

6

Referencial teórico

ABRAFESTA. **A Festa Nunca Termina**, São Paulo, 2009, Disponível em: <http://www.abrafesta.com.br/noticias_091130A.html>. Acesso em: 20/07/2010.

ANDERSON, C. **The Long Tail, The, Revised and Updated Edition: Why The Future Of Business Is selling Less Of More**, Editora Hyperion, EUA, 2008

BBC. **IBGE aponta que número de internautas dobrou em quatro anos**. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/09/100908_pnad_internet_telefonia_pai.shtml>. Acesso em: 04/12/2010.

BELL, H. H. The American Moral Reform Society, 1836-1841, **The Journal of Negro Education**. v. 27, n. 1, p. 34-40, 1958.

BERQUÓ, E; OLIVEIRA, M. Casamentos em tempos de crise, 1992, **Revista Brasileira de Estudos Pop**. v. 9, n. 2, p. 155-167

BERRY, L. L. Relationship Marketing of Services: Growing interest, emerging perspectives, **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 23, n. 4, p. 236-245, 1995.

BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. **Contemporary Marketing**, 12a. edição, Thomson South-Western, Ohio, EUA, 2006.

BOYD, D.; Ellison, N. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. Michigan State University, 2007.

BRIGGS, A; BURKE, P. **Uma História Social da Mídia - De Gutemberg à Internet**. 2a. edição, Editora Zahar, 2006

BURSON-MARSTELLER. **The Global Social Media Check-up - Insights from the Burson-Marsteller Evidence-Based Communications Group**, EUA, 2010.

CHRISTENSEN, C. M.; BOWER, J. L. Customer Power, strategic investment, and the failure of leading firms. **Strategic Management Journal**, v. 17, n. 3, p. 197-218, 1996.

CNET. Survey: Do small businesses use social networking? Disponível em: <http://news.cnet.com/8301-1023_3-10374886-93.html>. Acesso em: 04/12/2010.

COMSCORE. Orkut Continues to Lead Brazil's Social Networking Market, Facebook Audience Grows Fivefold, 2010. Disponível em: <http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/10/Orkut_Continues_to_Lead_Brazil_s_Social_Networking_Market_Facebook_Audience_Grows_Fivefold>. Acesso em: 27/11/2010.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**, 2a. edição, Editora Artmed, 2007.

_____. **Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches**. Editora Sage, EUA, 2007.

DAS, K. **Relationship marketing research (1994-2006) An academic literature review and classification**, *Marketing Intelligence & Planning*, v. 27, n. 3, p. 326-363, 2009.

DENNIS A. R.; VALACICH J. S. **Rethinking Media Richness: Towards a Theory of Media Synchronicity**, 32nd Hawaii International Conference on System Sciences, EUA, 1999.

DOUBLECLICK. The 100 most-visited sites on the Web, 2010, Disponível em: <<http://www.google.com/adplanner/static/top1000/index.html>>. Acesso em: 03/12/2010.

_____. The 100 most-visited sites: Brazil, 2010, Disponível em: <<http://www.google.com/adplanner/static/top100countries/br.html>>. Acesso em: 03/12/2010.

ERICKSON, C. **Usenet as a Teaching Tool**, ACM SIGCSE Bulletin Homepage Archive, v. 25, n. 1, 1993.

EXACTTARGET. **The Social Profile - Report #3**. USA, 2010.

FERNANDES, A.; PAIS, C. **A Economia Brasileira na Década de 80: Consequências da crise da dívida externa, inflação e crise do Estado**, XXII Encontro Associação Portuguesa de história Econômica e Social, Aveiro, Portugal, 2002

FRIEDMAN, M. A Positive Approach to Organized Consumer Action: The "Boycott" as an Alternative to the Boycott, *Journal of Consumer Policy*. v. 19, p. 439-451, 1996.

G1. ACSP: 17% das empresas estão em redes sociais. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1557790-9356,00-ACSP+DAS+EMPRESAS+ESTAO+EM+REDES+SOCIAIS.html>. Acesso em: 02/12/2010.

GLESNE, C.; PESHKIN, A. **Becoming Qualitative Researchers: An Introduction**. Editora Longman, EUA, 1992.

GRONROOS, C. **From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing**. *Management Decision*, v. 32, n. 2, p. 4-20, 1994.

