

Pró-Reitoria de Graduação

Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

Trabalho de Conclusão de Curso

**NOSSO CASAMENTO: REVISTA GUIA DE ORGANIZAÇÃO DE CASAMENTO
PARA OS PÚBLICOS B E C DO DISTRITO FEDERAL**

Autor: Thaís Quintas Lopes

Orientador: Prof^a. Sheila da Costa Oliveira

Brasília - DF

2013

Dedico este trabalho primeiramente à minha família e aos meus pais Jacqueline e Claudio, sem cujo apoio eu jamais teria chegado ao final desta jornada acadêmica; e à minha orientadora e mestra Sheila, por demonstrar carinho, atenção e consideração por este trabalho.

Agradeço àquele que um dia foi a inspiração e dono dos sonhos referentes ao tema deste trabalho.

Muito obrigada à Nova Acrópole, meus mestres e colegas, por me proporcionarem a oportunidade de conhecer a mim mesma, de poder crescer e continuar buscando a sabedoria.

Agradeço também aos amigos de longa data que estiveram ao meu lado nos momentos que mais precisei e nos momentos de muitas bobagens também, querida “Best” e queridos “Aspergers”.

Aos amigos, professores e colegas de cada disciplina cursada neste pouco espaço de tempo acadêmico, em especial ao Ricardo, que me acompanha desde antes de adentrar na UCB.

Muito Obrigada a cada um que acreditou em mim.

“O importante não é saber muitas coisas, mas viver algumas.”

Jorge Angel Livraga

SUMÁRIO

SUMÁRIO	5
INTRODUÇÃO	6
JUSTIFICATIVA	8
OBJETIVO	13
PÚBLICO ALVO	14
ESTRUTURA DE PAUTAS DA REVISTA	16
FORMATO	19
DISTRIBUIÇÃO DA REVISTA DIGITAL:	20
PARA ENVIO DE ANÚNCIO E DIGITAL	20
ORÇAMENTO E VALORES DOS ANÚNCIOS	21
METODOLOGIA	22
A TRAJETÓRIA	22
REFERÊNCIAS	23

INTRODUÇÃO

Neste trabalho, eu, como estudante e futura consumidora deste segmento, trago uma proposta de visão de mercado dentro da organização do casamento voltado para dois públicos específicos: o fornecedor e seu cliente, ambos posicionados nas classes B e C, pois, ao buscar referências para se organizar um casamento em revistas, o que geralmente se encontra são eventos luxuosos (figura 1) onde dificilmente o cliente B/C se identifica com este segmento e acaba por não conseguir realizar o casamento dos seus sonhos.

Figura 1



Capas variadas de revistas que trazem luxo nas matérias – Brasília – Edição Verão
fonte: Google (10/09/2013)

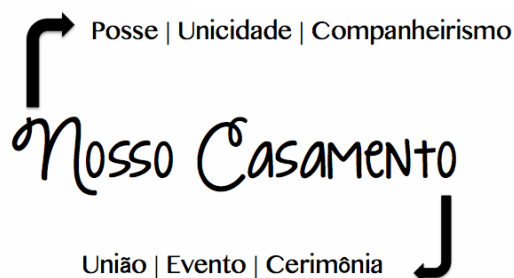
A revista “Nosso Casamento” (figura 2) mostrará para estes consumidores que há maneiras de se organizar um casamento sem precisar gastar muito, por ser um projeto publicitário, não haverão matérias jornalísticas e sim patrocinadas e um espaço onde os fornecedores possam anunciar em espaços publicitários.

O projeto não trata apenas de uma revista, mas também ganha o cunho de guia, seguindo o modelo digital, permitindo o compartilhamento quase que instantâneo do conteúdo e a possibilidade de se levar a revista para qualquer lugar em seus *smartphones* e *tablets*.

A premissa que a revista quer alcançar é a de que todos podem ter um evento elegante sem gastar muito e participando ativamente do próprio casamento.

No Gráfico 1, a seguir, vê-se um grafismo que representa os motivos da escolha do título Nosso Casamento.

