comunicação visual.

Para ser fiel à coloração da fruta madura, optei por usar predominantemente as cores amarelo e preto na identidade da marca. Outro motivo da escolha destas cores como padrão é o alto contraste gerado pelo preto sobre o amarelo ou vice-versa. Segundo Farina, este tipo de contraste facilita a leitura, aumenta a visibilidade da marca e a torna memorável. É por isso que grandes cidades geralmente adotam a cor amarela para os táxis, pois o contraste da cor do veículo sobre o fundo cinza dos prédios e do concreto facilita sua identificação de dia ou de noite (FARINA, 2006, p.23).

Existe ainda o fator psicológico sobre o modo como cada ser humano percebe as cores. A experiência sensorial de receber luz e interpretar/enxergar diferentes cores e formas vai além do mecanismo biológico que, no geral, funciona da mesma forma para todos. O referencial cultural que cada um carrega também influencia no modo como o ser humano entende a cor quando a enxerga. Portanto, “determinadas cores dão sensação de proximidade, outras de distância, da mesma forma que uma

pessoa comunicativa, vibrante, mais facilmente se aproxima de nós, enquanto outra parece manter-se à distância por ser de poucas palavras” (FARINA, 2006, p.86).

Organizei o código cromático do De Banana em duas paletas: a paleta reduzida, contendo três cores e a paleta completa, contendo sete cores. A paleta reduzida, composta por amarelo, preto e branco, serve para resgatar a identidade da empresa e atua como identificador do De Banana fora do ambiente da marca. Será utilizada na comunicação institucional do projeto. A paleta completa compreende, além das cores já citadas, rosa, laranja, verde e azul. Serve de apoio à identidade visual da marca, possibilitando uma comunicação interessante e divertida. Será utilizada quando a arte necessitar expressar em cores mais do que a paleta reduzida pode suprir. Além disso, será um norte para os tons de cor mais adequados a serem utilizados nos ensaios fotográficos.

Figura 10. Paleta de cores De Banana



O amarelo vibra e é uma cor com bastante energia. Segundo Farina (2006), é convidativo, remete à felicidade, espontaneidade, poder e dinamismo. É usado principalmente quando se quer ver bem determinado objeto (no caso, o símbolo do De Banana) e é associado ao calor da luz do sol e ao verão.

O preto é destinado ao logotipo. Ainda segundo Farina (2006), está relacionado à sofisticação e requinte. Serve de apoio ao amarelo, fornecendo o contraste ideal. Foi a cor mais votada pelas entrevistadas na pesquisa de campo quando questionadas “Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria?” e, segundo o livro Wheeler (2009, p. 138), “60% da decisão de comprar um produto se baseia na cor”.

Branco é uma cor neutra e associada à vida, à liberdade e à criatividade. Materialmente, está ligada à nuvens em tempo claro e areia clara. Dentre suas associações afetivas estão juventude, otimismo, limpeza, harmonia e simplicidade (FARINA, 2006). Possui alto contraste com o preto e facilita a leitura do logotipo. Também funciona bem em combinação com o amarelo De Banana.

Apesar de não pretender ter uma identidade extremamente “fofa” e feminina, o De Banana ainda é uma marca para mulheres e a cor rosa é diretamente associada a esse público, portanto vai auxiliar bastante na comunicação do projeto. Simboliza encanto e amabilidade e, em geral, está relacionada a perfumes e fragrâncias (FARINA, 2006).

A cor laranja é um “vermelho moderado” e está mais ligado a aromas segundo Farina. Se o vermelho é doce e o amarelo ácido, o laranja é um meio termo que está presente na maioria dos molhos agri doces da cozinha oriental. Está ligado à ideia de transformação e tem associações com outono, fogo, pôr do sol, luz e festa. Afetivamente, é associado ao desejo, euforia, prazer e senso de humor. Tanto o laranja quanto o rosa servem para ressaltar o amarelo, já que dão mais luminosidade a ele (FARINA, 2006).

O verde sugere calma, frescor, esperança e amizade. Está ligado à natureza (o que é totalmente compatível com o nome da marca) e tem relação com primavera, bosque, águas claras e folhagem. Dentre suas associações afetivas estão bem-estar, segurança, juventude, coragem, desejo e liberalidade (FARINA, 2006).

Por fim, a última cor da paleta completa, o azul, significa para a maioria da população ocidental, simpatia, harmonia, amizade e confiança. Sua utilização pode dar à marca sobriedade e sofisticação e destaca as figuras principais. É a cor mais usada para representar o frio. Está relacionado ao mar, gelo e afetivamente é ligado a viagens, afeto, paz, confiança, amizade, amor e sentimento profundo (FARINA, 2006).

5. *THAT'S A WRAP*: considerações finais

Chego ao fim deste projeto experimental tendo apresentado o processo de criação da marca De Banana. Foram alguns meses de trabalho, entre pesquisa, entrevistas e, finalmente, a criação. O objetivo deste projeto era criar uma marca forte para o brechó e acredito que tenha alcançado essa meta a partir da bibliografia assinalada e da minha própria experiência como diretor de arte.

Por meio da pesquisa realizada nas primeiras etapas deste projeto, pude conhecer melhor o público-alvo da marca. Creio que a pesquisa remete a um dos segmentos da mulher jovem carioca e contemporânea, ajudando a entender um pouco o que essas consumidoras pretendem em termos do consumo de moda *online*.

Mais do que revisitar os conhecimentos adquiridos ao longo da minha graduação, este projeto agregou novos saberes à minha formação profissional. Dentre todos os autores que citei, destaco Alina Wheeler, José Roberto Martins e Nikos Stangos por terem me ajudado a aprimorar meus conhecimentos em relação à comunicação, criação e arte.

Em Wheeler encontrei base teórica para cada etapa do processo criativo, o que me ajudou a entender que direção de arte é mais do que *feeling* e senso estético. Isso aguçou o meu olhar sobre direção de arte e deu nome a vários processos que antes eu fazia automaticamente.

Com José Roberto Martins pude relacionar o meu projeto a uma área da Comunicação com a qual não tenho contato direto, o *branding*. Com essa leitura aprendi que o sucesso de uma marca não depende exclusivamente de um bom *design*, mas de um conjunto de ações articuladas, tendo como objetivo a mente dos consumidores. Fazer parte da vida do público-alvo, ter influência sobre eles e, por fim, ser adotado como marca preferida. Acredito que, seguindo as recomendações deste projeto, o De Banana tenha potencial para ser adotado pelas futuras consumidoras com sucesso.

Por fim, destaco também a leitura de Nikos Stangos, pois nela encontrei o suporte que deu significado ao símbolo do De Banana, usando a história da arte. Além de me agregar novos conhecimentos e ativar uma curiosidade sobre o tema que ainda não tinha sido tão despertada em mim.

A partir do momento em que pude criar uma marca mais consistente e embasada, acredito que a empresa esteja preparada para entrar no mercado e garantir seu público.

Gosto da ideia de que a produção de conhecimento neste projeto também possa apontar caminhos aos alunos que se interessem mais especificamente pela direção de arte. Terminei este trabalho satisfeito com o que desenvolvi e feliz com os resultados. Como diria mr. Jay, no programa Americano de *reality show*, *America's Next Top Model*: *"That's a wrap, everybody. Good Job!"*.

REFERÊNCIAS

ABA. **Guia de Identidade Visual e Naming**. Disponível em:

<<http://www.aba.com.br/guiasdemelhorespraticas/pdf/Identidade.pdf>>. Acesso em: 18 Maio 2014.

Alexandre Wollner e a Formação do Design Moderno no Brasil. Direção de Gustavo Moura. Produção de Alexandre Seara. Coordenação de André Stolarski. São Paulo: Tecnopop, 2005. (85 min.), DVD, son., color. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=s7LOZLMRRO0>>. Acesso em: 18 Maio 2014.

CROSBY ASSOCIATES. **Assinatura visual Dorset Chamber**. Disponível em:

<<http://www.crosbyassociates.co.uk/publishing/logo/dorset-chamber-logo-.jpg>>.

Acesso em: 18 Maio 2014.

DS WORK. **Diferença entre símbolo e logotipo – Assinatura visual Light**.

Disponível em: <<http://www.dswork.com.br/images2/light33.png>>. Acesso em: 18 Maio 2014.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006. 173 p. Disponível em:

<http://www.4shared.com/office/pCiX3G6J/psicodinmica_das_cores_em_comu.html?locale=pt-BR>. Acesso em: 18 Maio 2014.

HD WALLPAPERS MART. **Diferença entre símbolo e logotipo – Assinatura visual Pepsi**. Disponível em: <<http://www.hdwallpapersmart.com/wp-content/uploads/2013/09/2013-Hd-Logos.png>>.

Acesso em: 18 Maio 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 768 p.

MARTINS, José Roberto. **Branding: O manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas**. 3. ed. São Paulo: Global Brands, 2006. 312 p. Disponível em:

<<http://www.globalbrands.com.br/artigos-pdf/livro-branding-o-manual-para-voce-criar-gerenciar-e-avaliar-marcas.pdf>>. Acesso em: 18 Maio 2014.

MINUTO HM. **Diferença entre símbolo e logotipo – Logotipo Rock In Rio.**

Disponível em: <<http://minutohm.files.wordpress.com/2011/03/logo-rock-in-rio.jpg>>.

Acesso em: 18 Maio 2014.

MOTA, Lucas. **A roupa faz o lucro.** Conexão, São Paulo, p.10-17, nov. 2013.

Bimestral. Disponível em:

<http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/noticias/revista_conexao/conexao_39>.

Acesso em: 18 Maio 2014.

NEATDESIGNERS. **Cartaz do festival de música brasileira Pelá.** Disponível em:

<<http://neatdesigns.net/20-cool-highly-inspiring-brochures/>>. Acesso em: 18 Maio

2014.

ROCK IN RIO OFICIAL. **Diferença entre símbolo e logotipo – Símbolo Rock In**

Rio. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/rockinrio/5206557217/>>. Acesso

em: 18 Maio 2014.

STANGOS, Nikos. **Conceitos da Arte Moderna.** 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991. 293 p. Disponível em:

<<http://comaarte.files.wordpress.com/2013/06/stangos-nikos-conceitos-da-arte-moderna.pdf>>. Acesso em: 18 Maio 2014.

STRUNCK, Gilberto. **Como Criar Identidades Visuais Para Marcas de Sucesso.**

2. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003. 160 p. Disponível em:

<<http://pt.scribd.com/doc/67530574/Como-Criar-Identidades-Visuais-Gilberto-Strunck>>. Acesso em: 18 Maio 2014.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca:** Guia essencial para toda equipe de gestão de marcas. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2009. 320 p.

ZARA, André. **Sinônimo de elegância.** Conexão, São Paulo, p.7-9, nov. 2013.

Bimestral. Disponível em:

<http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/noticias/revista_conexao/conexao_39>.

Acesso em: 18 Maio 2014.

MANUAL DA MARCA

manual de utilização da marca

de Banana



Este manual tem como objetivo apresentar a marca **De Banana**, suas aplicações e elementos, de forma simples, clara e didática.

conceito

O **De Banana** é um brechó online com formato diferente dos brechós tradicionais. Isso porque a intenção da loja é, não só vender os melhores looks, mas transmitir um estilo de vida. Quem disse que é preciso pagar caro para se vestir bem? O **De Banana** nasceu para democratizar a moda e ser uma alternativa às grandes lojas com produção em massa e peças em série. Nele, a consumidora pode comprar roupas únicas, por um valor acessível, garimpadas pela estilista **Liz Correa**. Sempre priorizando o conforto, a qualidade, o estilo original e, é claro, o precinho *de banana*.

assinatura visual

Ao aplicar a marca, utilizar, preferencialmente, a **versão horizontal** da assinatura visual. Esse é o formato padrão escolhido para representar a empresa:



Quando não for possível utilizar a versão horizontal da marca, a variação **vertical** adequada para utilização é essa:



tipografia e alfabeto padrão

O logotipo **De Banana** é composto por duas fontes: *LeviBrush* e *Beginning Yoga*.

Entretanto, a utilização desses dois tipos é restrita a **títulos ou artes especiais**, além do logo, é claro. É fundamental que essas fontes sejam aplicadas apenas em combinação.

A ideia é que o texto em que elas forem utilizadas aparente ser feito à mão, por isso é necessário usá-las em conjunto e nunca separadamente. Assim o desenho de cada letra parece único.

LeviBrush

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Beginning Yoga

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Para toda a comunicação restante da marca, devem ser utilizados os tipos da família *Roboto*. As variações desse tipo (*thin, light, regular, bold* etc.) podem ser utilizadas para hierarquizar as informações da arte.

Roboto

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



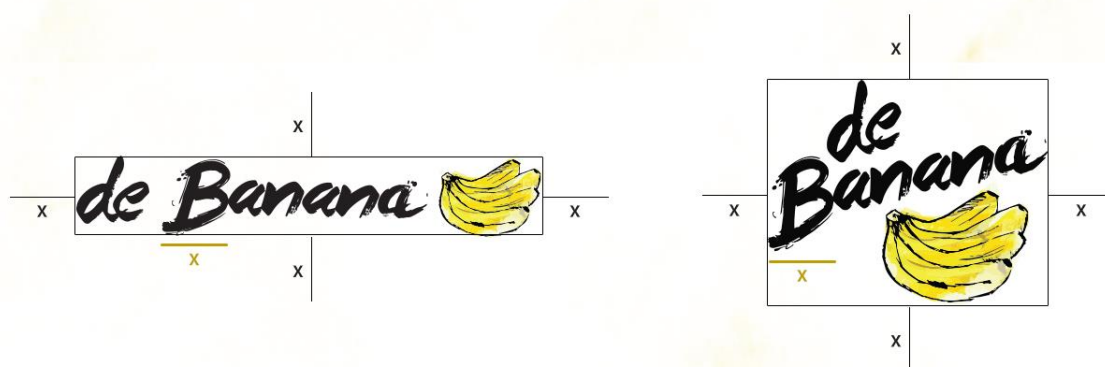
redução máxima

Para que sempre haja boa leitura da marca, as assinaturas do **De Banana** podem ser reduzidas no máximo até:



área de proteção

A área de proteção em volta da marca deve ser respeitada para que haja respiro entre a assinatura visual do **De Banana** e outros elementos da arte:



regras de aplicação

A marca **De Banana** poderá ser aplicada sobre diversos suportes, desde que sejam respeitadas as especificações de cor e tamanho contidas neste manual. A marca não poderá de maneira nenhuma ser adulterada (mudança na quebra de linha, distorção das proporções ou alteração da cor) como pode ser observado em alguns exemplos:



aplicações

Os exemplos a seguir apresentam as possibilidades de sobreposição da assinatura da marca **De Banana** com fundos diversos. São versões em cor original, negativo e monocromático. Em qualquer utilização deve-se garantir boa leitura da marca sobre o suporte onde ela está sendo aplicada.



paleta de cores

O código cromático do **De Banana** está dividido em duas paletas: a reduzida, contendo três cores e a completa, contendo sete cores. A paleta reduzida, composta por amarelo, preto e branco, serve para resgatar a identidade da empresa e atua como identificador do **De Banana** fora do ambiente da marca. Será utilizada na comunicação institucional do projeto. A paleta completa compreende, além das cores já citadas, rosa, laranja, verde e azul. Serve de apoio à identidade visual da marca, possibilitando uma comunicação interessante e divertida. Será utilizada quando a arte necessitar expressar em cores mais do que a paleta reduzida pode suprir. Além disso, será um norte para os tons de cor mais adequados a serem utilizados nos ensaios fotográficos.

paleta de cores

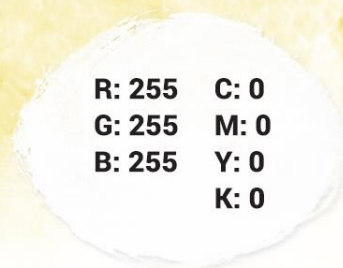
paleta reduzida



amarelo De Banana



preto



branco

paleta completa



rosa



laranja



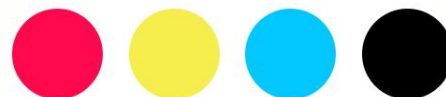
verde



azul

utilização da paleta nos ensaios

Além de ser utilizada em toda comunicação da empresa, nos ensaios para os catálogos, a paleta de cores do **De Banana** vai ser vir como guia para o fotógrafo e a produção. Eles deverão encontrar os cenários e peças de roupa que contemplem, preferencialmente, as cores utilizadas pela marca. Além disso, no tratamento das imagens, também poderão ser utilizados filtros que remetam a essas cores. Com o tempo, isso vai fazer com que fotos do **De Banana** sejam mais facilmente identificadas pelos clientes.



ALGUMAS FOTOS DA “FEIRA DE BANANA”





IDENTIDADE DA LOJA NO FACEBOOK



De Banana
1,192 likes · 98 talking about this

Update Page Info    Message 

Clothing
Olha a laranja da terra!
Hmm.. tem maçã, abacaxi,
Morango e tangerina!