HARGITAI, E. Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites, **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/hargittai.html>>. Acesso em: 28/11/2010, 2007.

HARRIS, L.; RAE, A. Social Networks: The Future of Marketing for Small Business, **Journal of Business Marketing**, v. 30, n. 5, p. 24-31, 2009.

IBGE. Censo demográfico 2000. IBGE, Rio de Janeiro.

_____. Síntese de indicadores sociais 2007. IBGE, Rio de Janeiro

_____. Síntese de indicadores sociais 2009. IBGE, Rio de Janeiro

JOHN, A.; KLEIN, J. **The Boycott Puzzle: Consumer motivations for purchase sacrifice**. Management Science, 2001.

JOHNSON, D. S.; GRAYSON, K., Sources and Dimensions of Trust in Service. **Handbook of Services Marketing and Management**. Sage Publications, London, p. 357-70, 2000.

KAPLAN, A.; HAENLEIN, M. **Users of the World, Unite!** The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, v. 53, p. 59-68, 2009.

KATZ, E.; LAZARFELD, P. F. **Personal Influence, the Part Played by People in the Flow of Mass Communication**, Free Press, EUA, 1955.

KHANNA, S. **Measuring the CRM ROI: Show Them Benefits**, 2001.

KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de Marketing**, 12a. edição, Prentice Hall, São Paulo, Brasil, 2006.

_____. et al. **MARKETING 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit**, Kindle Edition, editora John Wiley & Sons, EUA, 2010.

KOZINETS, R.V.; HANDELMAN, J. M. Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology, **Journal of Consumer Research**. v. 31, p. 691-704, 2004.

LEAVELL, G. **Usenet News for Electronic Information Sharing**, SIGUCCS Newsletter, 1995.

LEHMAN-WILZIG, S.; COHEN-AVIGDOR, N. **The Natural Life Cycle of New Media Evolution**, New Media & Society, v. 6, p. 707-730, 2004.

LEVERIN, A.; LILJANDER, V. Does relationship marketing improve customer relationship satisfaction and loyalty?, **International Journal of Bank Marketing**, v. 24, n. 4, p. 232-51, 2006.

LEVY, S. Ok, Mac, Make a Wish, **Revista Newsweek**, edição 02 fev 2004, Disponível em: <<http://www.newsweek.com/2004/02/01/ok-mac-make-a-wish.html>>. Acesso em: 12/08/2010.

LILJANDER, V.; ROOS, I. Customer-Relationship Levels - From Spurious to True Relationships, **Journal of Services Marketing**, v. 16, n. 7, p. 595-614, 2002.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MATZLER, K.; HINTERHUBER, H. H. **How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into quality function deployment**, **Technovation**, v. 18, n. 1, p. 25-38, 1998.

MAYFIELD, A. What is Social Media? England, 2008. Disponível em: <http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_i_Crossing_ebook.pdf>. Acesso em: 20/11/2010.

MICK, D. G. et al, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose: Emerging and Prospective Research on the Deleterious Effects of Living in Consumer Hyperchoice, **Journal of Business Ethics**, v. 52, p. 207-211, Holanda, 2004.

NERI, M. C. **Retratos das Religiões no Brasil**. Rio de Janeiro, FGV, 2005.

NIELSEN. Global Advertising: Consumers Trust Real Friends and Virtual Strangers the Most, 2009. Disponível em: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/global-advertising-consumers-trust-real-friends-and-virtual-strangers-the-most/>>. Acesso em: 02/12/2010.

_____. What Americans Do Online: Social Media And Games Dominate Activity, 2010. Disponível em: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/what-americans-do-online-social-media-and-games-dominate-activity/>. Acesso em: 27/11/2010.

O GLOBO (Jornal). **Caderno de Economia**, edição de 11/04/2010.

OMETTO, A. M. H. et al. **Economia brasileira na década de 80 e seus reflexos nas condições de vida da população**. Departamento de Economia Doméstica da ESALQ/USP, São Paulo, Brasil, 1995.

ORKUT. Dados Demográficos. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#MembersAll>>. Acesso em: 04/12/2010.

PARVATIYAR, A.; SHETH, J. N. **Conceptual Framework of Customer Relationship Management in Customer Relationship Management - Emerging Concepts, Tools and Applications**, India: Tata/McGraw-Hill, p. 3-25, 2001.

