

IV Seminário Interdisciplinar de Pesquisa Científica  
*Pesquisa e Tecnologia na (pós) Pandemia*

---

**BLOGS DE CASAMENTO: O BLOG COISAS DE NOIVAS: DICAS DE CASAMENTO<sup>6</sup>**

Leonardo Cardozo Riato, Sergio Pereira de Souza

**Resumo:** Os eventos de casamento atualmente seguem tendências de crescimento junto ao mercado virtual, uma vez que inseridos nesse contexto, alcançam milhares de pessoas. O objetivo principal desse trabalho é analisar os fatores determinantes para a utilização de blogs para consultas de referências e para a divulgação de fornecedores e prestadores de serviço do ramo de casamento, visto que ele tem cada vez mais potencial de crescimento. O blog Coisas de Noivas: Dicas de casamento, tem sido uma opção viável no sentido de trazer informações específicas a respeito desse tipo de evento por meio do marketing digital. A metodologia utilizada foram pesquisas descritivas e exploratória por meio de revisões bibliográficas em livros e artigos disponibilizados online e de forma gratuita, em sites de caráter acadêmico, como o SciELO e Google acadêmico. Ao longo do desenvolvimento, evidenciamos um aumento pela procura de empresas para a realização de eventos socioculturais por meio da internet (blogs). Os resultados permitiram compreender que os fatores culturais e sociais junto com um marketing adequado impulsionam a decisão dos consumidores como noivas e noivos. Por fim, o Blog Coisas de Noiva: Dicas de casamento, apresenta-se como uma ferramenta inovadora e interessante para as noivas que procuram informações diversas a respeito do universo e da preparação do seu casamento.

**Palavras-chave:** Eventos. Eventos Socioculturais. Marketing digital.

---

<sup>6</sup> Versão completa publicada na revista científica da Fatec Presidente Prudente - ALOMORFIA: <https://fatecpp.edu.br/alomorfia/index.php/alomorfia>



## **Pesquisa e Tecnologia na (pós) Pandemia**

11, 12 e 13 de maio de 2022 – Presidente Prudente - SP

### **BLOGS DE CASAMENTO: O BLOG COISAS DE NOIVAS: DICAS DE CASAMENTO**

**Eixo Temático<sup>1</sup>:** Hospitalidade e Lazer.

**Resumo:** Os eventos de casamento atualmente seguem tendências de crescimento junto ao mercado virtual, uma vez que inseridos nesse contexto, alcançam milhares de pessoas. O objetivo principal desse trabalho é analisar os fatores determinantes para a utilização de blogs para consultas de referências e para a divulgação de fornecedores e prestadores de serviço do ramo de casamento, visto que ele tem cada vez mais potencial de crescimento. O blog Coisas de Noivas: Dicas de casamento, tem sido uma opção viável no sentido de trazer informações específicas a respeito desse tipo de evento por meio do marketing digital. A metodologia utilizada foram pesquisas descritivas e exploratória por meio de revisões bibliográficas em livros e artigos disponibilizados online e de forma gratuita, em sites de caráter acadêmico, como o SciELO e Google acadêmico. Ao longo do desenvolvimento, evidenciamos um aumento pela procura de empresas para a realização de eventos socioculturais por meio da internet (blogs). Os resultados permitiram compreender que os fatores culturais e sociais junto com um marketing adequado impulsionam a decisão dos consumidores como noivas e noivos. Por fim, o Blog Coisas de Noiva: Dicas de casamento, apresenta-se como uma ferramenta inovadora e interessante para as noivas que procuram informações diversas a respeito do universo e da preparação do seu casamento.