About

Photos Likes

 1,192



De Banana
Liked · April 23, 2013

Blusa de Graviola
100% Algodão.
Tecido leve, cor marfim.

Tamanho: P
R\$: 25,00

See Translation

Like · Comment · Share · Edit

 Larissa Cespes and 22 others like this.

 Priscila Born Produção e modelo = incríveis!!!
See Translation
Like · Reply ·  2 · April 23, 2013 at 2:35pm

 De Banana Obrigada, querida! :))
Like · Reply · April 23, 2013 at 2:37pm

 Write a comment... 

APÊNDICE A - ROTEIRO DE PESQUISA

INSTRUÇÕES: Converse com o entrevistado de maneira a conseguir as respostas mais completas possíveis. Evite que o entrevistado responda “sim”, “não”, “talvez” apenas.

INFORMAÇÕES PESSOAIS

- 1 – Nome:
- 2 – Idade:
- 3 – Escolaridade:
- 4 – Onde vive:

HÁBITOS E CONSUMOS

- 5 – O que você faz para se divertir?
- 6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer?
- 7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

MODA

- 8 – Você gosta de moda?
- 9 – O que é moda para você?
- 10 – Qual é o seu estilo de roupa?
- 11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta.
- 12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso?
- 13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não?
- 14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção?
- 15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço?

IMAGINÁRIO

- 16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa?
- 17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê?
- 18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja?
- 19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)?
- 20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta
- 21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta?
- 22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê?
- 23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria?
- 24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita?

ENTREVISTAS

1 – Nome: Bianca Sobral Riani

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto de ir à Rua Nóbrega com os meus amigos, principalmente porque é pertinho da minha casa e dá pra ir andando, mas o que mais gosto é de ir ao teatro.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Costumo ir aos bares da Rua Nóbrega e China in Box. O que mais gosto de comer é batata frita com queijo e crepe.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Vou muito ao teatro e cinema. Gosto de filmes de terror e comédias nacionais. Praticamente não assisto TV, mas quando assisto, gosto de Saia Justa no GNT.

8 – Você gosta de moda? Gosto!

9 – O que é moda para você? Moda é mais uma maneira de se expressar, assim como a fala, a escrita, a música, o teatro, etc.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Sou mais fofinha na hora de me vestir, mas às vezes dá a louca e saio de coturno e batom vermelho.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não ligo pra marca, se gosto de uma coisa eu compro, não importa se custa dez reais e é da lojinha da esquina ou se é de alguma marca conhecida.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não costumo fazer compras de roupa online, só livros. Acho super prático e você consegue pesquisar os preços sem ter que ficar andando por horas indo de loja em loja.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim, mas teria que ser de uma marca que já conheço e sei que tamanho uso, porque tenho medo de comprar e depois não servir.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Uma loja virtual de roupas tem que apresentar todas as medidas das roupas, assim o comprador fica mais seguro.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Compraria sem problema.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Forever 21.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, porque as roupas de lá são lindas e têm um ótimo preço.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Não, a minha mãe está comigo em 99% das compras que faço. Então ela estaria comigo também.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acompanho vários sites de moda e estilo, o meu preferido é o Petiscos que tem um pouquinho de tudo.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma mulher, não muito alta, nem magrela, não seguiria os padrões de beleza que aparece em todo lugar. Teria que ser uma pessoa eclética, porque a moda tem várias vertentes e essa pessoa teria que brincar com diferentes estilos e não ter um estilo definido.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Julia Petit. Ela é muito animada, fala o que pensa e cada dia está vestida de um jeito diferente.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Branco.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Roupas confortáveis, com um bom tecido, estampas diferentes e um preço legal.

1 – Nome: Bruna Prunes Pena Baroni Viana

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Pra me divertir eu gosto de sair com meus amigos para comer alguma coisa, conversar, ir ao cinema, pra praia ou pra casa de alguém.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Não costumo ir muito a restaurantes, vou mais a lugares de lanche, como McDonalds e Compão. Gosto muito de comer hambúrguer com batata frita, mas agora procuro comer lanches mais saudáveis com sucos do que hambúrguer.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Não costumo ir ao teatro e às vezes vou ao cinema. Meu estilo de filme favorito é romance ou comédia romântica e também gosto de alguns só de comédia. Na TV, gosto de assistir programas de moda, alguns relacionados à culinária, decoração, reality shows, programas de entrevista e também algumas séries.

8 – Você gosta de moda? Sim, eu gosto de moda, eu não me considero uma pessoa que procura usar muito a moda nas minhas roupas, mas é uma coisa que eu gostaria de saber fazer, mas gosto

de saber sobre moda, adoro programas que são sobre isso e gosto de ver as roupas que os famosos usam.

9 – O que é moda para você? Pra mim a moda representa as roupas que estão sendo mais usadas no momento e cada pessoa escolhe aquelas com quais se identifica mais pra usá-las.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Eu gosto de usar short ou calça, blusa, vestidos, sempre com sapatilha, nada muito elaborado ou diferente.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Eu acho que a marca é importante, mas não essencial. Geralmente as roupas com marcas mais conhecidas têm mais qualidade, mas existem muitas outras lojas também que não são de marca, com preços mais acessíveis com roupas boas também.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não, eu acho ruim porque você não pode ver antes como aquela roupa está, nem pode experimentar e também fazer compras online acaba não sendo muito confiável, porque nem sempre você recebe o produto.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Compraria apenas se fosse de uma loja que não existe no Brasil, mas se eu tenho acesso a essa loja prefiro comprar diretamente nela.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Precisa ter uma boa maneira de apresentar as roupas no site e mostrar que há uma entrega segura.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim, prefiro comprar roupas ainda não usadas, mas se a qualidade fosse boa e ela não tivesse sido usada muitas vezes, eu compraria.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Forever 21.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, pois gosto de ter roupas novas e também é bom fazer compras.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Minha mãe estaria comigo porque nossos gostos são parecidos e ela sempre me ajuda a escolher minhas roupas.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Compraria blusas, shorts, saias, calças, bolsas e sapatilhas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Pessoas da minha idade com roupas que acho bonitas e roupas que eu gosto e que ficam bem em mim.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma mulher, alta, magra, mas não muito, confiante e com roupas que estão na moda no momento, ela frequentaria lugares como eventos de moda e festas.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Seria a Gisele Bündchen, pois ela é referencia de moda, muitas pessoas se inspiram nela, não só em sua aparência, mas também em sua vida.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Acho que seria rosa, pois é uma cor vibrante e que as pessoas que gostam de moda geralmente gostam.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Não tenho exatamente uma marca de roupas favorita, mas as que eu gosto têm roupas bonitas, diferentes, de qualidade e variedade de roupas, além de que é sempre bom um preço que não seja absurdo.

1 – Nome: Camila Dominguez

2 – Idade: 24

3 – Escolaridade: Ensino Superior Completo

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Faço coisas no meu computador e assisto TV.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Restaurante Mexicano, “Fajitas”.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Cinema. Comédia Romântica. Amo Séries.

8 – Você gosta de moda? Sim!

9 – O que é moda para você? É ter um estilo próprio.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? O meu. Não sigo regras. O que me sinto mais confortável.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Gosto de roupas que me fazem sentir bem, independente da marca.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Claro. Acho muito prático.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim. Pela facilidade, só não compraria calça, pois é impossível saber se ficará boa sem provar.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Facilidade de entrega.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim. Inclusive já fiz isso!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Marisa.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade. Sempre encontro algo que eu gosto.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Sozinha. Gosto de comprar roupa sozinha!

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Meu namorado. Quero ficar linda para ele sempre!

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria eu mesma. Uma pessoa que veste o que gosta, sem se importar se outras pessoas usariam ou não. Essa pessoa frequenta qualquer lugar, sendo ela mesma.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Maria Casadevall. Acho que o estilo dela é o que mais se aproxima do meu.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Pretinho básico.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Gosto de lojas que você possa entrar sem vendedor te perseguindo. Marisa, Renner, Riachuelo... São lojas práticas e que atendem vários estilos.

1 – Nome: Caroline Pimenta Ribeiro

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Santa Rosa, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Ver filmes (tenho visto muito franceses), ler romances (não tão melosos, dosados), encontrar bandas desconhecidas na internet (acabou virando hobby), desenhos da Cartoon Network e escutar mil vezes uma mesma música que gostei, me deixam feliz.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Fast-foods (nem sei se são considerados restaurantes). Gosto de comer tudo que tenha frango, sou louca por frango! Também gosto de batata-frita, Pepsi, chocolate, milk shake e balas Fini. Tudo o que uma boa lanchonete pode oferecer

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Não muito, gostaria de ir mais. Acomodei-me com a facilidade e gratuidade do torrent. Baixo todos os filmes que quero rapidamente e sem custo, vejo quando a rotina permite, no conforto da minha casa. Isso acabou infelizmente me desmotivando a ir aos cinemas, apesar de amar a atmosfera da tela grande, escurinho, poltronas vermelhas e cheirinho de pipoca. Pretendo voltar a frequentar mais este

ano. Meu estilo de filme favorito é o drama. Sim, gosto daqueles que me fazem rir e chorar ao mesmo tempo, que me emocionam. Gosto de me enxergar nos personagens e refletir depois. Pensar sobre a história. Não assisto muito programas de TV.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Moda é sentir-se bem com a roupa que veste e despertar elogios ao mesmo tempo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Soft grunge urbano, eu acho.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Eu compro muito em brechós e em lojas populares (C&A, Renner, etc.). Não ligo pra marca. Ligo pra estampa, pro tecido, pro caimento da roupa, pra qualidade; pra mim ela pode ser de qualquer lugar.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não, porque não tenho meu cartão de crédito ainda, rs. Mas acho que existem muito sites confiáveis, seguros e responsáveis hoje em dia. Acho legal.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Roupa fica mais difícil porque preciso experimentar, ver defeitos, saber se gostei mesmo, essas coisas. Porém, se o site me der as opções de tamanho direitinho, tiver uma modelo mostrando como a roupa veste, acho que dá pra comprar sim.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Frete grátis! Uma loja virtual precisa se mostrar confiável, cumprindo o prazo de entrega do produto e oferecer opções de cartão e boleto como pagamento.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Claro!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Animale.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, porque as roupas me agradam.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Com minha mãe.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas e sapatos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Difícil essa! Eu juro que não sei, eu simplesmente vou colocando as peças, testando combinações e me virando com o disponível.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Não sei por que, mas essas perguntas me fizeram pensar logo na Audrey

Hepburn. A moda seria uma pessoa autêntica, determinada, brilhante e que serviria de exemplo para muitas outras.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Audrey Hepburn. Porque ela é elegante, fina e inteligente.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Qualidade, sofisticação, simplicidade, criatividade e inovação.

1 – Nome: Elisa Ferreira de Carvalho Patrício

2 – Idade: 22 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Humaitá, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Leio, vejo séries, filmes, televisão, encontro amigos e pratico esportes.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Diversos tipos de restaurantes. Todos na verdade, mas, muitas vezes pela companhia. Por exemplo, não gosto de comida japonesa, mas vou com amigos e como uma coisa ou outra. Gosto de mexicano, mas não como quase nada. Gosto mesmo de comer massa e carne (churrasco). Mas vou a todos restaurantes.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Gosto muito dos dois, mais ainda de cinema. Sou bem eclética quanto ao estilo de filmes também, mas se fosse para tachar seria comédia romântica. Programas de TV eu gosto muito de séries, esporte e novela. Além de filme que passa na TV também.

8 – Você gosta de moda? Não muito.

9 – O que é moda para você? Dois tipos: moda, que é o que curto e sigo mais, que são roupas comuns de dia-a-dia. E a moda, mesmo, que é aquela sessão que tem desfiles e tudo mais, que eu acredito que ninguém use.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Eclético. Coloco roupas confortáveis e bonitinhas: vestidinho, saíinha, saia longa, calça jeans, calça jeans colorida...

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Gosto de algumas lojas de marca, como Zara, Lacoste e tudo mais. Mas, não faço a menor questão de ter essas roupas. Roupas é algo que eu, normalmente, não compro muito. Só quando viajo para fora, tipo Estados Unidos. Quando ganho, só troco quando não cabe, tenho algo igual ou odiei. Porque sempre mudo de opinião sobre roupa, então se gosto mais ou menos, eu penso.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não muito, porque não costumo comprar muita roupa, como disse. Mas penso nisso e se vejo algo muito bonito e que realmente

gosto, não vejo problema em comprar online. Minha maior questão é o medo do tamanho ser errado e o lugar não trocar.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Como eu disse: se vejo algo muito bonito e que realmente gosto, não vejo problema em comprar online. Minha maior questão é o medo do tamanho ser errado e o lugar não trocar.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Alguma forma de explicar o tamanho da roupa ou garantia de troca. Além disso, imagens bonitas das roupas, além da página ser bonita.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Compraria, sem problemas. Inclusive, minha mãe vende algumas roupas nossas para brechó. Então não tenho problema de comprar, inclusive online.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Ecletic, Forever21, Zara.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Não sei uma sensação exata, mas acho que felicidade. E se compro muito, nervosismo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Na minha primeira reação foi pensar sozinha. Depois me imaginei com minha amiga.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidinho, saia e blusa.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Essa pergunta é muito difícil. Acho que coisas bonitas inspiram, se eu vejo uma roupa bonita vendendo eu compro ou me inspiro a comprar. Outras vezes pode ser vendo alguém usar aquela roupa.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Moreno, magra, mas não muito (com curvas), peito médio, pele bronzeada, olhos castanhos e longas pernas. A pessoa seria simpática e espontânea. Seria a representação da liberdade.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? É muito difícil responder isso assim, rápido e sem pensar. Por isso, decidir pensar na primeira pessoa: Aline Moraes. Porque acho o estilo dela um pouco parecido com isso.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Branquinha ou lilás.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Colorida, roupas soltinhas, leves, de qualidade durável e não muito caras.

1 – Nome: Fernanda Prestes Marques

2 – Idade: 22 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Méier, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Costumo ir a bares, boates raramente, praia, cinema.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Lanchonetes tipo Bibi Sucos e Balada Mix, restaurantes japoneses (Koni, Gueisha).

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Vou mais ao cinema que teatro. Gosto de filmes de comédia e filmes históricos. Teatro, prefiro comédia. Não acompanho muito programas de TV, assisto novela de vez em quando, seriados como Friends se estiverem passando quando ligo a TV.

8 – Você gosta de moda? Sim, costumo acompanhar as tendências. Minha mãe é dona de loja de roupa feminina!

9 – O que é moda para você? Difícil! São tendências, mas que nem sempre agradam o meu gosto.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Roupas mais casuais, despojadas e frescas!

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Sim no sentido da qualidade da roupa. Roupas de marca normalmente tem uma qualidade de tecido e acabamento melhores, porém espero as liquidações pra comprar.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não muito. Principalmente roupa, pois não tenho como experimentar. Costumo acompanhar as coleções pelos sites e redes sociais, mas compro mais presencialmente.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim se eu soubesse que a roupa vestiria bem, no caso de uma peça básica, por exemplo.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Preço justo e detalhes sobre tecido, tamanho, material da roupa.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Acho que sim, nunca comprei nem tive oportunidade.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Farm.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade. Gosto de comprar, principalmente quando sei que paguei um preço bom por algo que custa mais caro.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Minha mãe. Sempre sinto segurança na opinião dela.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Blusas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. O clima do lugar que estou! Percebi isso quando voltei do intercâmbio e, pelo clima frio, passei a gostar de roupas de frio, coisa que não curtia muito antes. Hoje, meses depois de voltar pro calor, já não curto mais certos looks de frio, acho brega!

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher, ela teria aquela beleza fora do padrão e frequentaria todo o tipo de lugar. Mesmo! Moda é uma coisa diferente pra cada pessoa, não tem como tipificar.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Vixe, sei lá! Lady Gaga? Não que eu usaria as roupas dela, mas é autêntica, né?

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Laranja (estou usando muito no momento).

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita?
Farm: jovem, despojada, fresca, a cara do Rio!

1 – Nome: Francine Vieira Leite

2 – Idade: 22

3 – Escolaridade: Superior Completo

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Cinema, teatro e praia.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Outback, Faenza, Frontera, Ícaro, Palludo.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?
Sim. Humor, comédia e ação. Adoro Friends e Revenge!

8 – Você gosta de moda? Sim

9 – O que é moda para você? Saber se vestir

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Patricinha, fashion.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Depende, às vezes uma roupa mais cara cai bem, mas também é possível encontrar ótimas peças em feirinhas.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não, pois gosto de experimentar a roupa e ver se cai bem.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, pois gosto de experimentar a roupa e ver se cai bem.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Descontos, frete grátis, roupas que não encontraria em lojas físicas.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Talvez.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Drops.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, gosto do aroma da loja.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Minha mãe

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. A mídia, revistas, televisão, estilistas.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma mulher lógico. Mulher alta, magra, bonita. Personalidade forte. Frequenta lugares caros.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Isabella Fiorentino. Porque ela apresenta um programa sobre moda, é ex-modelo.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Bom caimento, tecidos bons, cores vibrantes gerar tendências.