PAYNE, A. **Relationship Marketing - Making the Customer Count, Managing Service Quality**, v. 4, n. 6, p. 29-31, 2004.

_____.; FROW, P. **A Strategic Framework for Customer Relationship Management**, American Marketing Association, v. 69, p. 169-176, 2005.

PORTER, M. E. **Competitive Strategy**, Free Press, Nova Iorque, Eua, 1980.

QUALMAN, E. *Socialnomics*, Kindle Edition, EUA, 2009.

REISINGER, D. **YouTube: 35 hours of video uploaded every minute**, CNET News - The Digital Home Blog. Disponível em: <http://news.cnet.com/8301-13506_3-20022481-17.html#ixzz16WRnqQXq>. Acesso em: 27/11/2010.

REZABAKHSH, B.; BORNEMANN, D. Consumer Power: A comparison of the old economy and the internet economy, **Journal of Consumer Policy**, v. 29, p. 3-36, 2006.

ROBERTS, T. **Are Newsgroups Virtual Communities?** SIGCHI, Los Angeles, USA, 1998.

SHETH, J. N. et al. **Evolution of Relationship Marketing**, International Business Review. v. 4, 1995.

_____.; PARVATIYAR, A. Relationship Marketing in Consumer Markets: Antecedents and Consequences. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 23, n. 4, p. 255-271, 1995.

SHIH, C. *The Facebook Era*. Editora Prentice Hall, 2a. edição (Kindle Edition), EUA, 2009.

SLATER, S. F.; NARVER, J. C. Customer-led and market-oriented: Let's not confuse the two. **Strategic Management Journal**, v. 19, p. 1001-1006, 1998.

STAKE, R. E. **The Art of Case Study Research**, Editora Sage, 1a. edição, EUA, 1995.

STÖBER, R. What Media Evolution Is: A Theoretical Approach to the History of New Media. **European Journal of Communication**, v. 19, n. 4, p. 483-505, 2004.

TRUSOV. et al. Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site, American Marketing Association, **Journal of Marketing**, v. 73, p. 90-102, 2009.

URBAN, G. L., Customer advocacy: A new era in marketing? **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 24, p. 155-159, 2002.

WALSH, B. **The Web Startup Success Guide**, editora Springer-Verlag, EUA, 2009.

WEBSTER, F. E., Jr. The Changing Role of Marketing in the Corporation. **Journal of Marketing**, v. 56, n. 4, p. 1-17, 1992.

WRIGHT, L. T. et al. Enhancing Consumer Empowerment. **European Journal of Marketing**, v. 40, p. 925-935, 2006.

WU, T. In the Grip of the New Monopolists. Wall Street Journal, edição de 13 nov 2010, Disponível em: <<http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704635704575604993311538482.html#articleTabs%3Darticle>>. Acesso em: 26/11/2010.

YIN, R. K. **Case Study Research: Design and Methods**, Editora Sage, EUA, 1989.

7 Anexos

Anexo 1 - Classificação de acessos ao Blog Casar é Fácil por país Map Overlay

Jun 7, 2008 - Jul 7, 2010



257,230 visits came from 114 countries/territories

Fonte: Google Analytics

Anexo 2 - Classificação de acessos ao Blog Casar é Fácil por cidades Map Overlay

Jun 7, 2008 - Jul 7, 2010



257,230 visits came from 2,691 cities

Fonte: Google Analytics

Anexo 3 - Classificação de acessos ao Blog Casar é Fácil por cidades brasileiras

Country/Territory Detail:

Brazil

Jun 7, 2008 - Jul 7, 2010



This country/territory sent 239,575 visits via 451 cities

Fonte: Google Analytics

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0913065/CA

Anexo 4 - Entrevista para o Jornal O Globo realizada em 28/03/2008

O GLOBO
EDIÇÃO DO DIA 28.03.2008

Emanuelle, a faz-tudo das noivas

Moradora da Zona Sul tornou-se bem-sucedida cerimonialista após criar comunidade no orkut

Por Izabel Kopcschitz
izabel.kopcschitz@oglobo.com.br

Quem diria que um sonho infantil embalaria os dias de uma pessoa adulta? No caso da cerimonialista Emanuelle Missura — que criou a comunidade virtual “Casar é fácil”, sucesso no site de relacionamentos orkut, com mais de 8.600 membros — foi exatamente o que ocorreu. Quando pequena, ela colecionava revistas de noivas e convites de casamento. Guardava tudo numa gaveta de sua mesa de cabeceira, esperando a hora em que ela se tornaria “gente grande” e poderia, enfim, inspirar-se naquelas ideias para cruzar uma igreja toda de branco, na direção de seu príncipe encantado.