Gráfico 1



Fonte: Elaboração da autora

O título “Nosso Casamento” (Gráfico 1), foi escolhido para criar o vínculo do consumidor-casal, agregando unicidade e companheirismo e também com a preparação do casamento, sentimento de posse, de controle, já que o casamento é formado por duas pessoas e não apenas a noiva. O nome Brasília, que virá ao topo da capa, tem a função da noção de localização e uma oportunidade de futura expansão da revista para outros estados ou cidades. E as cores-temas da capa e de toda a extensão da publicação se remetem à uma estação do ano específica, definida a cada edição, separadas trimensalmente. Com a mudança do impresso para o digital e a proposta de se integrar mais a publicidade e principalmente a fotografia, as capas também foram modificadas (figura 3).

Figura 2

EDIÇÃO Nº 1 - VERÃO - BRASÍLIA

Nosso
Casamento



MODA | CERIMONIAL | BUFFET | MÚSICA | FOTOGRAFIA | FORNECEDORES | ECONOMIA

Capa da revista digital Nosso Casamento – Edição Verão
fonte: Criação própria (10/09/2013)

Figura 3



Possíveis capas da revista Nosso Casamento se fossem impressas.
fonte: Criação própria (10/09/2013)

JUSTIFICATIVA

Por que o tema CASAMENTO?

Reprodução, dinheiro, sociedade, amor, religião, status... A história do casamento se mistura e se transforma ao longo dos anos.

Na visão religiosa, a Bíblia traz o cenário do Jardim do Éden com a criação de Adão e Eva, representando a dualidade, a complitude de dois opostos, dando início à uma nova humanidade.

O surgimento da forma ornamentada que conhecemos hoje do casamento, tendo a presença da noiva na celebração se dá início na Roma Antiga, assim como alguns ritos praticados em casamentos ocidentais. A figura da Deusa Greco-Romana Vesta por exemplo, inspirou o uso do véu na nubente que, segundo o seu mito, representa a honestidade e a virgindade. E é na Roma Antiga também que se registrou o início da cultura monogâmica, onde é feita a união de duas pessoas apenas. A especialista e produtora do evento “Casar”, Vera Simão¹, em vídeo, dissertou sobre o

¹ <http://video.br.msn.com/watch/video/a-historia-dos-rituais-dos-casamentos/26ghz59r4>.

papel que o casamento se tornou ao longo dos anos: uma moeda de socialização. Os filhos passaram a ser a peça chave na união de duas famílias, seja por motivos econômicos, sociais, status (Foucault, 1985)

Em sua forma antiga, o casamento só tinha interesse e razão de ser na medida em que, mesmo sendo um ato privado, ele continha efeitos de direito ou pelo menos de status: transmissão do nome, constituição de herdeiros, organização de um sistema de alianças, junção de fortunas. O que só tinha sentido para aqueles que podiam desenvolver estratégias em tais domínios (FOUCAULT, 1985, p.81).

A pesquisa de Vera Simão resultou no conhecimento de que apenas no início do século XX, os casais apaixonados tiveram a chance de ter algo a favor deles: a palavra amor foi inserida na constituição francesa. O Brasil nessa época, já se espelhava na cultura européia e com o matrimônio não foi diferente: o modelo francês de celebração começou a mudar também.

Mesmo antes do século XX, os casamentos, principalmente na elite das sociedades, eram eventos grandiosos, com dezenas de convidados, para apresentar o novo casal e a união de duas famílias, países ou até mesmo duas economias.

A união não se resume apenas em uma cerimônia seguida de uma festa, existem etapas que normalmente não podem ser esquecidas: o namoro, depois o noivado, em seguida o casamento. A lua-de-mel e as bodas são etapas pós-casamento, mas que fazem parte de uma esfera consumista, acompanhadas das primeiras etapas.

Hoje em dia, estudos mostram que psicólogos e cientistas chegaram ao resultado em que o número de casamentos entre viúvos ou divorciados tem crescido e são os que têm dado mais certo, pois já passaram por esse tipo de experiência.

A união homossexual tem crescido a cada dia mais, juntamente com o apoio da lei de alguns países, inclusive no Brasil. Eles podem finalmente oficializar suas uniões, o que, até vinte anos atrás, era algo impensável de se acontecer.