1 – Nome: Giulia Mello

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Leio, escrevo, canto, danço, assisto séries.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? 7 Grill, Starbucks Coffee, Mister Pizza, etc. Gosto muito de comer pizza, batata frita, pipoca, tomar um cappuccino, etc.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

Amo o teatro, e sou apaixonada por cinema. Meu estilo de filme favorito é Ficção Científica e Comédia Romântica. Para programas de TV também é o mesmo estilo, mas gosto principalmente da comédia e drama.

8 – Você gosta de moda? Gosto bastante de moda, só queria ser mais ligada a ela.

9 – O que é moda para você? Moda pra mim é um jeito de se expressar, de falar para os outros o que sou, e como estou me sentido, sem a necessidade de dizer uma palavra. É uma linguagem não verbal.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Gosto de roupas mais confortáveis, sem que me apertem e seja vulgar.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Marca não é importante pra mim. Muito pelo contrário, acho desnecessária essa divisão entre as pessoas em que, o rico usa Aero e o pobre Marisa. Eu uso tudo, desde quando a roupa seja bonita.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Costumo, todos os celulares que eu já tive são de sites online. Acho bem mais rápido e prático do que ir a uma loja, mas há os seus prós e contras.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, pra eu comprar roupa na Internet é impossível. Eu tenho que experimentar, ver se ela fica boa no meu corpo, se é o tamanho certo.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Camisetas de bandas, séries, frases, imagens, shorts e calças, bonitas. E com a medida dos tamanhos disponíveis.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Compraria, mas só se ela estivesse em ótimo estado. Mas obviamente assim que eu chegasse em casa eu a lavaria.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Renner.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, pois estou comprando roupas do meu gosto e estilo. Mas também sinto culpa, por estar gastando muito dinheiro e ele não é meu.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Sozinha, mas se tivesse alguém comigo seria minha amiga e mãe dela, e a minha mãe também.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Compraria muitas camisas e calças, alguns shorts e acessórios também. Eu ia fazer a festa!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acho que as famosas me inspiram muito, e as meninas do Tumblr também. Eu realmente não sei por que, acho que pela beleza delas, as roupas ficam lindas no corpo. Logo, imagino que no meu também ficaria.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Se a moda fosse personificada com certeza seria uma mulher, acho que as mulheres mostram tudo e mais um pouco com a roupa que elas vestem. E provavelmente seria uma mulher com pele morena, cabelos longos e ondulados, com os olhos bem expressivos. Sua personalidade ia ser doce, sensível, carinhosa, atenciosa. Ela frequentaria desde shoppings e praias a teatros e programas culturais.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Seria uma Avril Lavigne ou uma Katy Perry. Isso por que eu não conheço nenhuma famosa que tenha pele morena e cabelos longos e ondulados. Mas a Katy e Avril tem personalidades incríveis, e são pessoas muito boas e atenciosas com todos a sua volta.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Amarelo com certeza. Essa cor dá alegria, esperança. E é minha favorita.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Não tenho uma marca favorita, mas pra uma roupa me agradar tem que ser simples e colorida. Teria uma moda diferente da de hoje, seria mais expressiva, misturada com a moda de anos passados e com algumas de hoje também. Sem muita extravagância e informação.

1 – Nome: Isabel Pelegrineti La Macchia

2 – Idade: 26

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Ir à praia, sair pra comer, encontrar com os amigos, trilhas, viagens.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Pizzaria, comida japonesa, comida italiana, frutos do mar.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Quando a grana dá gosto de ir ao cinema. Gosto muito de filme de mulherzinha, mas gosto de muitos estilos. O que não gosto é quando o filme é muito pesado, com muita violência por exemplo. Adoro seriados, como Friends, How I Met Your Mother, Breaking Bad, Downton Abbey, etc.

8 – Você gosta de moda? Gosto quando eu gosto. Não costumo aderir a todas.

9 – O que é moda para você? Para mim, moda é o estilo do momento, que mais está sendo usado.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Gosto de roupas confortáveis e femininas. Adoro short, adoro vestido!

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, para mim importa que a roupa seja bonita. Para ser de bom gosto não precisa ser de uma marca específica ou cara. Também não ligo para quem esteja me avaliando pela loja que eu compro.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Às vezes, gosto porque costuma ser mais em conta e mais prático. Mas com relação à roupa é sempre um risco, já que não dá ter certeza se é bem feito, se o material é de qualidade ou se vai te vestir bem.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim, já até comprei, inclusive meu vestido de noiva! A diferença de preço é absurda, mas a chance de precisar de ajuste é alta.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Bons preços (senão não acho que vale a pena).

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Claro, sem problemas.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Renner.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Fico feliz se encontro alguma coisa boa, mas busco paciência, porque tem que peneirar.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Minha mãe estaria comigo.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acho que só quando eu vejo alguém e gosto do estilo da pessoa. Pode ser qualquer um na rua.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma mulher, magra, alta de personalidade forte e atitude. Acho que não existe um tipo limitado de lugar para ela frequentar.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Não consigo imaginar ninguém famoso pra esse papel atualmente.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Não tenho uma marca favorita, mas gosto de roupas femininas, confortáveis e alegres.

1 – Nome: Isabela Pierre

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino médio

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto muito de sair com meu namorado e amigos, para qualquer lugar (cinema, restaurante, casa de alguém, caminhar na praia etc..)! Além disso, também tem as reuniões semanais dos adolescentes da minha igreja que eu frequento e me divirto muito.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Eu gosto muito da comida caseira, então restaurantes não são rotina para mim. Quando vou, gosto muito do Ícaro, Palludo, Dona Santa e como sempre pratos variados.

7– Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Adoro ir ao cinema e procuro sempre assistir filmes de comédia romântica e suspense. Não vou ao teatro com frequência. Só vou para apresentações particulares de amigas (balé, jazz, etc.) ou stand up, mesmo assim, é raro.

8 – Você gosta de moda? Gosto de estar por dentro, mas prefiro fazer a minha própria moda.

9 – O que é moda para você? Moda, para mim, é a forma que você se veste, sempre demonstrando traços de quem você é (personalidade, gostos etc.). Para outros, são as roupas que estão em “alta” e que todos devem comprar para estar por dentro do padrão da sociedade em que vivem.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Ah, o que não pode faltar no meu guarda roupa é short! Amo shorts, blusas de todos os tipos e vestidinhos soltinhos para o dia a dia! Sempre roupas que me deixem a vontade, frescas (sou muito calorenta) e que valorizem meu corpo. Ah, detesto calça jeans... Sinto-me sufocada e só uso quando é necessário.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, porque hoje em dia há uma vasta variedade de lojas, oferecendo variedade de preços, qualidades, estilos, etc. Só pela loja ser de “marca”, não quer dizer que o custo-benefício (“valer a pena”) seja melhor que outras.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não, pois não confio no produto (procedência e qualidade) e muito menos no vendedor. Além disso, eu gosto de experimentar a roupa para ver se está tudo certinho, no meu estilo e confortável.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, pelos motivos que apresentei anteriormente.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Comprovar que o produto deles realmente é de boa qualidade, especificando todos os tamanhos das roupas e fotos com as roupas em diferentes modelos. Um exemplo básico é a loja virtual “de banana”. Além de eu já saber que a vendedora é de extrema confiança, fazem um trabalho super legal de vestir as modelos, expondo os produtos. Só não compro pelo fato de não poder experimentar as roupas.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Não. Roupas assim eu posso encontrar em lojas e sem risco nenhum.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Como eu não tenho a loja preferida (gosto de várias), não sei muito bem... Talvez a Botswana.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Ansiedade e alívio eu só teria se estivesse desesperada por uma roupa necessária para algum evento importante e já estivesse procurando há muito tempo. Como não sou muito consumista, sinto mesmo felicidade porque estou comprando roupa para mim né. Sempre bom comprar roupa nova.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Minha mãe. Temos gostos diferentes, mas ela sempre ajuda naquela dúvida crucial entre uma roupa e a outra.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Acho que compraria mais shorts!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acho que é uma mistura entre a moda e o que eu sou, formando, assim, o meu próprio gosto.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Vou falar para a moda em geral, ou seja, o que vemos hoje em dia em desfiles, na mídia, etc. Características físicas: mulher loira e esbelta, sem necessidade de requisitos essenciais como inteligência. Personalidade: consumista e compradora compulsiva. Valoriza mais o que tem (material) do que é.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Barbie representaria legal, mas sendo pessoa real, poderia ser a Ticiane Pinheiro ou Fernanda Lima (não gosto delas não, mas ilustram a moda em si que eu falei anteriormente).

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Rosa choque.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Variedade de peças, variedades de estilos, preço acessível e qualidade do tecido! Localização também é tudo. Não precisa nem ser perto, mas que seja um lugar acessível, para a ida ou volta da loja não seja um problema ou mais um estresse. Boa infraestrutura. Não adianta nada a loja ter ótimos produtos se a estrutura da loja for ruim (principalmente provadores) e o atendimento for ruim. Já deixei de comprar roupas várias vezes por me irritar com o atendimento ou não conseguir me vestir direito no provador.

1 – Nome: Isabella Monteiro Decnop

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio completo. cursando Ensino Superior

4 – Onde vive: Vital Brasil, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Vou a bailes de dança, cinema, restaurantes (principalmente de comida japonesa), shows, luau, ouço música, gosto de assistir programas de comédia, séries de suspense, ler...

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Koni, Gendai, 7grill, Bem Dito, Buzin, Ícaro. Gosto de comida japonesa, chinesa, frutos do mar e massas.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim, gosto de comédias, romance e suspense basicamente. Tanto para filmes, quanto para programas de TV.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Moda é tendência.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Não sei dizer ao certo. Não gosto de nada que seja vulgar e me inspiro muito nas roupas da série Pretty Little Liars.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, porque basta me agradar pra que eu adquira. Não depende de marca, a não ser que o produto seja de má qualidade.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não, não gosto de fazer, porque gosto de experimentar para ver como fica no corpo.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, porque tenho medo da roupa não chegar, ou vir errada, além de não poder experimentar.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Algo que certificasse a segurança e a seriedade da loja.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Com certeza!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Botswana.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade e ansiedade, porque tem tudo o que eu gosto e da vontade de comprar a loja inteira!

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Compro sozinha ou com minha melhor amiga.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. A série Pretty Little Liars e alguns blogs de moda.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher, magra, branca alta, metida, que frequenta pubs e boates.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Angelina Jolie, porque ela parece se enquadrar nessa personificação.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Branco.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Da Botswana e da Xpto, o que mais gosto são blusas, saias e vestidos discretos e sofisticados, sou muito chata com estampas, mas quando acho alguma estampa bonita, acho bonita mesmo e não deixo de comprar!

1 – Nome: Isadora Barros

2 – Idade: 23 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Cosme Velho, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Atividades ao ar livre, chopp com amigos.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Japonês, massa...

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Vou em média uma vez por mês a um desses locais pelo menos. Adoro filme de aventura e também históricos. Gosto muito de TV aberta e esportes.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Moda pra mim é uma sugestão de como sair do básico, da sua zona de conforto.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Confortável.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Precisa ter qualidade e o mínimo de originalidade.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Nunca comprei, mas por puro impedimento de cartão. Ainda preciso habilitar essa opção. Acho ótimo, prático.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim. Pela praticidade. Principalmente de marcas que já conhece e ateste a qualidade.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Ser muito bem organizada, pra transparecer que a empresa é organizada e não vai se perder em inúmeros

pedidos. Mostrar todas as informações das quais preciso tipo tamanho, tecido, máximo de fotos possível.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? H&M

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, sem stress...

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Amigas ou sozinha.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Depende do que estiver precisando mais.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Meu humor. O que está disponível no armário... Dificilmente penso na roupa muito antes de me vestir.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma pessoa super original, criativa, uma mulher, dona de si, bem humorada.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Não penso em ninguém que represente.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto!

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Jovem, original, criativa, divertida, alegre (que também pode ser sóbrio), alto astral.

1 – Nome: Julia Malafaia Almeida Melo

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio

4 – Onde vive: São Francisco, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Costumo ir a shoppings, compras me divertem bastante! Gosto de ir á praia e ver filmes, e com certeza estar com os amigos, independente do lugar, é uma grande diversão.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Gosto muito de churrasco, então costumo frequentar tanto self-service, quanto churrascarias; em geral que tenha carne. E frequento muito pizzarias em geral, não tenho preferência.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

Sim, nos dois, eu sou bem cinéfilo, amo ver filmes de todos os tipos! Mas gosto muito de suspense e ação. Vejo muitas séries, as que mais me entretêm são séries de investigação criminal e de coisas relacionadas à moda e decoração.

8 – Você gosta de moda? Gosto muito de moda, é um assunto do qual gosto de me aprofundar, gosto de estar ligada no que está em alta, mas não necessariamente usar apenas o que está em alta, isso não é moda pra mim.

9 – O que é moda para você? Moda no conceito é aquilo que a maioria usa, não por que é bonito ou do gosto de cada um, mas por que é algo que domina a sociedade. Para mim a moda é aquilo que você se sente bem e bonito, quando você consegue passar através da sua roupa o seu estilo de vida, e usar aquilo que tem vontade de usar sem ter medo do que os outros podem pensar. Não posso dizer que você deve se sentir confortável por que eu não cumprio isso, quando gosto muito de um sapato, ou de uma roupa uso independente do conforto, não fico tão a vontade, mas me sinto bonita. Mas se torna moda de verdade, quando aquilo que está em alta e no conceito social é “fashion” passa a fazer parte da sua moda, e do seu gosto.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Gosto de roupas frescas, nada com muito tecido me agrada; gosto de roupa confortável e que valorize na medida correta o meu corpo, mas como disse, se eu gostar muito de alguma coisa e não ficar tão confortável em mim, acabo usando da mesma forma. Gosto muito de estampas. E brilho, gosto de roupas que brilham.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não acho que seja importante, nem sempre as roupas de marca são bonitas, e boas. Eu não costumo achar muitas roupas do meu agrado em lojas grandes e populares, mas vejo gente usando coisas lindas e de qualidade que vem dessas lojas. Porém grande parte das roupas de marca são mais caras devido à qualidade, pelo que eu passo, consigo ver uma diferença no tecido e na qualidade de uma roupa de marca para uma roupa popular. Dou importância a comprar roupas de qualidade.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Recentemente comecei a comprar online, e tem dado certo. Acho bem arriscado, a gente não sabe até onde é de confiança, não sabemos como certa peça ficará no corpo nem se certo objeto ou acessório é exatamente como na foto. Mas algumas coisas são fáceis de comprar e comigo tem funcionado.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim, mas depende da peça, tem roupas que eu sei que são bem arriscadas de eu comprar, e corro o risco de não ficar bem no meu corpo, mas outras coisas posso comprar com facilidade.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Desconto.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Com certeza, é perfeito! Às vezes dou a sorte de isso acontecer e não tenho problema algum com isso.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Imagino-me numa loja grande, com vendedores bonitos e cheirosos, seria a Zara.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê?

Ansiedade para usar as roupas novas. E alívio por conseguir roupas de qualidade por um bom preço.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estaria com minha mãe, pois ela gosta e usa as mesmas roupas que eu, então compramos juntas!

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Compraria um pouco de cada, amo bolsas e sapatos altos, talvez desse uma boa atenção para esses.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Quando as pessoas elogiam minhas roupas fico bem feliz, e quando me sinto bonita me motiva a estar bem vestida.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher, alta, morena, de pele escura, e cabelos ondulados. Uma mulher que se dá bem com todos e fácil de lidar, sempre sorridente, e transparente. Gosta de sair de dia e de noite, tanto para lugares frescos e naturais, restaurantes ao ar livre, quanto para bares fechados, e cinema, uma mulher que gosta de festas e de estar no meio de pessoas educadas e sociáveis.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Tyra Banks. Pois a meu ver é uma pessoa fashion, bonita, que brilha e influência por seu estilo de se vestir.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Dourado.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Roupas boas e bonitas, sempre de qualidade, e acertam no meu gosto, estampas fantásticas e para todos os tipos de ocasiões.

1 – Nome: Juliana Pandino Leonardo Peixoto

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Costumo ir ao shopping, à exposições ou a lugares agradáveis pra se conversar e comer bem. Procuro, também, conhecer pontos turísticos da cidade, isso me diverte!

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Normalmente, frequento restaurantes com comidas mais simples, muitas vezes fast-food. Gosto muito desse tipo de comida, mas procuro sempre variar e conciliar preço e cardápio.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Vou ao cinema algumas vezes, para assistir animações ou comédias românticas. Já ao teatro, vou

pouco por ter preços mais altos e nem sempre ter programações atrativas. Na televisão, assisto series e programas de culinária.

8 – Você gosta de moda? Sim, gosto muito!