É exatamente por acreditar com firmeza nessa instituição tantas vezes questionada que Emanuelle acabou virando uma cerimonialista de mão cheia. Organizando casamentos desde 2006, ela já tem um currículo invejável: 23 cerimônias feitas, 30

marcadas para este ano e quatro agendadas para 2009. Além disso, é colunista de uma revista especializada em casamentos.

— Minha inspiração para o trabalho vem do meu próprio casamento, em 2003. Dois meses antes da cerimônia, já estava tudo pronto. Comecei a organizá-lo um ano e meio antes e não tive dor de cabeça — diz.

Meses depois da lua-de-mel, Emanuelle criou a comunidade “Casar é fácil”, que hoje conta com membros no Brasil e até no exterior. Daí para se tornar cerimonialista foi um pulo. Bastou um incentivo do marido e de algumas amigas para a administradora de Copacabana mergulhar de vez no mundo dos casamentos:

— Sei que é ser noiva, vivamos um bicho chato. Na comunidade, elas podem ser paranoicas à vontade.

Na “Casar é fácil”, há discussão de assuntos e dicas de profissionais, por têpicos: vestido, fotógrafo, grinalda, local para festa, bufê etc. Entre as votações, uma delas é sobre o número máximo de padrinhos no altar. Só que casar pode até ser fácil, mas não barato: segundo Emanuelle, um bom casamento com festa não sai por menos de R\$ 30 mil.

EMANUELLE: “Criei a ‘Casar é fácil’ para me distrair. Em 24 horas, havia mais de cem membros”

Maiores acertos

- **PREPARATIVOS:** A cerimônia e a festa de casamento devem ser planejadas com antecedência de um ano, inclusive para que se possa diluir o pagamento.
- **ESTILO:** O estilo do casamento, desde a decoração até o local, deve respeitar o gosto e o sonho dos noivos, e não da família e dos pais deles.
- **SOM:** Um bom DJ é fundamental para garantir a animação da festa.
- **SAPATO:** A noiva deve calçar um par confortável, de preferência com plataforma, pois vai permanecer com o mesmo sapato por até 12 horas.
- **CURTIÇÃO:** Os noivos devem curtir todos os momentos da cerimônia e da festa, sem se preocupar demais com detalhes.

Maiores erros

- **CONVIDADOS:** Não convide esperando que a pessoa não vá. Quem faz isso costuma passar aperto, pois não programou comida e bebida para o número de convidados que comparecerem.
- **BEBIDA:** Noivos que bebem além da conta, na festa, acabam esquecendo detalhes deste dia tão importante. Portanto, não exagere.
- **FOTOS:** Economizar com o fotógrafo pode ser um tiro no pé, pois as fotos e a filmagem serão a lembrança que vai ficar para a posteridade.
- **ATRASSO:** As noivas não devem se atrasar mais de meia hora, sob pena de comprometer todo o andamento do evento.
- **MODA:** Querer fazer o seu casamento com base em modismos é furada. Aqui vale a máxima da moda e da decoração, que rege o bom gosto: “Menos é mais”.

Anexo 5 - Entrevista para o Jornal O Globo realizada em 27/03/2010

Noivos conectados às mídias sociais

Casamentos ganham voz na internet e se proliferam em sites, blogs e até em redes como o Twitter

• Quando alguém liga para Emanuelle Missura, o som é o da "Marcha nupcial", de Mendelssohn. Viciada no assunto, Manu — como é conhecida na Web — é autora da comunidade "Casar é fácil", do Orkut, que virou blog, depois site e já se ren-

deu ao Twitter. Hoje, há até livro com o nome da comunidade. Assim como Emanuelle, Carolina Souza Lima criou o blog "Noivas neuróticas", também com repercussão em outras mídias digitais. Foi pensando em noivas cada vez mais conectadas que elas criaram ferramentas para se comunicar.