Com o passar dos anos, o casamento foi cotado como algo que fosse “sair de moda”, pois a praticidade passou a ditar a rotina das pessoas individualmente e seus relacionamentos. O jovem ou o adulto decide sair de casa, estando em um namoro ou não; um casal que namora há algum tempo, sem a interferência direta de suas famílias, pode decidir ir morar juntos, o que não é referendado por algumas religiões, sem a formalização do casamento.

Apresentar-se para a sociedade, formalizar o namoro, agradar aos pais, e, é claro, realizar o sonho de uma vida inteira, a festa de casamento é algo que desde sempre esteve nas práticas comunitárias, e faz-se presente no imaginário principalmente das mulheres. Alguns casais se casam

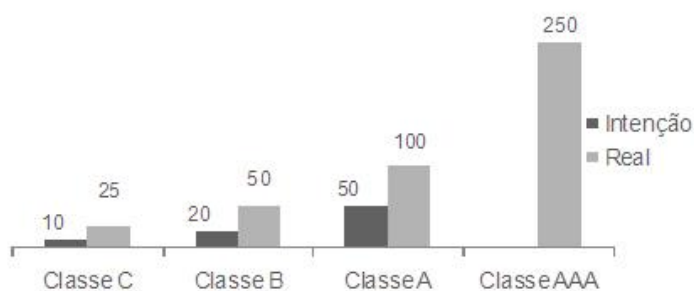
para resgatar uma tradição já esquecida na sociedade moderna: o casamento que não é apenas uma festa ou uma cerimônia, mas uma retomada de costumes e crenças.

Esses movimentos sucessivos de afastamento e retomada desse rito social levaram a uma situação até certo ponto paradoxal: o mercado voltado para a festa de casamento fez ao contrário do que pensava a sociedade: cresceu. Em pesquisa realizada pela revista Claudia Noivas, em 2011, foi constatado que em 10 anos houve o crescimento de 35% de casamentos realizados, mais de um milhão de cerimônias por ano. Os dados coletados pela Associação dos Profissionais, Serviços para Casamento e Eventos Sociais (Abrafesta) mostrou que entre os anos de 2008 e 2010, o Brasil movimentou cerca de R\$10 bilhões com eventos matrimoniais (Blog VirouCasamento, 2013).

As classes B e C lideram os números dos casamentos realizados (FGV, 2008). O nicho, quando é abordado na mídia, principalmente na mídia impressa, traz matérias voltadas para “quem tem dinheiro para casar”, o que é a minoria: apenas 20% da classe A. A mesma pesquisa da revista Claudia mostra que hoje o investimento da realização do casamento é feito pelos próprios noivos, e que 87% das noivas são trabalhadoras.

Quando se pensa em qualquer tipo evento, não importando sua natureza ou finalidade, uma palavra é obrigatória: planejamento. Busca-se um ou mais orçamentos dos fornecedores necessários, para que se possa direcionar o montante reservado, mas nem sempre o gasto final é igual à intenção real do gasto, e o gráfico a seguir, mostra essa comparação:

Gráfico 2



Comparação de públicos e seus gastos

Fonte: pesquisa Claudia Noivas – 2011

O que seria apenas a celebração da união de um casal torna-se então a produção de um evento completo, e em seu planejamento há de entrar desde um mero bem-casado até opções de entretenimento que vão agradar não apenas os noivos, mas aos convidados também, aliás, principalmente aos convidados.

As empresas de buffet criam menus elaborados e baseiam seus orçamentos pelo número de convidados e a grandiosidade da festa. Para facilitar a vida dos noivos, muitos salões de festa fazem uma parceria com uma empresa específica de buffet e mantêm a exclusividade ao fechar o contrato com o cliente. Por vezes, só se aluga o salão se os noivos contratarem também o serviço de comida, uma venda casada, o que é contra a lei.

E porque uma revista?!

Segundo pesquisa feita pelo Ibope em 2012, o Distrito Federal concentra a maior quantidade de leitores de revista do país. A média nacional conta com 31% contra 37% de Brasília, e o maior público é o feminino.