9 – O que é moda para você? Moda é a representação de preferências pessoais na forma de se vestir, sempre mantendo o equilíbrio.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Sou muito básica com tudo que uso. Gosto muito de blusas estampadas, shorts, e um bom jeans.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Sim, quando se tratam de peças especiais ou que vou usar por muito tempo.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não faço compras online, mas acho uma ótima opção, muito mais prático!

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Compraria sim, bastaria apenas a roupa me agradar e os preços também.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Não tenho encontrado lojas virtuais que expliquem bem a forma de se comprar e a qualidade das peças, fico meio confusa na hora de finalizar as compras ou entender os tamanhos.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Compraria, com certeza!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Com certeza uma loja que tenha todos os itens de um guarda roupa, de sapatos à acessórios.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Sentiria alegria e animação.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estaria sozinha provavelmente, prefiro comprar roupa sozinha, para experimentar com calma tudo que vou comprar.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Compraria mais sapatos e blusas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Eu me visto baseada nas cores que gosto normalmente, seguindo meu estilo, as peças que vejo na mídia e o que fica bom no meu corpo.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Acho que uma mulher, animada, bonita, magra, já estaria trabalhando e frequentaria restaurantes e lugares relacionados à moda.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Audrey Hepburn. Quando penso em moda, automaticamente sua imagem em “Bonequinha de luxo” me vem à cabeça.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Rosa e todas as suas variações.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Não tenho uma marca favorita, mas com certeza uma loja com produtos criativos me atrai muito.

1 – Nome: Karina de Andrade Coutinho.

2 – Idade: 18 anos.

3 – Escolaridade: Ensino médio

4 – Onde vive: Santa Rosa, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Sair com amigos. Assistir filmes e seriados.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Ativa, Ícaro e Fafelli. Chocolate e doces, e comidas caseiras como batata frita e bife.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim, ao cinema com mais frequência. Comédias e romances. Seriados.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Pra mim moda é um conjunto de tendências atuais, o que se diferencia de estilo que não está relacionada à tendência ou atualidade e sim com personalidade.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Nunca parei pensar na definição do meu estilo, mas acho que misturo vários dependendo da época e como me sinto. Acho que sempre misturo roupas românticas e street e, às vezes, um do pouco vintage.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, exceto pela qualidade das roupas. Mas em questão de estilo e gosto quase nunca opto por marcas sempre encontro opções mais baratas em lojas aleatórias que combinam mais comigo.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, eu gosto. Acho uma opção mais em conta e sempre tem mais variedade.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim. Porque geralmente tem mais variedade e mais exclusividade nas peças, além do preço mais em conta.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Bom preço, bom atendimento e roupas de com boa qualidade.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim, se eu gostar da peça não existe motivos pra não comprar.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Zara, H&M e Forever 21.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Ansiedade para comprar peças de roupas que sempre quis e montar looks diferentes.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Com minha melhor amiga.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Sapatos e bolsas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Não tenho uma inspiração ao certo, dependendo da época eu me inspiro em algumas blogueiras.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Alta com cabelo preto e magra. Com muita atitude, séria e vestiria roupas clássicas e frequentaria a restaurantes, teatros e lugares chiques.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Audrey Hepburn, por causa do estilo clássico, básico e chique e mesmo com o passar dos anos manteve-se um ícone fashion.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Qualidade do produto, variedade nas peças e bom preço.

1 – Nome: Lanna Borges Carvalho

2 – Idade: 21

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: São Francisco, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Sair com amigos, ir à praia, shopping.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Amo fast-foods! Mas vou também a rodízios de massa (principalmente pizza).

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Gosto de teatro, mas fui poucas vezes. Gosto de cinema também. Filmes de aventura, comédia, comédia romântica e alguns dramas.

8 – Você gosta de moda? Gosto bastante

9 – O que é moda para você? Acho que são tendências de estilos que estão em alta não necessariamente só roupa.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Diariamente, a roupa mais confortável possível pra passar o dia fora de casa. Sou básica, às vezes nem tanto.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Tudo bem que é a qualidade pode ser melhor e etc. Mas não me prendo. Compro algumas coisas de marca, mas gosto do barato que muitas vezes também veste bem e é confortável.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não costumo fazer sempre. Mas já fiz. Acho ótimo! É bem cômodo e pelo menos as compras que eu fiz chegaram direitinho! Além de ser mais prática a procura do que deseja.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Compraria se eu gostasse e achasse que valesse a pena e confiasse no site por experiências de amigos.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Oferecer troca, preço bom e peças bonitas!

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sem dúvida. Amo os brechós da vida!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Uma loja bem grande, com muitas opções, estilo Forever 21.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Fico feliz por estar comprando algo q eu queria e que encontrei! Às vezes é bem difícil achar uma coisa que eu realmente goste.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estaria acompanhada de amigas!

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Acho que ou camisas ou sapatos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Eu mesma! Gosto do meu estilo, me sinto confortável, bem... É isso. Acho que as pessoas tem que gostar do que vestem, não se vestir porque viram alguém usando por uma tendência lançada.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Teria 1,69 de altura, 56 quilos, morena, cabelos compridos. Seria extrovertida, elegante, às vezes séria e seria linda. Frequentaria muitas lojas, ateliês.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Marina Rui Barbosa. Acho ela incrivelmente linda.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita?

Roupas simples, leves, básicas, um estilo mais vintage nas roupas, mais peças em tons mais claros (coloridos, porém não tão acesos)... Acho que é isso!

1 – Nome: Larissa Gouvêa

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Médio

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Costumo ir ao cinema, festas, restaurantes, praia, casa de amigos.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Restaurantes self-service para o almoço e barzinhos ou pizzarias para a noite. Gosto de comer quase todo tipo de comida, mas pizza e comidas de bar estão entre os meus preferidos.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

Sim. Suspense, ação e filmes baseados em fatos reais. Gosto de assistir programas de esporte e quando tenho tempo algumas séries.

8 – Você gosta de moda? Gosto.

9 – O que é moda para você? O seu jeito refletido em seu modo de vestir.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Não tenho um padrão formado, mas sou mais básica e gosto de roupas confortáveis em que eu me sinta a vontade.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Onde eu achar roupa que eu goste e considere a qualidade boa compro, sem me importar com etiquetas.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, acho que hoje em dia temos a vida bem agitada e compras online adiantam muito, por ter a facilidade de escolher em casa, não tem hora de abrir, fechar, não tem vendedoras enchendo o saco, o único problema é não poder experimentar, mas alguns sites contam com o serviço de troca.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim, tenho o hábito de compras, pelos motivos que citei acima.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Ter fácil acesso, mostrar os detalhes da roupa, como a parte da frente, de trás, lado, acho que quando é exposto em uma modelo facilita a visualização de como seria no corpo. Boa vontade para responder e-mails sobre dúvidas.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Claro, muitas pessoas compram uma coisa utilizam apenas uma vez e a roupa está quase em perfeito estado, é uma forma de pagar menos por uma roupa boa.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Seria a Farm.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, a decoração da loja tem um toque de jardim e as estampas são diferentes e muito bonitas.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estou com alguém. Minha mãe ou alguma amiga, a ajuda de alguém na hora da escolha de roupa é algo interessante.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas. Acho que é o que mais as pessoas têm no armário, e se você repete sempre a mesma calça, short, bermuda, sapato, as pessoas não reparam muito, agora repetir a mesma blusa não é muito legal.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. O meu humor, tem dias que acordo com vontade de não me arrumar, e saio mais largada com algo bem confortável, já no outro quero me sentir mais bonita, aí uso algo que chame mais atenção e por aí vai.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher. Seria uma mulher bonita, com um corpo em forma, uma pessoa muito comunicativa e observada por todos. Frequenta lugares em que muitas pessoas estão.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Olivia Palermo. Ela está sempre elegante e não tem medo de ousar em suas escolhas de roupa.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Vermelho.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Roupas diferentes do que estou acostumada a ver por aí, confortáveis, que façam eu me sentir bonita ao vesti-las, tamanhos pequenos (por ser bem magra é super difícil encontrar lojas em que roupas caibam em mim, principalmente shorts e calças).

1 – Nome: Laura Xavier

2 – Idade: 21 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Recreio, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Saio para boates, festas, para jantar e afins.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Outback, Balada Mix, Bibi Sucos. Gosto de comer sanduíches.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?
Sim. Comédia romântica. Programas Reality Show e culinários.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? É como a pessoa usa as tendências para se vestir de acordo com seu gosto e como ela se sentir bem.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Arrumada-despojada.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Depende do produto. De repente vale mais à pena comprar um só produto de uma marca que vai durar mais e é de melhor qualidade, do que muitos de qualidade inferior.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não muito. Apenas se for uma loja que eu já frequento e conheço a qualidade e os tamanhos.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Só se pessoas próximas a mim já tivessem o feito para eu poder ter conhecimento sobre a qualidade, o tamanho das peças e se é seguro.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Segurança e ser “conhecida”.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Farm.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê?
Felicidade e ansiedade. Felicidade por adquirir uma peça que eu amei e ansiedade para usá-la.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estou com a minha irmã. Ela também está comprando.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas, shorts e jaquetas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Estar bem comigo mesma, porque me sinto bem nas roupas e me anima a comprar.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria um homem. Ele usaria terno, seria alto e com o cabelo branco. Simpático mas imponente. Ele frequenta restaurantes, shoppings, cinemas e viaja o mundo.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Giorgio Armani. Porque ele passa esta imagem que tenho em mente.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Rosa

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Fashion, única, descolada, boa qualidade, veste bem.

1 – Nome: Luana Furtado

2 – Idade: 27 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto de sair com amigos para dançar, ir a barzinhos, praia, cinema, exposições.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Costumo frequentar restaurante self-service, por causa da grande variedade de alimentos e pelo custo mais baixo. Mas também costumo frequentar o Spoletto e Império da Itália. Gosto de comer saladas, carne de todos os tipos e doces.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim, costumo ir mais ao cinema do que ao teatro, mas adoro os dois. Meu estilo de filme favorito é comédia romântica. Gosto de programas de TV relacionado à moda e novelas.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Moda é uma maneira de representar a personalidade de um indivíduo e a cultura de uma sociedade.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Acho que não tenho um estilo padronizado, porque gosto de misturar. Gosto muito de usar saia longa, vestido longo, blusas largas e confortáveis.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, pra mim o que mais importa é o conforto da peça e se eu me sinto bem com ela. A maioria das minhas roupas não é de marcas famosas.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, mas não com uma grande frequência. Costumo comprar online produtos que não preciso experimentar (cadernos, eletrônicos, livros, etc.). Na hora de escolher roupa, prefiro comprar em lojas físicas para experimentar a peça antes da roupa. Já tive uma experiência de comprar maquiagem pela internet e quando o produto chegou não era exatamente da forma que estava apresentado no site. Desde então, prefiro fazer esse tipo de compra pessoalmente.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, porque gosto de experimentar a peça antes de comprar. E só na loja física temos essa opção.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Variedade e praticidade na hora da compra. Precisa também fornecer todas as informações sobre a peça (dimensão de cada tamanho, cores disponíveis, etc.). Uma boa tática também quando algum produto estiver esgotado, ter a opção de avisar o cliente quando estiver disponível para compra novamente. Essa é uma forma tanto de garantir maior venda, como se “cativar” o cliente.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Claro que sim. Exatamente por esse motivo que tantos brechós fazem sucesso hoje em dia, por oferecem peças de qualidade e por um ótimo preço.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Zara.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade e dúvida. Felicidade por encontrar peças lindas e dúvida pela vontade de levar muitas peças, mas ter que dar preferência para aquela que mais gostei ou para aquela que mais estou precisando no momento.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Sozinha. A maioria das vezes que compro roupas estou sozinha (e fico mais a vontade para escolher) ou com a minha mãe (que me ajuda nos momentos de indecisão e dúvida).

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Busco bastante inspiração em blogs de moda, revistas e redes sociais (Instagram, Pinterest, Facebook).

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher, alta, magra, autêntica, independente e que sabe o que quer. Frequentadora de festas, show e lugares com grande movimento de pessoas.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Chiara Ferragni. Acho ela o ícone de uma it-girl, com estilo e personalidade.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto. É básico e combina com tudo.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Minhas marcas favoritas são Farm e Free People. As duas tem um estilo parecido, com roupas com estampas florais e étnicas, acessórios com o estilo hippie chic que eu adoro e peças que prezam pelo conforto.

1 – Nome: Marcela Nery de Medeiros Raposo

2 – Idade: 20

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Gávea, Rio de Janeiro

5 – O que você faz para se divertir? Adoro sair para jantar fora com meu namorado, ir ao cinema, teatro, barzinho com as amigas, fazer compras, aulas de muay thai e dança, passar o dia no salão de beleza, clube, praia.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Sobre tudo restaurantes de comida japonesa e ênfase na culinária saudável. Origami (Shopping da Gávea), Nik Sushi (Ipanema), Victória (Jockey Club), Ben Kei (Ipanema), Bráz (Jardim Botânico), Gávea Integral (Gávea), Gula Gula (Há várias filiais).

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Gosto tanto de cinema quanto de teatro, embora prefira o primeiro. Meus filmes favoritos, por incrível que pareça, são de ação policial (adoro filmes que envolvem crimes) e, é claro, comédias românticas, mas as inteligentes, como os filmes de Woody Allen. Não vejo muita TV, mas adoro séries policiais também (Law and Order, CSI Miami) e seriados bem girly, como o extinto Sex and the City, Gossip Girls... Já de programas “brasileiros” assinto apenas ao Jornal Nacional, ao Conta Corrente (globo News) e ao Super Bonita, no GNT.

8 – Você gosta de moda? Sou apaixonada! Vivo pra moda!

9 – O que é moda para você? Moda é o instrumento pelo qual nos comunicamos sem emitir uma palavra sequer.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Priorizo sempre a elegância e shapes que me caem bem. Sou fã de camisas sociais de seda, calça com modelagem flare e peças com cara atemporal, que vão bem, independente da estação e não tem prazo de validade. Sou fã também de cores neutras, como preto, nude e cinza e deixo os toques de cor (amo Pink) para os acessórios.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Em partes. É claro que existe o valor agregado da marca que possui o poder de mexer com a autoestima da mulher (como um salto Louboutin ou bolsa Chanel, peças com as quais é impossível não se sentir poderosa), no entanto, mais do que a marca, priorizo a qualidade e o fato daquilo me agradar esteticamente e cair bem em mim.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Nunca comprei roupas online e não pretendo comprar. Acho improvável que seja uma compra acertada. Não estamos falando de arte, de comida, de produtos da farmácia. Acredito que uma peça de roupa você PRECISE experimentar.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Mesma resposta acima – Não, nunca comprei roupas online e não pretendo comprar. Acho improvável que seja uma compra acertada. Não estamos falando de arte, de comida, de produtos da farmácia. Acredito que uma peça de roupa você PRECISE experimentar.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Não compro online, mas navego pelos e-commerces para buscar tendências e referências. O que esses sites têm que ter é uma seção esclarecedora de “dúvidas frequentes”, suas regras de logística bem claras e é

claro um design “aconchegante” e ao mesmo tempo simples. Também acho importante/um diferencial o site conter dicas de moda.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Não, não gosto de peças de segunda mão. (Apenas em casos familiares ou entre amigas, não me sentiria bem se a situação fosse com uma estranha).

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? NK, em Ipanema. É uma multimarcas.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, alegria, satisfação. Realização pessoal.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Prefiro fazer compras sozinha.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Camisas sociais, bolsas, sapatos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Em primeiro lugar, o local para o qual eu vou, sempre! Adequação é tudo. Depois, penso no clima (que também remete à adequação), em terceiro lugar o meu humor, que influencia diretamente nas minhas escolhas. Já na hora de montar o look, após os filtros iniciais, me inspiro no que eu quero transmitir para os outros no dia e, dependendo do evento, vejo algumas produções de editoras de moda como referência.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma mulher de 30 anos, magra (não excessivamente, magra para normal), teria cabelos na altura dos ombros, morenos, seria morena de sol, usaria um tubinho azul marinho, bolsa Chanel e sapatilha Ferragamo. Para arrematar? Bijoux imponentes Cláudia Arbex ou Buttler and Wilsosn, Guerreiro ou Jack Vartanian. Ela seria discreta, culta, inteligente, com um humor sofisticado e uma ótima anfitriã. Ela adora viajar e sair pra jantar, seja ir para Angra ou Paris, jantar no Gero ou Fasano Al Mare. Essa mulher também focaria em exercícios físicos e seria workaholic.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Marina Ruy Barbosa, por ser uma espécie de mulher mais jovem da que eu descrevi acima.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto ou Pink. Ambas são históricas para o segmento e carregam muitos significados.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Qualidade nos tecidos e no caimento; forte presença nas redes sociais, pontos de venda aconchegantes, sinônimo de elegância, valores estético, assimilação de tendências.