— A informação não é para ser retida, tem que ser divulgada — conta Manu, que faz posts sobre os casamentos que frequenta e sobre as tendências que vê em sites

internacionais como "Style me, pretty me" (www.stylemepretty.com), "Once wed" (www.oncewed.com) e "Something old, something new" (kenziekate.blogspot.com).

As duas ficaram conhecidas na internet por acaso, contando experiências pessoais. Os assuntos, rapidamente, surtiram efeito e elas abriram mão de seus empregos para se dedicar à carreira de cerimonialista.

Carolina morou com o noivo em Angola e, de lá, acertava

detalhes do seu casamento, realizado no Brasil.

— Eu escrevia no blog para passar o tempo. A cada três meses, visitava o Brasil e aproveitava para organizar a festa. Quando voltava, fazia posts sobre o que tinha pesquisado aqui — conta.

Além dos sites de pesquisa, muitos casais criam seus próprios blogs, onde registram suas histórias, postam fotos, vídeos, listas de presentes, depoimentos de madrinhas, confirmações de presença e mapas da festa. No blog de Juliana Horta e Rafael Paal, por exemplo, a noiva conta o motivo da escolha da Igreja Nossa Senhora da Saúde, em Ubatuba, Maricá: "Ela faz parte da história da minha vida. Eu e meu irmão fomos batizados lá".



■ EMANUELLE MISSURA, da comunidade "Casar é fácil", do Orkut, também está no Twitter

Anexo 6 - Entrevista ao website Mulheres de Sucesso realizada em Dezembro de 2007

mulheres de sucesso

Notícias Entrevista Saúde Bem comer Moda Decoração Links Sobre você Sobre nós Fale conosco

Quarta, 14 de Dezembro de 2007

Entrevista

Emanuelle Missura Casar é Fácil

Ela é a criadora do "Casar é Fácil", uma empresa especializada em casamentos, mas que também organiza batizados, bodas, festas de aniversário, além de eventos corporativos. A empresa nasceu da paixão de Emanuelle Missura. Manú, como é chamada, desde pequena era fascinada pelo tema. Guardava em uma gavetinha tudo sobre casamentos: recortes de vestidos, buquês, convites de casamentos etc. Até que, depois de um longo namoro, Manú realizou seu maior sonho: o de se casar! Quando começou os preparativos do casamento ela se viu completamente envolvida e empolgada com tudo. Depois do casamento, todos acharam que ela esqueceria o assunto... mas aconteceu o contrário: ela continuou ainda mais apaixonada pelo tema e com vontade de passar para outras noivas as suas experiências. Ela criou então uma comunidade no Orkut (site de relacionamentos) para falar sobre Casamento e assim nasceu a Comunidade Casar é Fácil, onde Manú dedicava horas tirando dúvidas de noivas. Daí para área de cerimonial de casamentos foi um pulo. Manu se associou a Mariana Memória, que já trabalhava na área de eventos e estava criada a Casar é Fácil. Confira nossa conversa com Emanuelle Missura.

Por Fabiana Ganci Fares
 Editora do Site

Colaboração de Neizilane Ribeiro

Anexo 7 - Coluna da empresária na revista Noivas Rio de Janeiro, edição Outono/2009

CASAR É FÁCIL



por Emanuelle Missura

Fuja das gafes

Desde pequenos, somos educados por nossos pais e aprendemos como devemos nos comportar. Mas será que nos comportamos como manda o figurino? Em festas de casamentos também existem algumas regrinhas básicas de etiqueta, não só para os convidados, mas também para os noivos.

A lista de convidados é o primeiro passo. Os noivos fazem uma lista - enorme - de pessoas que não poderão ficar de fora no grande dia. Só que é impossível chamar todo mundo. E então surgem as primeiras dúvidas: encurtar a lista e convidar todos para a festa ou convidar uma parte para a igreja e outra para igreja e festa. Sugiro a primeira opção. É muito chato para o convidado chegar na igreja e perceber que ele não vai para a festa. Também pode acontecer de você encontrar um grande amigo na rua e lembrar que ele não está na lista. Se acontecer, você abre aquele sorriso e, assim que chegar em casa, anota correndo o nome dele na lista. Pior mesmo é quando a gente encontra uma pessoa que a gente não quer convidar...