O mercado no Distrito Federal de revistas voltadas para o casamento é relativamente fraco, pois há apenas uma revista que entrou no mercado e ela é voltada para o público A. Outras revistas tentaram entrar no mercado editorial do DF, mas não passaram de mais de uma edição. Uma delas inclusive, Noivas & Festas (figura 5), em 2013 foi lançada apenas em formato digital e fecharam a segunda edição que não foi lançada. A publicidade não foi ressarcida aos fornecedores, fazendo com o que a confiança deles em anunciar novamente ganhasse uma parcela de dúvida e desconfiança a comprar espaços publicitários em outras publicações.

A principal concorrente da “Nosso Casamento” é a revista “Inesquecível Casamento”, em formato impresso e digital com focos em Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Búzios e Goiânia. A revista impressa custa R\$14,90 e na App Store (figura 4) custa U\$4,99.

Figura 4



Capa da versão digital da Revista Inesquecível Casamento
fonte: appstore (20/04/2013)

Figura 5



Capa da Brasília Noivas & Festas
fonte: Google (20/04/2013)

Uma outra concorrente que foi lançada, a Revista Plano Brasília Festas (figura 6), teve lançamento tímido e sem sucesso. Os consumidores não se identificaram com a premissa da revista, reclamaram do excesso de luxo que a mesma trazia e sentiram falta de matérias de *DIY*² e coberturas de eventos mais econômicos.

² Do it yourself: Faça você mesmo

Figura 6



Capa da Plano Brasília Festas
fonte: Google (20/04/2013)

Além desses fatores do mercado editorial, há também a oportunidade de unir, no mesmo produto, profissionais de jornalismo e publicidade e propaganda, construindo um instrumento de comunicação social com pregnância ao meu contexto de moradia, trabalho e estudo – a comunidade brasiliense.

OBJETIVO

A revista servirá para auxiliar e guiar o cliente do segmento casamento de classe B e C com fornecedores acessíveis e dicas de planejamento e *DIY*. O formato digital foi eleito para que o consumidor tenha sempre acesso às informações a qualquer instante e que o compartilhamento seja feito de forma rápida. O intuito é criar uma revista-guia para que os noivos tenham a facilidade de compartilhar e economizar no planejamento de seus casamentos.

Inicialmente, foi planejada uma revista impressa com distribuição gratuita no DF. Porém, economicamente e ecologicamente, resolvi trocar para o formato digital, mais uma vez para integrar o compartilhamento e a praticidade.

O intuito da revista “Nosso Casamento” é poder, além de aproximar o consumidor a chegar próximo do fornecedor, é ajudar a amenizar o stress de quem está organizando o evento com as dicas pautadas no guia e pelo fato de saber que estes estão com o valor abaixo do mercado, normalmente voltado para a classe social A. O download gratuito serve para que o consumidor tenha acesso à revista sem necessitar da ida até um estabelecimento para a compra da mesma e que possa sempre compartilhar.

Em 2012, a revista digital “DF Noivas” (figura 7) foi produzida por blogueiras/noivas do Distrito federal, mas qualquer informação referente a produção, veiculação e compartilhamento da publicação foi excluída. Nenhuma pesquisa realizada teve sucesso, inclusive com as próprias blogueiras participantes do projeto.

A função da revista digital é exatamente a integração do online x offline, já que a tecnologia está avançando dia a dia e, como foi abordado anteriormente, o uso de smartphones e tablets já têm seu espaço e continua crescendo, inclusive nas classes B e C, além do fato que o consumidor pode levar para onde quiser. Após feito o download, o material já está ali para qualquer busca de referência e curiosidades, sem esquecer a possibilidade do compartilhamento.

Uma das vantagens da publicação digital é a praticidade de edição de conteúdo, não dependendo da impressão de uma gráfica para ser veiculada. As dicas poderão atingir não somente a praça escolhida, com a internet, o guia poderá ajudar noivos de qualquer parte do planeta.