1 – Nome: Mariana Martins Mauro

2 – Idade: 21 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Tijuca, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto de ler, ouvir música, navegar no computador, ir ao cinema e ao teatro, passear no shopping. Também adoro atividades ao ar livre, como ir à praia, andar na Lagoa.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Costumo ir ao Balada Mix, no Galeto da Tijuca e na Parmê. Gosto de massa, carne e sanduíches.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim, sempre que posso, procuro ver um filme ou uma peça. Eu adoro comédias, tanto em filmes quanto em peças. Adoro séries como FRIENDS, The Big Bang Theory e Two Broke Girls, mas também assisto muito jornal, por força do ofício, já que estudo jornalismo.

8 – Você gosta de moda? Sim, gosto de saber o que anda rolando no mundo da moda, saber as novas tendências, apesar de nem sempre segui-las. Às vezes, vejo programas de moda como Esquadrão da Moda, Vestida para Matar e 10 anos mais jovem.

9 – O que é moda para você? Moda é uma espécie de convenção sobre o que vestir. Enquanto alguns obedecem à risca, outros fazem uma espécie de curadoria e filtram o conteúdo. Eu, por exemplo, me encaixo na segunda opção. Não uso uma roupa, porque está na moda. Mas porque eu vi em algum lugar, achei interessante e sei que combina comigo. Uma das coisas que mais gosto no mundo da moda é saber o que usar para conseguir disfarçar algo que você não goste no seu corpo. Por exemplo, usar determinado tipo de roupa para alongar as pernas ou disfarçar o quadril largo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Eu sou eclética, costumo me vestir de acordo com meu humor. Tem dias que meu estilo é mais romântico e outros que é mais despojado. Mas a ideia de que “menos é mais” sempre está no meu look. Entretanto, eu nunca uso animal print, simplesmente não gosto e sei que não combina comigo. Gosto de cortes diferentes do convencional, principalmente saias que misturam curto e longo. Quanto aos acessórios, sou fã de figuras geométricas.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta.

Não costumo comprar algo porque apenas tem o nome da marca. Mas, quando sei que marca tal tem qualidade e me veste bem, dou preferência. Claro que a filosofia por trás do nome também influencia na hora da escolha, mas isso não é o fator decisivo. Posso gostar muito da marca tal, porque ela tem uma pegada mais sustentável, por exemplo, mas não vou deixar de comprar uma roupa que gostei em outro lugar por causa disso. Quando a marca que gosto tem uma roupa legal, ótimo, compro feliz.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Eu sinceramente adoraria conseguir, por causa da facilidade na hora de comprar sem sair de casa. Mas eu tenho dificuldade em fazer esse tipo de compra, porque gosto de ver como a roupa cai no meu corpo e porque mesmo tendo as medidas descritas, tamanho é sempre uma dificuldade. No caso de sapatos então, é pior ainda. Você não sabe se ele é confortável ou se te machuca. Além do mais, tem sempre aquela roupa que você não dá nada o cabide, mas quando veste, fica lindo.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Se eu não tivesse a possibilidade de ir à loja física e gostasse do modelo, sim. Apesar de preferir a compra convencional, se eu soubesse

da qualidade do produto, nada me impediria. Só acho importante ver alguém com a roupa, em vez de só o produto no cabide.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Um catálogo com todos os produtos e outro por estilo, tamanho e cor. Nada é mais chato do que na hora de confirmar a compra, você descobrir que não tem seu número. Além disso, design é sempre importante. Quando o site tem cara de blog, eu não me arrisco a comprar. A aparência da loja online conta muito na credibilidade do consumidor.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Com certeza, muitas roupas usadas são melhores, em preço e qualidade, que muita roupa nova. Além disso, a ideia também é sustentável. Dar um novo destino para essas roupas é ótimo e ecologicamente correto.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Uma loja que apresentasse roupas de qualidade, além de uma boa relação loja-consumidor. Ter uma relação com o cliente é uma boa forma de atrair o público. Descontos de aniversário, promoção relâmpago são interessantes. Layout e design do site são super importantes.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade! Por que me sinto bem ao achar coisas que gosto e posso comprar.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Com as minhas amigas, aquelas que sempre me perguntam onde comprei tal roupa. Quando gosto de uma loja, a propaganda inconsciente de minha parte é consequência imediata.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Acessórios. No caso do online, é o que mais gosto de comprar.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Meu humor. Não sou do tipo que escolhe a roupa uma semana antes, eu simplesmente acordo e vejo qual roupa combina com o que estou sentindo no momento.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher com personalidade forte. Cabelos curtos e medidas saudáveis. Ela frequenta todo tipo de lugar, mas a rua é seu principal destino. Ela anda com confiança e atrai olhares dos mais variados tipos. A Moda, personificada nesse caso, incomoda porque é confiante e diferente. Esse é seu diferencial. Ela não liga para os outros, apenas continua sendo o que é.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Diria que uma boa atriz, por ter confiança e ousadia para mudar de estilo a todo o momento. No caso brasileiro, diria Mariana Ximenes. No internacional, Anne Hathaway.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Laranja, uma cor vibrante e energética. Não é uma cor do tipo que todo mundo gosta. Mas costuma chamar a atenção.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita?

Ela tem ótima qualidade, preço justo, me cai bem, e tem uma filosofia, que me atrai.

1 – Nome: Marina Rosa

2 – Idade: 21 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto de ir ao cinema, viajar, estar com os amigos e com a família.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Costumo almoçar com a família no Dona Santa e com os amigos frequento os restaurantes de São Francisco e da Nóbrega. Prefiro comer frutos do mar e comida japonesa.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

Gosto dos dois, mas vou mais ao cinema. Prefiro os filmes de comédia ou algum que tenha mensagem para refletir. Não assisto muito televisão, mas gosto mais de Friends.

8 – Você gosta de moda? Acho as tendências bonitas, mas não costumo seguir a moda.

9 – O que é moda para você? Se vestir bem e estar de acordo com as tendências de revistas, modelos e outras referências da moda.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Moderno e clássico.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, me importo mais com a qualidade do produto.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Raramente faço compras online, mas acho válido porque geralmente o produto é de qualidade e mais barato.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, porque gosto de experimentar a roupa antes de comprar para saber se realmente combina comigo.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? E preciso que a roupa seja bonita, mais barata do que nas lojas físicas e com a garantia de que a roupa vai chegar de acordo com o pedido, cor, modelo e tamanho, por exemplo.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Com certeza! Costumo trocar ou comprar roupas das minhas amigas.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Gosto de comprar na Dress to.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Alívio, porque sei que as roupas são de qualidade e não preciso me preocupar se irão estragar com pouco uso.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Gosto de ir com alguém da família ou amiga, porque sei que a pessoa vai ser sincera e dizer se a roupa vestiu bem ou não.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Gostaria de comprar bastantes camisas.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Visto-me de acordo com ocasião, prefiro me vestir de forma despojada, mas às vezes e preciso vestir uma roupa seria. Também me visto de acordo com a estação do ano, pois o verão e a primavera pedem muitas cores, diferente do inverno e do outono.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Considero que seria uma mulher alta, com feições delicadas e que estivesse disposta a ousar no estilo das roupas e sapatos. Frequentaria restaurantes, teatros, clubes, casa de amigos e família.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Marina Ruy Barbosa.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Rosa, preto ou branco.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Conforto, qualidade, durabilidade e estilo diferente do mais comum.

1 – Nome: Maryana Rodrigues Teles Nunes

2 – Idade: 22 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Freguesia, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Vou à praia, ao cinema, ando de skate, faço trilhas e saio com os amigos.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Amo Spoleto e geralmente como macarrão à bolonhesa ou também como na Batata inglesa (stroganoff de carne), mas se você considerar McDonalds e Burger King como restaurante, eu amo cheeseburger!

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Gosto muito de ir ao cinema. Amo filme de comédia romântica e comédia. Adoro assistir Friends e Dr. House.

8 – Você gosta de moda? Gosto, mas não sou fanática por seguir tendências. Gosto de usar as coisas que acho bonito em mim e não pra seguir o fluxo.

9 – O que é moda para você? Tendência. São coisas que as pessoas usam para estarem inseridas dentro de um contexto atualizado de como se vestir, se arrumar, cortar o cabelo ou qualquer coisa que leve um grupo grande a fazer as mesmas coisas. Tipo “virou modinha” jogar flappy BIRD.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Não tenho um estilo definido. Uso de tudo. Adoro roupas sociais, mas adoro usar vestidos coloridos com sandálias. Ou ir pra balada usando um tubinho preto com all star. Eu me definiria como eclética.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não! Não compro as coisas por serem de tal marca. Às vezes o que eu compro não tem marca nenhuma. Não sou influenciada pela etiqueta, entende? Exemplo: meu celular é Foston! Você já ouviu falar dessa marca? Nem eu! Comprei na Uruguaiana. Paguei super barato e ele faz as mesmas coisas que os iPhones da vida. Tá! O touch dele é péssimo, mas de resto quebra um galho. A maior parte das minhas roupas é comprada em brechó e não tem etiqueta de marca famosa.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Faço compras de livro. Ainda não entrei na moda do Ali Express de comprar roupas da China. Fico um pouco desconfortável de comprar coisas que não sei como são de fato. Um livro é sempre um livro, mas roupas ou eletrônicos podem vir quebrados ou de tamanhos errados. Estou querendo entrar nessa moda, mas não senti segurança ainda.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Roupa online é bem complicado. Tenho amigas que tiveram ótimas experiências comprando no Ali Express e outras que se decepcionaram. Eu ainda não compro. Mas acredito que daqui uns dois meses já entro nessa moda. Isso economiza MT dinheiro, se a roupa vier como você espera.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Na minha opinião, preço, segurança e credibilidade (comentários de pessoas que receberam tudo certo e que a qualidade é boa) e o site deve permitir que as pessoas vejam todos os detalhes da roupa como é no site da Forever 21.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? CLARO! Eu só faço isso! Amo roupa usada. Uso sem problema nenhuma. Se tiver em bom estado e com preço barato, estou levando. Ah! E se der em mim também, né? Óbvio!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Forever 21, com certeza!

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Muita felicidade, ansiedade, vontade de comprar tudo. É tudo muito lindo, barato, qualidade razoável e sempre veste bem em mim.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Tem meu namorado comigo (super paciente e fofo)! Ele sempre nas furadas. Ah! E talvez uma amiga. Estaríamos experimentando a loja toda e mostrando pra ver o que ele acha.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos com certeza! Depois umas saias e blusas. E uns sapatos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acho que como eu me sinto com a roupa. Qual meu objetivo no dia, o que vou fazer, quem eu quero que me olhe. Se vou pra balada quero ser desejada, então coloco uma roupa sexy, se vou pra praia coloco uma roupa confortável e casual, se vou ao shopping uma roupa mais arrumada...

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Seria alta, magra, cabelo castanho e liso. Olhos claros (mel ou verde). Ela seria morena e andaria elegantemente. Todos os homens olhariam pra ela. Ela frequentaria teatro, galerias de arte e festa de pessoas VIP.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Marina Rui Barbosa. Sei que não tem nada a ver com quem eu descrevi acima, mas ela é tão elegante. Só deu azar de não nascer morena, né? Ou a Bruna Marquezine.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Azul!

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Forever 21. Pra todos os estilos de mulheres, qualidade razoável, preço muito barato, roupas lindas e que são consideradas tendências em alguns lugares, tem muita variedade de roupas e acessórios.

1 – Nome: Nataly Soares de Araújo Neves

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino médio

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Eu costumo ir ao shopping, cinema, restaurantes.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Burger King, Outback, Spollete e pizzarias em geral.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim. Meus filmes favoritos são de romance e na TV gosto de ver séries como The X Factor, Pretty Little Liars e Big Bang Theory.

8 – Você gosta de moda? Bastante.

9 – O que é moda para você? É uma forma de você poder se expressar e criar uma identidade própria.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Vestidinhos delicados e românticos, camisetas com estampas divertidas e eu amo saia longa.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, eu acho que eu devo usar peças que fiquem bem em mim, independente da marca. Gosto de ir a lojas comuns e encontrar algo que eu goste, é uma sensação de “caça ao tesouro”.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não costumo fazer muita, pois eu tenho problemas com tamanhos.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Compraria se eu não tivesse acesso à loja (uma loja que não tenha em Niterói) e tivesse gostado muito.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Ter as medidas de comprimentos, não só numeração como P, M ou G. E muitas fotos!

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Compraria se fizesse meu estilo, não ligo muito para isso e promoção é ainda melhor.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Seria na Opção.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Um mix de sensações, às vezes felicidade outras frustração de achar roupas que não caibam em mim, pois as magrinhas também sofrem com isso e eu também não gosto de decotes e peças curtas.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Ou seria minha mãe ou minhas amigas.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Eu ficaria dividida entre as camisas e os acessórios.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. A possibilidade de traduzir aspectos da minha personalidade no que eu visto e me sentir confortável.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Se eu pudesse personificá-la seria uma mulher alta, com classe e com uma postura elegante, decidida e no controle das situações.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Para minha seria a Taylor Swift. Ela está sempre se vestindo na moda, tem um estilo meio vintage, pin up e romântico e ela não usa peças muito ousadas, pois é um exemplo de que você não precisa fazer isso para ser linda e chamar a atenção.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Seria azul e roxo.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Os atributos são ter diferentes peças com tamanhos para vários tipos de corpo, ter variedade de cores e estampas.

2 – Idade: 19 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Saio com os amiguinhos, leio romances pra me distrair e desenho. Gosto de imaginar histórias e que me façam rir demais.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Eu gosto muito de queijo. Também de massas em geral e comida árabe. Mas há algum tempo decidi ser uma pessoa saudável, então como bastante salada.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

Sim, vou mais ao cinema do que ao teatro, mas gosto dos dois. Eu amo animações; gosto de bons filmes de ação e alguns de comédia romântica. Ah, e filmes sobre histórias antigas por causa dos figurinos. Nos de Idade Média por causa das armaduras e armas, e nos de Idade Moderna por causa dos vestidos, roupas de baile e pela decoração.

8 – Você gosta de moda? Sim, me interessa. Mas não de um modo muito aprofundado, tanto que não tenho muita noção sobre desfiles, tendências e a moda do momento.

9 – O que é moda para você? A definição seria saber combinar peças de roupa e acessórios de uma forma bonita e equilibrada; ou então de acordo com as tendências da época. Mas moda na minha vida é mais conseguir juntar as peças sem ficar ridículo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Apesar de desejar ter um estilo, acho que eu nunca tive. Se fosse pra falar mesmo assim eu diria “jogadinho” que às vezes é bem sucedido e que outras vezes não é nada bem sucedido e acaba ficando simples e eu me sentindo uma mendiga. Eu sempre tive dificuldade pra achar roupa pra comprar, as lojas nunca tem o que eu quero ou imagino. Eu sempre quis imaginar uma roupa e que ela aparecesse na minha frente. Eu não gosto muito de roupa complicada, sou bem preguiçosa pra montar looks. Eu prefiro ter peças individuais bonitas e confortáveis; por isso eu gosto bastante de blusas estampadas.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Só como garantia de qualidade, mas não tenho marca preferida. Quando eu compro uma roupa de marca, é porque eu gostei de como ficou, não por causa do nome. O importante mesmo é a roupa ser bonita e boa. E ultimamente parece que as lojas estão pirando; as roupas são caríssimas e quase não tem pano! Todas com uns buracos na barriga, no ombro, sei lá aonde. As lojas mais chiques estão com umas roupas pra alienígena. Isso, na minha opinião, porque eu não imagino pessoas andando na rua vestindo aquilo.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Nunca comprei roupas online. Não tenho nada contra.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim. É mais uma opção de lugar pra fazer compras. A única dificuldade é não estar experimentando o que está comprando. Tem chances de não ficar tão bom quando a gente imagina.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Variedade, ter estilos diferentes.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Uma loja sem vendedoras que ficam coladas me olhando enquanto eu vejo os cabides. E com uma decoração toda lindinha, e sem duvida com roupas lindinhas também.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Animação e ansiedade antes de saber se vou levar. E depois que eu compro e gosto de como ficou a roupa, fico muito animada e feliz.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Minha mãe ou alguma amiga que eu saiba que tem um gosto parecido com o meu.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Acho que as blusas e calça e vestidos. Não ligo muito pra acessórios.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Quando eu penso em me arrumar eu só quero gostar e me sentir bem com a roupa, sem ter vergonha.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Não sei explicar direito, mas eu imagino uma pessoa descolada, cabelo bagunçado, uma pessoa decidida. E em um lugar em iluminado e com natureza, tipo um parque e um banquinho.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Não sei não. Eu gosto das roupas de festa que os artistas usam, tipo os vestidos no tapete vermelho. Mas também gosto de quando eles usam roupas normais, geralmente uma coisa por cima da outra e varias roupas juntas. Vou falar Ashley Benson, mas acho que não é isso, mas fica isso.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Eu imagino estampado. Mas já que tem que ser uma cor, azul.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Peças em diferentes cores e estampas.

1 – Nome: Paula Gomes Correa

2 – Idade: 27 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Viajar, ver filmes e séries, ouvir musica, e bater papo com os amigos tomando uma cervejinha.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Adoro japonês, italiana. Não tenho um restaurante predileto, estou sempre em busca de novos.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Vou ao cinema e teatro. Gosto de filmes de suspense, e drama. Adoro séries, me vicio muito rápido.