Depois da lista de convidados, você pode escolher o local do seu casamento. O lugar tem que ter tudo a ver com você e seu noivo, mas lembre-se dos seus convidados. Se você tiver pessoas idosas na sua lista, evite locais com muitas escadas. Se o local escolhido for de difícil acesso, procure se informar sobre estacionamento, manobristas, pontos de táxis... A festa não é só de vocês.

Faltando dois meses para o casamento, você já pode começar a fazer a lista de presentes. Tenha cuidado ao fazê-la e pense que nem todo convidado pode dar aquele presente. Não cometa a gafe de colocar o presente mais simples começando na casa dos três dígitos. E os convites? Na hora H, sempre bate aquela dúvida sobre a forma mais educada de entregá-los. Claro que seria bacana entregar o convite pessoalmente, mas é complicado. Vida de noiva é uma correria. Você pode colocar no correio, registrando todos os convites, ou enviar por motoboy com entrega protocolada. Fique tranquila que você não estará come-

tendo nenhuma gafe. Agora, uma grande gafe é colocar cartõzinhos dos locais das listas de presentes dentro do convite. Não se preocupe! O seu convidado vai perguntar ao seu cerimonialista, aos seus pais, amigos e a quem souber, para poder presentear você.

No dia do casamento, se programe para não haver atraso! Indo para a igreja, mantenha contato com seu cerimonialista. Chegue cedo, mesmo que seus convidados ainda não tenham chegado. Infelizmente muitos se atrasam... Eles já aprenderam que, no convite, se coloca meia hora antes. É melhor ficar dentro do carro com ar-condicionado do que cometer a maior das maiores gafes: ser uma noiva que se atrasou muito.

Acho que todo mundo aqui concorda que o momento mais emocionante é a entrada da noiva na igreja. Então seja você, entre bem devagarinho, olhando e sorrindo para os seus convidados. Evite mandar beijinhos para uns, pois outros poderão se sentir desprestigiados. Na hora dos cumprimentos, tenha paciência e calma, mesmo com aquele padrinho que puxar seu véu ou pisar na cauda do seu vestido.

Na festa, a idéia é comemorar muito e se divertir. Mas tem casal que espera tanto por esse momento que esquece de cumprimentar os convidados e agradecer a eles. Seja de que forma for, dedique um tempinho aos amigos. Claro que todo casal quer dançar e curtir, mas evitem, se possível, beber demais. Uma dica para diluir a bebida é tomar água entre as várias taças. Faz diferença! É um dia tão especial que nada deve ser esquecido... Curtam bastante e, se alguma situação fugir do controle, vocês são os únicos que não devem se envolver. Tem gente cuidando da sua festa. O seu papel é se divertir!

É claro que cada casal pensa de uma forma e curte seu casamento de um jeito. Longe de mim querer ditar regras para os noivos. Acho a festa do casamento a mais bacana de todas e, por ser tão especial e marcante, vale o bom senso. Então, que seu casamento seja lindo e único! Sejam felizes! 🍷

Cerimonialista e responsável pela comunidade no Orkut Casar é Fácil.
E-mail para esta coluna: emanuelle@noivasiodejaneiro.com.br

Anexo 8 - Tela do aplicativo para iPhone da Casar é Fácil



Anexo 9 - Canal da Casar é Fácil no YouTube

YouTube Search [Browse](#) [Upload](#) [Create Account](#) [Sign In](#)

mgarrido1234's Channel [Subscribe](#) [All](#) [Uploads](#) [Favorites](#)  



00:35 / 10:59 240p   

Bom Dia Rio: Cerimonialista Emanuelle Missura dá dicas

From: mgarrido1234 | May 13, 2008 | 4,753 views

Dicas sobre casamento da cerimonialista Emanuelle Missura da casar é fácil no programa Bom Dia Rio (13/05/2008)

[View comments, related videos, and more](#)

Uploads (3)

- Jornal Hoje: Cerimonialista**
3,764 views - 1 year ago  1:43
- Bom Dia Rio: Cerimonialista**
4,753 views - 2 years ago  10:58
- Programa Sem Censura: Emanuelle Missura fala**
6,259 views - 3 years ago  7:44

[see all](#)

Favorites (4)

- Add Em All :30**
TMobile - 6,610 views  0:32
- Jornal Hoje: Cerimonialista**
mgarrido1234 - 3,764 views  1:43
- Bom Dia Rio: Cerimonialista**
mgarrido1234 - 4,753 views  10:58

[see all](#)