Figura 7



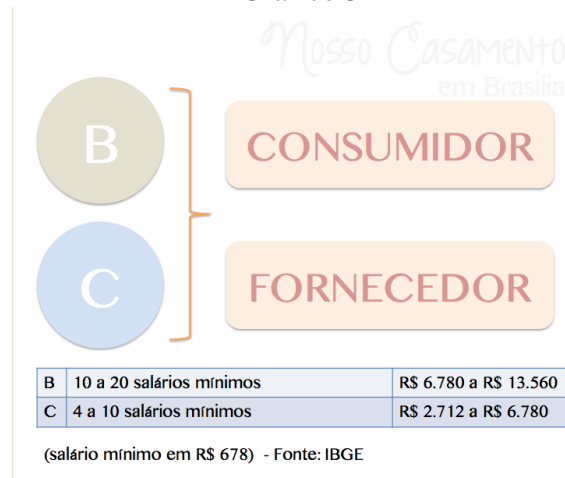
Capa da DF Noivas
fonte: Google (20/04/2013)

PÚBLICO ALVO

Consumidor primário: Casais de classe B e C que querem se envolver ativamente no planejamento do casamento

Consumidor secundário: Fornecedores de produtos e serviços para casamentos.

Gráfico 3



PROBLEMATIZAÇÃO

Pessoas se casam a todo instante e em todos os lugares e o que é necessário para realizar esse evento?! Fornecedores voltados para esse mercado. E de que os fornecedores precisam para se mostrar no mercado? Anunciar, mas algumas publicações cobram valores altos, resultando na falta de anunciantes para classes B e C. A saída então é a criação de fan-pages³, publicações em seus próprios sites, e anúncios em listas telefônicas online que provém serviços gratuitos para empresas, mas que comprometem sua posição no mercado, não permitindo serem visualizadas por grande parte dos noivos.

³ Página na rede social Facebook voltada para empresas, serviços, sites, pessoas famosas e etc.

ESTRUTURA DE PAUTAS DA REVISTA

EDIÇÃO Nº 1 – VERÃO/LARANJA:

Código QR para acesso à primeira revista:



- EDITORIAL
- MATÉRIA ABERTA (matéria sem vínculo específico, podendo variar com acontecimentos ou curiosidades)
 - AGENDA DOS NOIVOS
- COLOCANDO AS MÃOS NA MASSA (seção que mostra passo a passo para a elaboração “caseira” de itens para o casamento)
 - Matéria com dicas de decoração vintage para a recepção
- FLORES DA ESTAÇÃO (matéria fotográfica que mostra o uso das flores da estação corrente)
 - VERÃO
- NÓS CASAMOS ASSIM (depoimento de casais que contam como organizaram seus casamentos)
 - Depoimento de um casal que organizou seu casamento em apenas um mês.
- NOIVO (pautas que discorrem sobre itens voltados apenas para o noivo)
 - Flor de Lapela para o Noivo e convidados importantes
- NOIVA (pautas que discorrem sobre itens voltados apenas para o noivo)
 - Dois vestidos ou Um que se divide em dois?
- BUFFET (matérias voltadas para o tema Buffet e suas particularidades)
 - Dicas para a contratação do Buffet/Espaço
- MÚSICA (pautas que abordam como que a música vai ser usada no casamento)
 - Dicas para ajudar os noivos a escolher os músicos
- COMPRAS (dicas de locais mais baratos, matérias patrocinadas ou não)
 - Comprando na China

- CERIMONIAL (dicas de uma equipe de cerimonial, matéria patrocinada, não haverá na primeira edição)
- PRÓXIMO NÚMERO (Divulgação das matérias principais da próxima edição)
 - COMPRANDO NO TAGUACENTER
 - DIETAS DE NOIVAS X NUTRICIONISTA
 - COR DO TERNO DO NOIVO
- TEXTO INSPIRADOR (textos de cunhos elevados e de temáticas como amor e a união)
 - SOBRE O CASAMENTO - KAHLIL GIBRAN

EDIÇÃO Nº 2 – OUTONO/DOURADO:

- EDITORIAL
- COMPRAS
 - COMPRANDO NO TAGUACENTER
- MATÉRIA ABERTA
 - DIETAS DE NOIVAS X NUTRICIONISTA
 - Matéria comparativa mostrando as dietas emergenciais que as noivas se submetem para emagrecer semanas antes do casamento
- NOIVO
 - A cor do terno depende do horário do casamento?
- NOIVA
 - Sapatos brancos ou coloridos?
- MATÉRIA ABERTA
 - Criem uma planilha de custos
- COLOCANDO AS MÃOS NA MASSA
 - Passo a Passo de caixinhas para bem-casados
- O CERIMONIAL
 - Etiqueta dos noivos
- FLORES DA ESTAÇÃO
 - Outono
- NÓS CASAMOS ASSIM
- - Um casal que casou em outra cidade