8 – Você gosta de moda? Gosto

9 – O que é moda para você? Moda é ser você. Tentar colocar a sua personalidade nas roupas e no seu modo de viver.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Não tenho. Depende do meu estado de humor, posso ser básica, “mendiguinho”, às vezes mais formal. Mas sempre com roupas confortáveis.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Eu acho que sim. Prezo bastante por qualidade, mas admito que algumas marcas têm prioridade.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim e adoro! A facilidade que proporciona é ótima, fora que você não tem que lidar com vendedoras chatas, você tem mais liberdade e tempo para escolher.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? É o que eu falei anteriormente, rs.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Ter todas as informações da peça, desde tipo de tecido, quanto à modelagem. Além de fotos nítidas de como a peça é.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim compraria.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Cantão

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, pois a loja tem sempre algumas coisas que compõe meu estilo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Posso estar sozinha, ou a minha irmã esta junto comigo, mas na maioria das vezes, estou sozinha.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Calças, camisas, acessórios e sapatos. É uma loja completa.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Maneira de viver, conforto. Não gosto de roupa apertada e acho a roupa serve para disfarçar aquilo que a gente não gosta.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Acho que seria masculino, pois eles são mais básicos e com pouco esforço já

conseguem ser “estilosos”. Homem engraçado, de bem com a vida, simpático e muito sociável. Frequenta a bares, teatro, shows e cinema. Gosta muito de musica.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Existe? Não conheço ninguém. Sorry!

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto. Combina sempre com tudo.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Qualidade, bons tecidos, estampas diferentes. Bom design/corte. Que tenha ótimo caimento. Que seja atual, ligada com as tendências.

1 – Nome: Priscila Born

2 – Idade: 30 anos

3 – Escolaridade: Mestrado

4 – Onde vive: Rio de Janeiro

5 – O que você faz para se divertir? Gosto muito de ler, assistir filmes, ir a museus e eventos culturais de uma forma geral.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Frequento tipos variados de restaurantes, a maioria self-service, dos mais baratos aos mais caros (com um limite de 50 reais/quilo porque também não dá, né?!). Gosto de comida boa, quanto mais caseira melhor! Comer na rua tem sido um hábito ruim, um mal necessário... Claro que para um momento mais agradável prefiro a la carte, uma boa massa é a minha opção preferida.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Teatro e cinema são dois programas que eu adoro! Cinema, gosto de comédias românticas, filmes cults, drama e um bom filme de ação é sempre bem-vindo. Para o teatro, drama!

8 – Você gosta de moda? Sim e não. Gosto de conhecer as tendências, de ver catálogos de lojas ou desfiles (na TV e um trecho curto...), mas não sigo moda ou tendências coletivas. Tenho visto cada vez mais as pessoas nas ruas vestido sempre as mesmas roupas! Em um mar de opções de vestuário, às vezes tenho a sensação de que todo mundo se veste igual em alguns momentos!

9 – O que é moda para você? Aquilo que eu acho que tem a minha cara, eu visto e fica bom.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Depende do dia... Às vezes acordo com vontade de sair de casa vestida como advogada que terá sua grande audiência naquele dia... Outras vezes a saia rodada, uma regata e sandália de dedo são tudo! Mas na maioria das vezes o jeans e a camiseta vencem.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Visto o que me agrada, pago o preço justo. Não gosto de produtos “Made in China”, prefiro sempre os produtos nacionais. Não acho justo pagar uma fortuna em uma blusa, ou qualquer outra peça, só porque é um “FulanoDeusDaModa” qualquer que na maioria das vezes paga uma quantia irrisória para as costureiras que fizeram aquela peça bordada à mão, por exemplo. Também não me importo nem um

pouco com os produtos em liquidação! Fazer questão de usar um peça antes de todos pagando três vezes mais caro parece-me estúpido demais.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Compro livros online, já comprei artigos de presentes, comprei roupas de um brechó online de uma amiga... Compras online são mais práticas, não é necessário enfrentar a loja cheia, a vendedora que quer te empurrar qualquer coisa, ou enfrentar filas... Mas gosto de andar, sentir o tecido, folhear o livro, apertar as teclas do eletrônico qualquer... Ou seja, acho que há vantagens e desvantagens em ambos.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Talvez. Prefiro tocar o tecido antes saber se veste bem... Na internet as roupas sempre parecem perfeitas nas modelos, a cor é linda sob determinada luz... Hoje eu prefiro procurar o que eu quero em sites e ir as lojas comprar, mas talvez compre pela internet... Se eu tiver certeza do produto, da qualidade, se não me importar com o prazo de entrega... Não vejo problemas em comprar pela internet.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Bom gosto (o site tem que ser bonito), facilidade (nada pior do que você tentar achar um link e não conseguir, perco a paciência com o menu que desaparece e preciso rodar a tela toda com o mouse para encontrá-lo novamente), informações detalhadas sobre o produto (qual o tecido, onde foi produzido, o tamanho com medidas, porque na mesma loja tem uma infinidade de possibilidades posso vestir do 38 ao 42 facilmente), odeio sites com trilha sonora (se eu quisesse ouvir música entrava numa rádio ou coloca no YouTube, porque colocam musica nos sites?!), segurança (afinal estou colocando informações importantes ali, preciso confiar naquele site).

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Claro!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Cantão.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Ansiedade, falta dinheiro pra comprar o que acho bonito e tem um preço justo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estou com minha prima Fabi.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Praticidade. Na correria do dia a dia, preciso de algo prático, que combine facilmente com outras peças e acessórios, que eu não gaste meia vida pra passar, e que seja algo diferente, pavor de ser mais uma com aquele mesmo modelo nas ruas (a blusinha de cetim virou uma febre assustadora! E a saia com duas pontas na frente?!).

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Moda? Mulher, claro! Seria determinada, esbelta, com sorriso largo, o cabelo com a cor natural, assim como a pele, assumiria a si própria, sua identidade, sua cor, seu cabelo. Não tentaria

mudar o tom de pele, mesmo usando make-up ou bronzamento, não que não usasse, mas seria natural, realçando sua beleza própria. A ditadura da moda quer que todos sejam iguais, mas a moda é simplesmente única e exclusiva para cada homem ou mulher e isso que deveria ser valorizado, a identidade de cada um.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Coco Chanel. Não consigo imaginar ninguém ousado o suficiente atualmente para impor sua personalidade acima daquilo que hoje em dia é imposto como regra. A Moda é transgressora, mutável, única.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Estou numa fase do estampado... Mas... Uma cor...? Azul.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Tecidos leves, cores fortes, cortes diferentes, qualidade do tecido, material das campanhas de alta qualidade e muito bonito.

1 – Nome: Priscila Damasceno Motta

2 – Idade: 20 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Eu assisto filmes, vou ao shopping, restaurante, saio com meu noivo e nossos amigos.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Meu restaurante favorito é o Outback, frequento restaurantes com estilo jovem e despojado, costumo ir à creperias e lojas de açaí.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Costumo ir bastante ao cinema, teatro mais raramente. Gosto de filmes de comédia, romance e um bom suspense. Assistio programas de TV voltados para culinária, decoração, saúde e moda.

8 – Você gosta de moda? Gosto muito.

9 – O que é moda para você? É se sentir bonita, autoconfiante e confortável em transmitir sua personalidade através das roupas.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Misturo clássico com o moderno elegante.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, me prendo a qualidade e estilo das roupas. Costumo misturar peças de marca com outras mais populares.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Costumo, já adquiri bolsas, vestidos, bermudas, roupa íntima, brincos, blusas, calças. Ou seja, tenho prática nesse tipo de aquisição.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim, escolho lojas que oferecem produtos de qualidade e bom preço.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Marcas conhecidas, um site bonito e aparência confiável.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Compraria, dependendo das condições e do preço.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Oh boy.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Sinto-me feliz, e ansiosa para logo usar o novo modelo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estaria com minha mãe e avó.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Compraria tudo que me agradasse.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Costumo ler algumas revistas de moda e ver o que as celebridades estão usando. Mas prefiro ter meu estilo próprio.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Não creio que exista apenas uma pessoa que personificaria a moda, a pessoa teria semblante alegre, aparência saudável e bem cuidada. Frequentaria o Shopping.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Angélica, porque ela tem um estilo moderno, alegre e apropriado para a idade.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Seria azul turquesa.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? A loja que mais gosto é descolada e clássica, mostrando modernidade e elegância. Possui belas roupas que não ofuscam a pessoa que as usa. Não é vulgar, mas tem presença.

1 – Nome: Rachel Marins

2 – Idade: 27 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: São Francisco, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? O que mais gosto de fazer para relaxar e me divertir é ir à praia. Geralmente durante o dia ou vou à piscina ou fico em casa vendo uma série, um filme ou lendo um livro. De noite adoro sair para dançar... Pelo menos uma vez por semana. Estar em pequenas

reuniões com amigos também é uma ótima forma de se divertir, sempre que há uma oportunidade aí estamos.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Adoro massa. Além disso, gosto de conhecer novas cozinhas... Comida hindu, tailandesa, vietnamita, árabe... Provar coisas novas (não que eu sempre goste, mas porque não tentar?).

7 - Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Mais ao cinema, mas adoro teatro. Gosto de comédias românticas bobas, ficção científica e suspense. Nada de muito drama e guerra. A vida real já tem seus problemas, certo? Gosto de séries mais que nada. Vejo de tudo um pouco, menos policiais. Acho chato. Novela não vejo também e noticiário de manhã antes de ir ao trabalho.

8 – Você gosta de moda? Adoro.

9 – O que é moda para você? Para mim moda é a tendência de estilo que está em voga no momento. Cada um pode ter seu estilo pessoal, mas existe uma tendência que diz se você está na moda ou fora de moda.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Eu sigo dentro do possível a moda. Mas não exageradamente, até porque não sou rica. Além disso, tem umas coisas que entram em moda que são feias demais, tenho meus limites! Por exemplo, esses sapatos drag queen, nem pensar. Um scarpin é indispensável. Acho que diria que sou casual arrumadinha, existe?

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Sim, mas nem sempre. Ou seja, gosto sim de comprar roupa q sinta que é mais exclusiva que uma Renner ou Leader. Que tenha mais qualidade e na qual eu me veja bem.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? De roupa não, nunca. Acho q tem que provar, ver se fica bem e etc. Outros bens como eletrônicos e coisas de casa sim

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Acho que não, pelos motivos que já falei.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Acho q dificilmente eu compraria roupa online. O que me faria pensar é se houvesse um serviço de entrega e troca eficiente que não fizesse minha vida mais complicada se algo q comprei ficasse ruim.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Na verdade não me enche os olhos de primeira... Acessórios eu acho q sim. Roupa é algo mais pessoal, não me atrai muito a ideia.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Animale.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Se eu tivesse dinheiro para comprar tudo o que quero aí acho q ficaria bem feliz... Quando vou por uma coisinha ou outra na promoção já fico que nem pinto no lixo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Com minha mãe.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos, principalmente. Mas com credito ilimitado compro de tudo um pouco!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Gosto de me vestir de forma casual/elegante geralmente. Ou seja, algo que não passe despercebido, mas q não chame a atenção por ser vulgar nem exagerado.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher, regulando mais ou menos uns 30 anos. Morena, alta, bem sucedida. Sempre usando um pretinho básico e muito, mas muito ocupada! Editora chefe de uma revista de moda.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Miranda Priestley.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Acho q seria furta-cor! Todas as cores juntas!

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Inovadora, criativa, atenta a detalhes, exclusiva.

1 – Nome: Raphaela Marques Brasil

2 – Idade: 24 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Pendotiba, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Saio com os amigos, vou à praia, ao cinema ou viajo!

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Costumo ir a lanchonetes, tipo Compão!

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim pelo menos uma vez ao mês! Adoro filmes para criança... No mais depende muito do dia e do meu humor pra escolher o estilo de filme! Na TV amo seriados e desenhos! Vejo muito jornal, mas só pra saber das notícias, entende?

8 – Você gosta de moda? Gosto sim!

9 – O que é moda para você? Acho que é sinônimo de tendência!

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Mais básica! Gosto de não me preocupar muito com combinações, na verdade me irrita ter que me preocupar com isso... Por isso evito! Aí as básicas são mais fáceis!

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Sim. Pela qualidade da roupa, mas não por status! Se tem uma roupa sem marca com um tecido bom eu compro sem problemas!

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Costumo, mais pelo preço do que por gostar!

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim e já comprei! Tudo pelo preço... Gosto de pegar na roupa pra comprar, mas me rendi a internet pelo preço mais em conta! Outra vantagem é não ter vendedoras chatas! Confesso detesto vendedoras!

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Bom preço e ter a pesquisa das peças facilitada!

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim e sempre compro também... Adoro brechós!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Uma loja sem vendedoras me enchendo o saco e organizada por cor e com preços a vista!

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Alívio. Me sinto muito pressionada por vendedoras... Com os preços de fácil acesso seria menos dependente delas!

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Gosto de fazer compras sozinha! Sou muito indecisa e sempre acho que a pessoa comigo esta impaciente de eu entrar em muitas lojas!

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Seria ótimo não me preocupar com o preço alto, perderia menos tempo! Acho que Compraria mais vestidos, são mais fáceis de usar e práticos!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Praticidade. Estar a vontade com a roupa é fundamental

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria um homem. Eles são mais práticos. Iria à lugares abertos... Sem muita muvuca!

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Rodrigo Hilbert. Ele é básico e está sempre muito bem!

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Marfim. Gosto de cores mais claras!

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? São roupas claras, leves, Feitas de um bom tecido e são simples, básicas e confortáveis!

1 – Nome: Rayane Jacques da Silva

2 – Idade: 21 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Fonseca, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Saio para jantar com os amigos, vou ao cinema e ao teatro, viajo.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Outback, Queen, Combinado, La Mole. Gosto muito de massa.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim. Prefiro comédia e comédia romântica. Não assisto muito TV, mas gosto de seriados como Revenge.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? É uma forma de expressão da minha personalidade, do meu gosto. Acredito que também seja um código de pertencimento a algum grupo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Básico, casual.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Gosto de roupas de marca, mas esse não é o fator decisivo para a compra. Gosto de roupas de qualidade e se encontro algum item assim em lojas de departamento ou de marcas pouco conhecidas, compro assim mesmo. Só compro roupa de marca se gosto de verdade e considero o preço justo.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, mas não com frequência. Costumo comprar capas e acessórios pra celular, relógios e bolsas. Acho muito interessante e cômodo.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim, mas só se já tivesse comprado na loja física. Fico insegura quanto às medidas.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Bom preço e relacionamento com o cliente.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Não gosto muito da ideia de comprar roupa usada. Acho que não compraria.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Dress to.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, porque gosto muito do estilo e das estampas da marca. Sou muito chata com estampas. Nunca gosto de nada, mas as estampas da Dress To são sempre lindas. A modelagem das roupas também é um diferencial. Sou baixinha e o tamanho P da marca cabe perfeitamente em mim. Em outras lojas, a P costuma ficar grande e eu preciso fazer ajustes.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Eu estou com meu noivo. Ele me conhece muito bem, tem paciência e é antenado com a moda, então é sempre uma boa companhia para compras.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos. Amo vestidos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Eu preciso me sentir bem comigo mesma, preciso me sentir segura, seja para ir ao trabalho ou sair com os amigos.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Seria uma mulher, morena, altura mediana, magra (mas não esquelética), bem-sucedida, feliz consigo mesma, ela frequentaria praias e bons restaurantes.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? A Gisele Bündchen. Essa resposta pode parecer óbvia, mas não consigo pensar em outra pessoa. Gosto da Gisele porque mesmo em meio a todo aquele glamour das passarelas e campanhas, no dia-a-dia, a moda dela é simples, é a expressão de sua personalidade (família, ligada à natureza, humilde).

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? É uma marca jovem, a cara do Rio, que aposta nas cores, nas estampas e na variedade de tecidos. Suas lojas são lindas e convidativas.

1 – Nome: Rebecca Oliveira Mendes de Souza

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Ingá, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Escuto musica, vejo filmes e leio.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Manjerição e Big Point. Pizza.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim. Comedia romântica e alguns de aventura. Raul Gil.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Um jeito de se expressar através da roupa.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Clássico.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Sim, porque na maioria das vezes, a qualidade e a garantia é melhor.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não. Acho legal, mas tenho medo de comprar e não chegar.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, porque tenho medo de vir com defeito e os procedimentos de trocas costumam ser mais burocráticos.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Organização, fácil acesso e aparência agradável.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Maria Filó, a loja dos meus sonhos.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Muita felicidade, porque é uma ótima loja.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Tem alguém comigo. Minha amiga.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Sapato e vestidos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Pessoas elegantes, porquê elas demonstram segurança.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher. Altura ideal, cabelos longos e castanho claro, morena e com um belo sorriso; uma pessoa determinada, simpática, amiga, simples e alegre. Cinema, casa de amigos, livrarias, shopping e praia.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Kate Winslet.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Rosa queimado.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Uma marca que nem todos tem acesso, pois é cara; tem um estilo próprio de suas roupas; roupas pouco chamativas.

1 – Nome: Renata Rodrigues

2 – Idade: 36 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Santa Rosa, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Viajo, assisto filmes, passeio em locais onde existe natureza em abundância.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Vou a restaurantes diversos. Gosto de experimentar. Mas não abro mão da minha própria comida, feita sem conservantes.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Prefiro teatro. Em Niterói, temos apenas uma opção de cinema... E é bem ruim, por isso, gosto de assistir aos filmes em casa. Drama, romance, Cult, históricos... Gosto de filmes bem feitos, bons roteiros, boas fotografias, com mensagens consistentes. Na TV, vejo bastante o canal GNT, Casa Brasileira, Decora, Tempero de Família... Também GLOBOSAT.

8 – Você gosta de moda? Gosto, mas não consumo.

9 – O que é moda para você? É o reflexo social, econômico e cultural de uma sociedade, ou um grupo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Confortável, de muita qualidade e com um preço razoável.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não. Não consumo. Compro o que preciso, porque me falta ou para compor com algo que já tenha, e não, porque tem um nome pendurado na peça.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não compro online. Penso que essa forma de comprar é muito insegura. Compro por telefone, mas via site, não.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não compraria roupas online. Gosto de sentir o tecido, ver o acabamento, vestir para perceber como fica em mim.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Precisa ser organizada. Especificar produto, preço, tamanho, material de que a roupa é feita. Oferecer possibilidade de troca, caso o produto não esteja de acordo com o esperado.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim. Compro com uma amiga, mas porque eu a conheço.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Cantão.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Sinto-me tranquila. Porque gosto do estilo das roupas e conheço a qualidade das peças.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estaria sozinha.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. O que me inspira é meu estado de espírito. Às vezes, estou preocupada, mas me liberto ao me vestir.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher. Seria magra, forte, de personalidade também forte. Livre. Ela vai aonde desejar, mas acredito que procuraria locais que a enriquecessem.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Não penso em ninguém.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Branco. Muitas possibilidades...

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Roupas coloridas, leves, de cortes diferenciados. Muito linho, muito algodão... Conforto, alegria e liberdade sempre!

1 – Nome: Renata Lemos de Lima Valeriano

2 – Idade: 33 anos

3 – Escolaridade: Pós-graduada

4 – Onde vive: Tijuca, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto muito de ir ao shopping com o meu marido para passear, ir ao cinema e comer algo depois. Costumo ir a shows de música também.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Adoro comida japonesa! Gosto de restaurantes que tenham rodízio de comida japonesa pra poder comer bastante! Gosto bastante do Outback e semelhantes também como o The Fifties, Joe & Leo's, etc., onde peço costela com molho barbecue. Na verdade, como de tudo. Gosto também de massas e frutos do mar. Costumo ficar variando.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Gosto muito dos dois, mas costumo ir mais ao cinema. Adoro teatro, mas ainda acho o preço um pouco caro para ir com frequência. Gosto muito de comédia, drama e suspense. Detesto filme de terror e não sou muito chegada a romance... Não gosto de novela, costumo assistir mais seriados. O último que acompanhei foi "Breaking Bad" e adorei! Gosto muito também de "Game of Thrones" e "The Walking Dead" (que é o máximo de "terror" que consigo assistir!).

8 – Você gosta de moda? Gosto de me vestir bem, mas não me preocupo muito com o que está "na moda" não. Visto o que eu gosto / acho bonito. Se estiver na moda tudo bem.

9 – O que é moda para você? Na minha opinião, a moda "consumista", digamos assim, é uma certa imposição de estilos estipulados por determinadas marcas. Tais marcas determinam o que é "tendência" ou não para os períodos do ano, lançando coleções. Algumas pessoas seguem tais tendências fielmente para se enquadrarem ao padrão estabelecido pela indústria da moda. Porém, pra mim, moda é mais que isso. Moda nada mais é que externar de certa forma a sua personalidade,

o seu estilo próprio e o seu jeito de ser por meio da indumentária, sem se preocupar com opiniões alheias ou padrões definidos.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Não tenho um estilo único. Vai muito do dia, de como eu acordo, do humor. Tem dias em que estou com vontade de me arrumar e tem outros que coloco qualquer roupa e saio. Tenho fases também. Tem vezes que estou mais pro rock, mais pra vintage, mais romântica... Varia.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, nem um pouco. Compro o que eu acho bonito, estiloso. Se for a uma loja de marca e considerar um preço justo ou não tão caro, compro. Se for caro, avalio se vale a pena o investimento. Mas compro sem problema nenhum em C&A, Renner, até em camelô eu compro se achar a peça legal.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Compro bastante, mas roupa nem tanto. Prefiro experimentar na loja. A não ser que sejam roupas que não tem muito como dar erro, tipo alguns modelos de saia e blusa. Calça e vestido eu sempre gosto de experimentar na loja física. Geralmente confio nos estabelecimentos onde compro online. Nunca tive problemas com este tipo de compra.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Sim. Como expliquei acima, dou preferencia a determinados modelos de roupa que costumam não dar muito erro ao vestir. Já outros eu ainda prefiro experimentar para garantir um bom caimento.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Boa apresentação dos produtos, site com design agradável e boa navegabilidade. Bom detalhamento do produto com definição do tecido, medidas, etc.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim, compraria. Mas a boa conservação do produto conta muito pra mim.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Farm.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Tranquilidade. Vou despretensiosamente, experimento o que gostar... Sem pressa, sem pressão...

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Prefiro comprar roupas sozinha para decidir com calma. Fico incomodada ao saber que tem alguém me esperando. Prefiro ir ao meu tempo sem incomodar ninguém.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos. Às vezes tenho que me forçar a comprar outras coisas senão acabo comprando só vestidos. Gosto muito!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Como já mencionei, gosto de andar bem vestida. No dia a dia nem tanto, mas nos finais de semana sim. Não sei o motivo. Gosto de me sentir bem para estar com as pessoas que gosto, meu marido... Acho que auxilia bastante também na autoestima.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher. Admiro pessoas que tenham o estilo mais alternativo. Para mim, geralmente as roupas costumam ter um bom caimento em pessoas com o biótipo magro. Admiro também pessoas inteligentes, que se interessem por arte, design e boa música, frequentadores da Lapa e Zona Sul do Rio de Janeiro.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Talvez a Fernanda Lima. Pelo pouco que a acompanho na mídia, percebo que no dia a dia ela anda um pouco mais despojada e está muito bem arrumada em eventos sociais, quando as situações pedem algo mais incrementado. Além de sua beleza contribuir bastante para que a maioria das roupas fique bem apresentável.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto. Para mim é uma cor clássica, que combina com tudo, elegante, etc.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Farm, a loja física me atrai com o seu design de muito bom gosto. Também gosto muito do estilo das roupas que creio que seja inspirada no jeito de ser do carioca, praia... O caimento das roupas é muito bom.

1 – Nome: Sarah Monteiro

2 – Idade: 19 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior Incompleto (Cursando)

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Costumo sair com amigos nem que seja para dar uma volta na praia, comer alguma coisa na rua ou assistir um filme juntos. Nada de baladas. Prefiro coisas mais íntimas, é mais divertido.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Amo massa e comida japonesa, então já fui inúmeras vezes almoçar no restaurante Spoleto ou Sushi Loko. Mas para uma coisa rápida com os amigos topo qualquer lanchonete fast-food que existe.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Não costumo ir ao teatro assistir peças devido à falta de costume mesmo, não de interesse. Mas me apresento na dança todos os anos. Amo ir ao cinema e assistir filmes em casa mesmo, assisto sempre. Não gosto muito do estilo besteiro e detesto filme de terror, até curto bastante comédia, mas o que toma minha empolgação são os filmes interessantes, com uma história significativa e diferente da minha realidade de vida, em outras palavras, drama e romance (os dignos de terem essa categoria). Programas de TV estão na mesma vibe pra mim, gosto de séries de vários tipos, “lights”, comédia, policial, médicos, drama, mas a minha preferida é a britânica “Downtown Abbey” cuja entrada e trilha sonora me fazem arrepiar toda vez que assisto. Sem exceção.

8 – Você gosta de moda? Bom, sempre respondi pra mim mesma que sim. Mas quando olho para outras meninas percebo certa diferença entre nós.

9 – O que é moda para você? Para mim, moda é uma tendência na qual todo mundo está usando. Pode ser feia ou pode ser bonita, ela sempre vai e volta, mas independente disso as pessoas entram nela.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Se for pra resumir em uma palavra, eu digo casual. Mas ela varia bastante dependendo das circunstancias, não tenho um estilo marcado. Me visto normal.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. No nível normal, sim. Tenho várias roupas sem marca ou de uma marca considerada “pobre” mas amo (e tenho) roupas bonitas e de qualidade de marca e vamos combinar, que até elas deixam a desejar, então imagina comprar só roupa vagabunda. Mas nunca morri por marca nenhuma, inclusive nunca sei o nome de nenhuma delas, eu ganhei uma blusa da Hollister há dois anos e as pessoas brincavam comigo como se estivesse sendo metida, mas eu nem sabia o que era Hollister ou Arbercrombie.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Nunca fiz, tenho muita vontade, mas não tenho meu próprio cartão de crédito então nem rola. Até tive um medinho momentâneo de comprar via internet, mas passou em 10 segundos, talvez seja porque não seria meu cartão e sim o da minha mãe, mas de qualquer maneira as pessoas tem que tomar cuidado com certos sites, pesquisar bastante.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não. Um motivo simples: Não dá pra provar.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Geralmente fotos de roupas lindas sempre chamam atenção das mulheres, inclusive a minha. Mas pra me fazer pensar em querer comprar tem que ser algo que eu realmente quero, um desejo de consumo. No meu caso, roupas e material de ballet são meu ápice de desejos consumistas. Pena que fica só no desejo mesmo, pois é tudo muito caro.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim, com certeza! Sempre sonhei com esse dia, mas ele nunca aconteceu. Porém se for pela internet tem que ser muito barata mesmo, porque a garantia de que vai caber em mim não existe.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Essa é difícil. Meu gosto é muito chato e difícil, nunca tive AQUELA loja que eu amo, mas acho que seria Shop 126 ou Cantão, pois sempre vejo coisas que eu gostaria de comprar e não posso!

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Um pouco de cada, qualquer um ficaria feliz por ter condições de realizar seus sonhos consumistas e ficaria um pouco ansiosa na hora da escolha dos produtos, se pudesse comprar qualquer coisa, com certeza. Mas não sei quanto ao alívio, seria algo muito passageiro se acontecesse. Um dos motivos de não querer me entregar nunca aos consumos exagerados mesmo que um dia seja rica, esses sentimentos passageiros obrigam a ter um ciclo de consumo destrutivo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Sozinha nunca! Nunca fiz compras sozinha e nunca nem tinha imaginado essa

possibilidade, acho que a companhia faz muita diferença. Minha vó (que moro junto) que sempre fez as compras de roupas comigo.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos com certeza. É o que eu mais uso e mais gosto.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acho que simplesmente a aparência como fico naquela roupa, a beleza de uma forma geral, não só minha com o produto, mas da vida, e isso reflete em como me visto. Roupa também é comunicação, você está dizendo algo quando veste aquela determinada roupa, e percebi que isso varia bastante em mim. Parece algo muito profundo para um assunto tão superficial como roupas, mas mudo meu modo de vestir (mesmo que bem sutil e de uma forma que ninguém perceba), de acordo com as mudanças que vou tendo na vida e em mim.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher com toda certeza. Com características físicas bonitas e agradáveis aos olhos de todos, super elegante e de personalidade marcante e controladora. (É assim a definição de moda). Ela frequentaria lugares onde tem muitas pessoas e não falo de baladinhas, mas lugares de nível mesmo. “Eventos de rico”. Me vem à mente a personagem Miranda de “O Diabo veste Prada”;

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Só consigo pensar na Miranda Priestley mesmo. É uma personagem fictícia, mas que todos conhecem. Para mim ela é a definição de moda em pessoa. Se tratando da vida real, acho a princesa Kate um ícone de elegância. Não me visto de forma tão formal, pois não sou uma princesa nem moro num lugar frio, mas se eu fosse seria como ela. Só que mais criativa, estudo artes então não adianta querer cortar minhas veias artísticas.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Primeira imagem que me veio, foi preto com detalhes dourados. E um branco pra dá uma quebrada. Uniforme da moda na minha concepção. Não é UMA cor, mas vamos fingir que é.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Vamos lá, as marcas que eu mais gosto geralmente tem tecidos mais sensíveis, suaves e finos. Também chamado de caros. Mas a gente pula essa parte. Tem muitos detalhes e, ao mesmo tempo em que são trabalhadas, são simples, ou seja, podem passar simplicidade, mas não são um pedaço de pano reto, existe um desenho diferente e alguma originalidade nos detalhes que me fazem querer compra-las.

1 – Nome: Sarah Ribeiro do Nascimento Santos

2 – Idade: 18 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Icaraí, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Quando estou sozinha, me divirto vendo séries, jogando videogame ou lendo algum livro legal. Com os meus amigos eu curto ir ao cinema, à praia ou sair pra comer.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Gosto de comer coisas não muito saudáveis e isso geralmente envolve milk-shake e batata frita. Frequento as redes de fast-food mais clássicas tipo Bob's e McDonalds, mas sempre que posso dou um pulo no Outback, Balada Mix ou Bibi Sucos. Ah, e por mais que seja “hipster”, tenho um fraco pela Starbucks.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Vou ao cinema sempre que posso, mas não costumo ir ao teatro por mais que ache um programa muito legal. Gosto de filmes de suspense e ação e não consigo deixar de ver qualquer filme de super-herói que apareça por aí. Na TV eu curto séries americanas das mais variadas, de Gossip Girl e How I Met Your Mother até Law & Order e The Good Wife.

8 – Você gosta de moda? Sim. Por mais que muitas pessoas vejam moda como algo fútil, eu acho interessante lúdico e muitas vezes artístico.

9 – O que é moda para você? Pra mim moda tem a ver com estilo, imagem. O jeito como alguém se veste, seu corte de cabelo, a decoração do seu quarto/casa, tudo isso é moda.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Gosto de roupas confortáveis, mas que tenham personalidade. Normalmente procuro combinar peças mais básicas com outras mais divertidas. Tipo Jeans e uma blusa que tenha um corte diferente ou uma estampa moderna e engraçada.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Sim. E, mais uma vez, muitas pessoas consideram isso fútil, porém eu não compartilho dessa visão. Além de uma marca passar uma ideia geral sobre as peças que vende (o que facilita minha vida quando eu posso procurar determinados tipos de roupas em lojas que tenham aquele estilo) também vejo muita relação com a qualidade. Gosto de boas marcas não pelo nome na etiqueta, mas pelos bons produtos (bonitos e duráveis) pelos quais a marca se tornou conhecida.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, compro livros, DVDs, aparelhos eletrônicos e acessórios online. Acho extremamente prático, pela ampla possibilidade de pesquisa, rapidez e facilidade de compra.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Talvez. Eu já quase comprei roupas online diversas vezes, mas nunca cheguei a de fato comprar. Por mais que eu compre diversos outros produtos pela internet, o caimento das roupas me preocupa muito. Em geral são oferecidas diversas informações detalhadas sobre as peças como material de fabricação e todos os tamanhos bem especificados, mas eu sinto a necessidade de experimentar as roupas antes de comprá-las.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Quando eu procuro uma loja virtual ela tem que ser organizada e esteticamente agradável. Gosto de ter uma navegação fácil com opções claras e categorias separadas. Acho muito úteis ferramentas busca dentro do próprio site e fotos diversas dos produtos vendidos são essenciais. Além disso, gosto muito dos clássicos espaços para comentários onde eu possa acompanhar a experiência de compra de outros consumidores.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Certamente. Não vejo problema algum. Inclusive acho uma ótima opção para adolescentes que, em geral, não têm muitas fontes de renda, mas têm o desejo de possuir roupas bonitas e de boa qualidade. Pra mim segue o mesmo princípio de pegar uma roupa emprestada com uma amiga ou irmã mais velha.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Gosto de lojas espaçosas com espelhos, boa iluminação, lugar pra sentar e roupas bem distribuídas pela loja. Não gosto de espaços muito pequenos ou da impressão de muitas roupas entalhadas num canto.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Eu sinto muitas coisas. Fico feliz quando encontro roupas que me agradem, ansiosa se não acho meu número ou se as roupas não me servem bem, entusiasmada se as vendedoras me tratam bem e parecem interessadas em me ajudar a achar o que procuro e às vezes um pouco culpada se gasto demais.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Não costumo fazer compras sozinha. Gosto muito da companhia da minha mãe, mas temos estilos muito diferentes, então, provavelmente, estaria fazendo compras com uma ou duas amigas.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Gosto muito de comprar roupas (principalmente blusas e vestidos) e acessórios (pulseiras colares e brincos que deixem o visual mais divertido ou sério, que ajudem compor exatamente o visual que eu busco).