- PRÓXIMOS NÚMEROS
 - FILMES INSPIRADORES
 - COMPRAS NA ASA SUL
- TEXTO INSPIRADOR
 - Platão fala

EDIÇÃO Nº 3 – INVERNO/PRATEADO

- EDITORIAL

- COMPRAS
 - ASA SUL
- MATÉRIA ABERTA
 - Filmes inspiradores: Para se inspirar em Hollywood
- MATÉRIA ABERTA
 - Comprar ou Alugar
- NOIVO
 - Jogar o Whiskey?
- NOIVA
 - Nomes na barra do vestido
- COLOCANDO AS MÃOS NA MASSA
 - Usando fotos na decoração
- O CERIMONIAL
 - Porquê contratar um cerimonial para o casamento inteiro?
- FLORES DA ESTAÇÃO
 - INVERNO
- NÓS CASAMOS ASSIM
 - Um Casal que casou com pouquíssimo dinheiro
- PRÓXIMOS NÚMEROS
 - COMPRAS: NÚCLEO BANDEIRANTE
 - CASAMENTO DE A A Z
- TEXTO INSPIRADOR
 - Helena Blavatsky

EDIÇÃO Nº 4 – PRIMAVERA/AZUL

- EDITORIAL
- COMPRAS
 - Núcleo Bandeirante
- MATÉRIA ABERTA
 - CASAMENTO DE A a Z
- NOIVO
 - Casar de barba?
- NOIVA
 - Noiva gordinha – como escolher o vestido
- COLOCANDO AS MÃOS NA MASSA
 - Centros de mesa
- O CERIMONIAL
 - Cronograma do dia
- FLORES DA ESTAÇÃO
 - PRIMAVERA
- NÓS CASAMOS ASSIM
 - Depoimento de um casal que deu tudo errado em sua festa
- PRÓXIMOS NÚMEROS
 - INTEGRAR CORES E FLORES
 - 10 COISAS PRA FAZER – LITERALMENTE – ANTES DO CASAMENTO
- TEXTO INSPIRADOR
 - Siddartha Gautama

FORMATO

Revista tipo digital, com layout minimalista, branco com poucos detalhes coloridos, tematizando a estação do ano corrente, com publicidade: apenas o suficiente para divulgar os parceiros na realização das festas de casamento.

DISTRIBUIÇÃO DA REVISTA DIGITAL:

Download gratuito da revista em PDF pelo Blog parceiro “Virou Casamento” (blog.viroucasamento.com.br) e fan page no facebook.

Durante a elaboração deste projeto, vários parceiros foram solicitados e através de uma conversa com um jornalista, cheguei a esse site. A parceria foi estabelecida em liberação dos textos/posts e a publicação da revista digital no próprio site.

- Cores
 - Branco e detalhes em tons de laranja (para acompanhar a estação do ano corrente à revista)
- Tipografia
 - Texto corrido: Geórgia
 - Títulos e pequenos textos: Heiti TC – Médio
 - Nomes do Casal (Nós Casamos assim): Frosting for Breakfast
- Imagens
 - Autoria Própria
 - Google Imagens

PARA ENVIO DE ANÚNCIO DIGITAL

Extensão: PDF ou JPG

Resolução: 300 DPI

Cores: RGB

ORÇAMENTO E VALORES DOS ANÚNCIOS

Os valores dos anúncios publicitários a seguir se basearam na faixa de renda do público alvo eleito para a distribuição da revista. Fogem à tabela de grandes publicações, até por que, não há a necessidade de se cobrar valores tão altos. A partir dos cálculos com gastos referentes à produção da revista, esses valores são justos para o anunciante fazer o investimento.

O preço de custo da “Nosso Casamento”, caso fosse impressa, seria em média R\$ 5.450,00, (orçamento obtido a partir de três gráficas diferentes para a quantidade de cinco milheiros).

Além da impressão da mesma, o valor arrecadado serviria para os pagamentos de profissionais envolvidos na criação, assim como jornalistas e designers. Seriam disponibilizados até 25 espaços publicitários.