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Por mais que eu me mantenha fiel ao meu estilo mais básico e confortável, também gosto de me divertir me vestindo. Gosto de ver revistas de moda e me inspiro muito em seriados de TV, além de acompanhar diversos blogs de moda que costumam trazer ideias diferentes e criativas. Não uso absolutamente tudo que é tendência, mas se vejo alguma coisa legal e que chame a minha atenção procuro testar e ver como aquela ideia poderia funcionar dentro do meu próprio estilo.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Acredito que seria uma mulher. Por mais que os homens venham se mostrando cada vez mais preocupados com a sua aparência, as mulheres ainda dominam o mundo da moda e têm mais opções de peças, grifes e estilo disponíveis, além de maior liberdade e aceitação social pra “brincar” com a moda. Eu imagino uma mulher linda, de 20 e poucos anos, em plena forma física, com cabelos longos lisos e perfeitos, do tipo que transpira autoconfiança e atrai a atenção de qualquer pessoa por perto com seu jeito extrovertido e interessante e frequenta as melhores festas bem como as melhores lojas e restaurantes.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? A Taylor Swift tem um estilo muito interessante. Ela combina tendências ao seu jeito meigo e romântico, e consegue estar bem vestida na rua, de jeans e camiseta, tanto quando no tapete vermelho com algum vestido que seja puro glamour. Ela é jovem, bonita e confiante. Moderna sem deixar de lado seu estilo pessoal.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto. Não tem nada tão clássico e ao mesmo tempo tão moderno quanto o “pretinho básico”. Black is the new Black.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita?

Não sei se tenho uma marca específica pra chamar de “minha favorita”, mas eu gosto de marcas que combinem tendências e praticidade. Gosto de encontrar estampas divertidas em peças clássicas. Procuro novidades das passarelas em peças que eu possa usar na rua sem medo de ser feliz. Prezo muito por roupas que sejam de boa qualidade e duráveis (entro na loja procurando uma roupa que eu tenha vontade de usar todo dia e que dure pra sempre, ou quase isso). Então, podemos dizer que as roupas da minha marca ideal são duráveis, divertidas e práticas.

1 – Nome: Stephanie Machado Cordeiro Pereira Medeiros

2 – Idade: 20 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Icaraí, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Gosto muito de ir ao cinema, sair com os amigos, conversar, ouvir música, entre outras coisas.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Eternamente apaixonada por comida japonesa, mas também adoro carnes no geral, como a maioria das coisas... Também gosto de massa, mas ainda sim nada supera comida japonesa! Não tem nenhum restaurante que eu frequente bastante, se tiver o tipo de comida que eu gosto, está valendo.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV?

Não tenho muito costume de ir ao teatro, atualmente por causa do estágio estou com menos tempo, mas amo cinema. Gosto de filmes de ação, romance, ficção, mas amo mesmo os relacionados à investigação, coisas do tipo. Gosto um pouco de TV, adoro séries e desenhos, principalmente se forem relacionados a mistério e investigação.

8 – Você gosta de moda? Sendo sincera, não ligava muito para moda, mas com o estágio e por estar um pouco mais velha, comecei a me interessar mais pelo assunto.

9 – O que é moda para você? Moda é não só ficar bonita ou combinar as roupas. É acima de tudo, um modo de expressar sua opinião, mostrar a sua personalidade, seu jeito de ser e suas preferências. Não deixa de ser também um modo de exercer a própria liberdade usando o que gosta.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Então, saí um pouco do estilo que eu tinha, andava de calça jeans e tênis quase sempre, até porque usava bastante na época da escola, e na faculdade dava para ir vestida assim também. Mas comecei a estagiar e, de certa forma amadurecer um pouco no quesito moda, agora tenho dois tipos de roupas, as de sair (mais arrumadas) e as do estágio (mais pra sociais). Só tem sido meio complicado porque acabo focando bastante no estágio, assim tenho q ficar de olho pra não ficar só com roupas sociais no armário.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não é importante a marca. Não é importante que a marca seja famosa para ser boa ou ter roupas bonitas, dou preferência para comprar nas que gosto e conheço, não por serem famosas, mas por serem do meu gosto.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não compro online, não que eu não queira ou que seja contra, acho interessante e bem prático, às vezes quando não estou fazendo nada vejo sites de roupas ou de acessórios, é mais fácil do que passar por várias lojas. O principal motivo é que na minha casa ando sem internet e ainda não teria ninguém para receber, caso comprasse algo pela internet.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Compraria, tendo loja física seria melhor, só que, caso gostasse de alguma roupa, compraria sim online.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Acho que organização dos itens no site é o principal, os outros atributos ou características só somariam pontos, na minha opinião. A separação das peças, em setores (tipo: calças, saias, blusas...) e alguns detalhes das peças (tamanho e cor).

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim, e inclusive já comprei.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Uma loja normal, desde que tenha roupas que eu goste e me chame atenção. Não tenho um ideal de loja em mente, nada que seja muito diferente do que são normalmente, as roupas que considero como diferencial.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Seria mais sensação de felicidade e tranquilidade, porque moda/comprar roupas tem que ser algo que goste, você tem que se sentir bem e satisfeita com o que comprou, sobretudo feliz.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Com alguém, acompanhada. Provavelmente ou minha mãe ou minhas amigas estariam comigo.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Acho que compraria tudo, gosto de calças, sapatos, blusas e principalmente acessórios.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta Não tem algo em específico que me inspire, acho que quando vejo alguém se vestindo "bem" acabo pensando mais sobre roupas.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher, sem características específicas, mas que sabe se vestir e se portar, alguém que transmite sua personalidade, sempre de forma suave e se destaca naturalmente, independente do local que frequente.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Não existe ninguém que pense que pudesse ser a moda personificada, muitas atrizes se vestem bem... Ninguém específico em mente.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Com roupas bonitas, confortáveis e que combinem comigo, são os principais fatores que considero importantes.

1 – Nome: Tais Guimarães

2 – Idade: 24 anos

3 – Escolaridade: Pós Graduação

4 – Onde vive: Barra, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Passeios ao ar livre, cinema, shows.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Restaurantes de comida brasileira

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim, ao cinema e teatro. Gosto de ação, comédia e cinema nacional. Séries americanas, Programa de Variedades como Multishow ou GNT.

8 – Você gosta de moda? Sim.

9 – O que é moda para você? Moda é o que você usa para se expressar, e que se reflete em roupas e estilo de cabelo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Casual, romântico e moderno.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Nem sempre. Existem meios de se “estar na moda”, sem gastar com marcas grandes e populares.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, e acho que é uma das formas mais práticas de se fazer compras.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não, pois acho complicado “imaginar” se a roupa ficaria bem em mim. Mas sou a favor de comprar acessórios online.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Teria o desafio de conseguir provar que a roupa ficaria bem em mim, mesmo sem eu experimentá-la.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Sim, sem problemas.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Ecletic.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Identificação, talvez por achar que as roupas me representam de alguma maneira.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estaria sozinha.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Vestidos, saias, blusas e sapatos.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta Acredito que a inspiração vem de você, daquilo que te faz se sentir melhor.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Uma mulher, com características físicas de uma “mulher normal”, com celulites e gordurinhas extras. Ela iria ao seu trabalho dos sonhos, aos restaurantes badalados e também a locais comuns.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Audrey Hepburn.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Despojada, casual e trend setter.

1 – Nome: Taís dos Santos Vianna

2 – Idade: 22 anos

3 – Escolaridade: Ensino superior

4 – Onde vive: Nova Iguaçu, Rio de Janeiro.

5 – O que você faz para se divertir? Em casa me divirto com livros, seriados e filmes. Na rua, com a família, o namorado ou os amigos. Gosto de frequentar barzinhos e restaurantes, além de cinema, teatro e shows (com menor frequência).

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Pizzarias ou restaurantes com pratos mais variados. Gosto de pedir pizza, massas, frutos do mar ou alguma carne com acompanhamentos.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Sim, mas vejo mais filmes em casa e não tenho ido ao teatro com tanta frequência quanto gostaria. Adoro comédias românticas e quando quero variar o tema opto por dramas ou suspenses. No quesito seriados os temas variam mais, só não assisto nada de terror. Não assisto a muitos programas de TV, mas sempre que posso vejo o Saia Justa, da GNT e programas de moda e beleza do mesmo canal.

8 – Você gosta de moda? Gosto em termos, porque não tenho paciência para ler revistas analisando desfiles e não me visto com as últimas tendências. Mas curto saber aqueles “do’s and don’ts” e julgar os “looks” de maneira inteiramente subjetiva, na base do gosto/não gosto.

9 – O que é moda para você? Pergunta difícil. Acho que envolve referências culturais, porque a moda diz muito sobre um lugar e sobre o momento da sociedade, e também envolve como a pessoa se vê e se mostra para o mundo. Acredito totalmente que a forma como nos vestimos influencia positivamente ou negativamente a forma como os outros nos veem.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? O mais básico/prático possível – porque não sei me comportar com roupas que não sejam confortáveis e/ou exijam uma postura mais elegante – e infelizmente nada bem montado, porque não sei combinar peças ou acessórios e mesmo tendo anos de leituras de revistas e blogs tenho medo de arriscar coisas novas.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não é. Já foi importante na adolescência, mas como meus pais não me deixavam comprar nada caro para não incentivar meu lado consumista, isso deixou de ser importante. Hoje que administro o (pouco) dinheiro que ganho, não tenho coragem de comprar roupas, sapatos ou bolsas pelo triplo do preço apenas por causa da marca. Mas há a questão de comprar itens de qualidade que duram mais – e aí não incluo apenas roupas, sapatos e bolsas. Nesse caso, quando sei que o número de vezes que vou usar aquele produto compensa o preço, não vejo problema em pagar mais caro. Marca para mim está mais relacionada à economia (posso arcar com esse preço? Tem um produto similar com custo benefício melhor?) do que desejo.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Sim, adoro fazer compras online porque posso pesquisar preços e, em grande parte das vezes, comprar mais barato do que na loja física – sim, tenho pena de gastar dinheiro, rs. Acho incrível comprar online pela já mencionada possibilidade de pesquisar preços com facilidade, pela comodidade de comprar a qualquer hora do dia e sem sair de casa e também porque ali mesmo você consegue ter todas as informações sobre o que está comprando, desde as especificações do produto até a avaliação de outros consumidores sobre o mesmo e a loja. Sem falar que a sua compra chega em casa, o que é maravilhoso quando se trata de produtos grandes que precisam de transporte específico.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Nunca comprei roupas online porque ainda não temos um sistema de numeração confiável no Brasil. E também porque não confio na minha própria numeração e medição para comprar em sites estrangeiros.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Pelos motivos citados acima, não me interessa por lojas virtuais de roupas. Mas respondendo a sua pergunta, a loja precisaria ter, além de um design atrativo, bons produtos, preço justo e informações sobre peça, como tamanho, medidas em centímetros, tecido utilizado e muitas fotos com uma modelo (informar o manequim e as medidas da modelo para dar uma ideia ao consumidor) mostrando detalhes da peça. Um diferencial seria mostrar a peça em um look montado com outras peças do site para ajudar pessoas que assim como eu não sabem combinar as coisas.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Talvez sim. Mas com o cuidado de ser em uma loja confiável e podendo conferir a qualidade da peça.

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Não tenho uma loja preferida, então é difícil me imaginar em uma específica, mas gosto daquelas em que posso passear entre as araras sem ser incomodada e ter a ajuda do vendedor somente no provador, caso eu precise de auxílio para fechar algum zíper ou mesmo de uma opinião/informação sobre a roupa.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Sinto alegria ao passear pelas araras e ver uma roupa legal e com um preço bacana e um misto de felicidade e alívio quando eu a experimento e gosto do que vejo.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estou sozinha andando pelas araras, mas tenho companhia no provador, da minha mãe, irmã ou amiga dizendo se a peça ficou legal em mim ou não.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios?). Sapatos!

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Revistas, blogs e pessoas cujo estilo eu admiro, sejam elas celebridades ou pessoas com quem eu convivo.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Difícil! Pensei em uma gerente de onde eu estagio que eu acho super elegante, mas dizem que ela já foi modelo, então provavelmente estou sendo influenciada inconscientemente pelo padrão vigente. Ela já é mais velha, tem uns 40 e alguns anos, é alta e magra (dentro do peso normal para a sua estatura), é elegante sem fazer esforço (mantém a postura até sentada e digitando no computador) e se veste muito bem, com combinações que eu julgo bem pensadas e que condizem com sua idade e cargo. Creio que ela frequente restaurantes refinados, entenda de vinho (gente elegante sempre entende de vinho) e viaje para lugares nada clichês (EUA, Paris e Londres são lugares clichê na minha opinião).

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Não consigo pensar em uma só pessoa da imprensa que personifique a moda.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Alguma cor entre rosa e vermelho.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Não tenho marca de roupas preferida, mas repetindo parte do que disse antes, qualidade bacana, bom gosto e bom preço são os fatores chave para que eu escolha onde vou comprar minhas roupas.

1 – Nome: Thássia Gloria

2 – Idade: 19 anos

3 – Escolaridade: Ensino Superior

4 – Onde vive: Centro, Niterói.

5 – O que você faz para se divertir? Costumo ir a bares com meus amigos e festas.

6 – Que restaurantes costuma frequentar e o que gosta de comer? Não tenho preferencia com restaurantes e nem com comidas, não sou uma pessoa tão fresca quando se trata disso. Mas gosto muito de camarão.

7 – Costuma ir ao cinema ou teatro? Qual seu estilo de filmes favorito? E programas de TV? Ao cinema sim, mas ao teatro, não. Prefiro os filmes de comédias e comédias românticas. Não sou muito de ver TV, mas quando assisto só vejo Disney e Nick.

8 – Você gosta de moda? Gosto.

9 – O que é moda para você? Acho que pra mim, moda é você se sentir confortável e confiante com aquilo que esta vestindo.

10 – Qual é o seu estilo de roupa? Não tenho um estilo, e não acredito que alguém tenha, acho que as pessoas vestem aquilo que elas estão a fim de usar no dia.

11 – Marca é importante para você? Explique sua resposta. Não, eu acredito que se você gostar da roupa, mesmo ela sendo de um brechó, você vai comprar e pronto, a roupa tem que agradar você.

12 – Costuma fazer compras online? O que pensa sobre isso? Não. Eu não acho uma coisa muito boa comprar roupas pela internet, imagina se não couber em você? E também tem o prazo de entrega e tudo mais, às vezes vale mais a pena andar pelo shopping e procurar a roupa.

13 – Compraria roupas online? Por que sim ou por que não? Não mesmo! Porque eu fico com medo da roupa não entrar em mim e/ou de não chegar.

14 – O que uma loja virtual de roupas precisa oferecer para chamar a sua atenção? Frete barato.

15 – Você compraria uma roupa usada se ela fosse de ótima qualidade, bem cuidada e tivesse um bom preço? Com certeza!

16 – Se imagine fazendo compras em uma loja de roupas. Que loja seria essa? Victor Hugo.

17 – O que você sente ao fazer compras nessa loja (felicidade, ansiedade, alívio)? Por quê? Felicidade, porque é tão bom poder olhar aquelas roupas com luz própria e saber que você pode comprar.

18 – Você está sozinho ou tem alguém com você? Quem estaria fazendo compras com você nessa loja? Estou com minha mãe, porque odeio comprar roupas sem a opinião dela.

19 – Você tem créditos ilimitados nessa loja, qual produto você mais compraria (camisas, calças, sapatos, acessórios)? Bolsas, definitivamente.

20 – O que inspira você para se vestir? Explique sua resposta. Acho que atrizes me inspiram bastante. Ver aquilo que elas vestem nas novelas, seriados e afins, é bom pra saber o que você pode usar, te dar umas ideias de looks.

21 – Se a moda pudesse ser personificada em uma pessoa, seria um homem ou uma mulher? Quais seriam as características físicas e personalidade dessa pessoa? Que tipo de lugar ela frequenta? Mulher, ela definitivamente teria uma barriga chapada, mas teria peitos e bunda, seria morena. Uma pessoa bastante feliz, animada, simpática, que frequenta todos os tipos de lugares.

22 – E se fosse alguém conhecido na imprensa, quem seria? Por quê? Britney Spears. Porque eu acho os looks dela maravilhosos, e adoro quando ela sai de casa de moletom e com um coque no cabelo e não está nem aí! Ela simplesmente se sente confortável daquele jeito.

23 – Se a palavra moda fosse uma cor, qual seria? Preto.

24 – Para finalizar, pode me dar uma breve lista de atributos da sua marca de roupas favorita? Eu não tenho uma marca de roupa preferida, acho que só pessoas ricas têm. Eu entro na loja, experimento, se a roupa não está larga demais ou apertada demais em lugares que não é para estar, eu levo!

APÊNDICE B - PRIMEIROS ESBOÇOS DO SÍMBOLO