Mas, como o formato final foi definido para o digital, os valores são diferenciados pelo barateamento do custo de produção. A tabela a seguir mostra quanto seria o investimento na publicidade, no tanto no impresso quanto no digital.

Tabela 1

PAGINAÇÃO	IMPRESSO	DIGITAL
Página dupla	R\$800	R\$400
1 página - 2ª Capa (contracapa):	R\$800	R\$400
3ª Capa	R\$700	R\$350
4ª Capa (capa externa)	R\$1000	R\$500
1 página indeterminada	R\$500	R\$250
½ página	R\$400	R\$200
1/3 página horizontal	R\$400	R\$200
1/3 página vertical	R\$400	R\$200
Módulo	R\$300	R\$150
Rodapé	R\$300	R\$150

Fonte: Elaboração da autora.

METODOLOGIA

A pesquisa realizada para a elaboração deste projeto foi bibliográfica e documental, em blogs/sites, artigos e em revistas digitais e impressas tanto do DF, nacionais e internacionais, tanto do mercado editorial de casamentos, quanto em busca de referencial de design em impressos diversos, além da busca de colaboração de noivos contando suas próprias experiências, medos e dicas.

A TRAJETÓRIA

A concepção deste projeto desde a sua ideia até as últimas palavras foi uma completa montanha russa de emoções, dúvidas e até mesmo arrependimentos ao longo da produção final.

Assim como foi falado na introdução, a escolha do tema PLANEJAMENTO DE CASAMENTO foi uma escolha baseada em próprios sonhos e vontades voltados para o meu próprio futuro casamento. Mas, por conta do destino, o tema tornou-se um fardo emocional no meio do processo (o namoro de quase 6 anos acabou, uma semana após a Banca avaliadora de Projeto Experimental I) enquanto o tempo e o conteúdo eram destrinchados em pesquisas, criação do design, elaboração de pautas, etc. E esse fardo se refletiu no andar do produto e no memorial.

O plano era encontrar um jornalista responsável, um designer, um cerimonial, uma gráfica e noivos que topassem colaborar para que a revista ficasse pronta em outubro. Mas o destino mais uma vez preferiu que o projeto andasse com as próprias pernas. Os profissionais não puderam mais ajudar e, ao mesmo tempo, aquele fardo emocional não me deixava continuar a escrever as linhas necessárias para a conclusão do produto.

E o que aconteceu no decorrer do projeto: Falta de fontes, descompromisso dos colaboradores, um término de namoro de quase 6 anos, conflitos com a agenda profissional e agenda do estágio, reforma da empresa, falta de foco, as anotações da banca I indo para o lixo sem querer e o desespero para enfim finalizar o curso.

O apoio acadêmico da orientadora com o suporte e a insistência esperançosa sobre meu produto foi essencial para que, aos “quarenta e cinco minutos do segundo tempo” o material fosse finalizado para a revisão final e assim ser entregue.

Tenho consciência de que muita coisa ainda pode ser aperfeiçoada, e pretendo deixar o

número 1 como versão piloto, colher comentários e sugestões dos leitores e aperfeiçoa-la ao máximo, para que venha mesmo a ser um sucesso editorial e ajude aos noivos classe B e C de Brasília a terem um ótimo “nosso casamento”.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Edimárcia Ramos de. **A consagração do casamento real pelos meios de comunicação**.

2011. Monografia (Mestrado em Comunicação) - UNB. Brasília.

SIMÃO, Vera. **A história dos ritos de casamento**. Disponível em:

<<http://video.br.msn.com/watch/video/a-historia-dos-rituais-dos-casamentos/26ghz59r4>>. Acesso

em: 13 mai. 2013

IBOPE. **Leitor de revista: o mais informado, 2012**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/Paginas/Leitor-de-revista-O-mais-informado.aspx>>

Acesso em: 13

mai. 2013.

AJUDA FESTA. **História do Casamento**, 2012. Disponível em:

<<http://www.ajudafesta.com.br/?p=395>> Acesso em: 13 mai. 2013.

WIKIPEDIA. **Organização de Eventos, 2013**. Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o_de_eventos> Acesso em: 01 jun. .2013

HISTORIA VIVA. **Casamento, uma invenção cristã**. Disponível em

http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/casamento_uma_invencao_crista.html. Acesso em

11 nov. 2013.