**Palavras-chave:** Eventos. Eventos Socioculturais. Marketing digital.

### **WEDDING BLOGS: THE BRIDE THINGS BLOG: WEDDING TIPS**

**Abstract:** Wedding events currently follow growth trends with the virtual market, once inserted in this context, they reach thousands of people. The main objective of this work is to analyze the determining factors for the use of blogs for reference consultations and for the dissemination of suppliers and service providers in the wedding sector, since it has an increasing potential for growth. The blog Coisas de Noivas: Wedding Tips has been a viable option in the sense of bringing specific information about this type of event through digital marketing. The methodology used was descriptive and exploratory research through bibliographic reviews in books and articles available online and for free, on academic sites, such as SciELO and Google academic. Over the course of development, we have seen an increase in the demand for companies to hold sociocultural events through the internet (blogs). The results allowed us to understand that cultural and social factors together with adequate marketing drive the decision of consumers such as brides and grooms. Finally, the Blog Coisas de Noiva: Wedding Tips, presents itself as an innovative and interesting tool for brides looking for diverse information about the universe and the preparation of their wedding. Keywords: Events. Sociocultural Events. Digital marketing

---

<sup>1</sup> **Selecionar o eixo:** (I) Gestão e Negócios; (II) Informação e Comunicação; (III) Hospitalidade e Lazer; (IV) Recursos Naturais; OU (V) Interdisciplinar.

**Keywords:** Events. Sociocultural Events. Digital marketing.

## **1 INTRODUÇÃO**

Com o desenvolvimento na área de comunicação no século XXI, diversas empresas da área de eventos ainda não utilizam os blogs para a divulgação de marcas e produtos/serviços no meio digital.

Os blogs para eventos socioculturais como, casamento impactam diretamente no processo de consumo, na publicidade e a elaboração de estratégias de marketing voltadas para esse segmento.

Os blogs foram os berços do surgimento das mídias sociais mais populares atualmente e surgiram com o objetivo de divulgar a vida cotidiana.

Com o desenvolvimento da tecnologia, sua forma online contribuiu para a ampliação e alcance do público-alvo, pois a comunicação por meio da internet faz com que as notícias se disseminem em tempo real, sobretudo a partir da utilização das mídias sociais.

Diante das mudanças enfrentadas no dia a dia, principalmente no contexto da pandemia do Covid 19, surgiram novas práticas modeladas em meios de comunicação digital, trazendo consigo novos formatos de interação, principalmente quando se diz respeito a blogs e ao uso da internet, potencializando o uso dos blogs como ferramenta de pesquisa para noivas, fornecedores, cerimonialista e outros profissionais ligados aos eventos de casamentos.

O objetivo principal desse trabalho foi analisar os fatores determinantes para a utilização de blogs para consultas de referências e para a divulgação de fornecedores e prestadores de serviço do ramo de casamento, por meio de um blog específico: O Blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento.

O blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento, tem se caracterizado por uma opção viável no sentido de trazer informações específicas a respeito desse tipo de evento por meio do marketing digital.

Para o Gestor de Eventos, especializado em casamentos, o planejamento é o item principal para identificar e fornecer informações que atendam a real necessidade das noivas.

No Brasil e no mundo, podemos encontrar muitas fontes de pesquisa sobre casamento. Sites e blogs dedicados ao tema são abundantes. Porém, nem sempre eles trazem informações que satisfaçam as necessidades dos clientes.

Nesse contexto, percebemos que muitas noivas se sentem impotentes ao serem obrigadas a consumir conteúdos que muitas vezes não correspondem à sua realidade, deixando-as com informações que estão fora de alcance.

Diante das rápidas mudanças socioculturais e das novas práticas modeladas em mídias tradicionais e não tradicionais, surgiram novas formas de interação, principalmente no chamado ciberespaço, como blogs e redes sociais.

No entanto, apesar de toda essa liberdade de expressão e democracia de informação, notamos que as noivas ainda estão desamparadas, pois devido à velocidade da comunicação, têm acesso a informações que não condizem com sua realidade.

Na ausência de um conteúdo mais direcionado, profissional e relevante, observou-se um nicho de mercado aberto para os profissionais gestores de eventos. Nesse ponto, um blog profissional dedicado a casamentos se torna uma ótima opção, já que esse tipo de produto muitas vezes não atende a necessidades das noivas de cidades pequenas e médias.

O blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento pretende-se caracterizar como uma opção viável no sentido de trazer informações específicas a respeito desse tipo de evento por meio do marketing digital priorizando a necessidade das noivas.

A metodologia utilizada foi realizada por meio de revisões bibliográficas em livros e artigos disponibilizados online e de forma gratuita, em sites de caráter acadêmico, como o SciELO e Google acadêmico. Também foi utilizada a pesquisa descritiva e exploratória. “Segundo Malhotra (2006), o estudo exploratório busca entender as razões que dão origem a determinadas ações e comportamentos das pessoas proporcionando uma melhor compreensão sobre o problema investigado.”

## **2 MARKETING DIGITAL DIRECIONADOS PARA CASAMENTOS**

Inserido no marketing digital está à comunicação online, que é extremamente eficiente e considerada uma das maiores formas de informação que existe.

Segundo Chleba (1999), o marketing digital tem sete forças que devem ser analisadas na hora de colocá-lo em prática, que são: interatividade, personalização, globalização, integração, aproximação, convergência e democratização da informação.

Quando esta informação acontece virtualmente pelas mídias sociais, toda a rede de contatos tem acesso às informações, não se restringindo apenas às pessoas mais próximas, do cotidiano.

A partir da evolução tecnológica, as opções de marketing se expandiram, citando algumas ferramentas como mídias e redes sociais, links patrocinados, e-commerce, mobile marketing, entre outros. Dentro do marketing clássico encontram-se as mídias tradicionais, tais como os jornais, rádios, TV, revistas, telefone e internet.

Esta comunicação é influenciada por um formador de opinião (pessoa colocada na rede social de família, amigos e conhecidos com um controle sobre as atitudes e comportamento de outros indivíduos), eles comunicam às outras pessoas sobre produtos, dão conselhos e restringe o risco a quem os ouve, ao comprar ou utilizar um produto e proporcionam também um feedback de caráter prático para aprovar ou apoiar decisões que os seguidores adotaram (ALMEIDA, 2013).

De acordo com Kotler (2013), o marketing é um processo social e gerencial através do qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.

A essência do marketing é o processo de trocas, onde duas ou mais partes oferecem algo de valor para a outra parte, para satisfazer necessidades e desejos e o verdadeiro papel do marketing é administrar a demanda de bens e serviços, fazendo com que seja estimulado o consumo de um bem ou serviço, e assim atender às necessidades e desejos específicos de cada pessoa (COBRA, 2009).

Há algum tempo o marketing passou a ser visto como uma função empresarial que cria valor para o cliente e gera duradoura vantagem competitiva para a empresa por meio da gestão estratégica do composto de marketing (LIMEIRA, 2007).

Esse composto de marketing, também pode ser tratado como mix de marketing ou 4Ps, que representa quatro variáveis de mercado as quais são identificadas como preço, praça,

produto e promoção, que se ligam as decisões de responsabilidade da área de marketing (KOTLER, 2000).

Em marketing, a função Mix de Marketing, envolve as decisões do produto, as quais integram a identificação de oportunidades de lançamento de produtos e adequação do mesmo às necessidades dos clientes; as decisões de preço, que visam a criação de vantagem competitiva e maior retorno para a empresa; as decisões de promoção, relacionadas aos investimentos utilizando-se estratégias de comunicação e promoção de vendas; e as decisões de praça ou de distribuição, onde se escolhem os canais de vendas para satisfazer as necessidades dos clientes (GONÇALVES et. al., 2008).

Percebe-se que nas duas definições aparecem considerações referentes à rentabilidade das empresas e à satisfação dos clientes. Mostrando assim que ambas as partes querem sair ganhando.

Observa-se, dessa forma, que o marketing se mostra eficaz quando foca na geração de valor e na satisfação das necessidades do consumidor, a partir da criação, entrega e consumo de um produto ou serviço, e para isso procura sempre inovar em suas ferramentas, como é o caso da internet.

A Internet representa uma nova ferramenta para obtenção de dados, o que a tornou o segmento da indústria de pesquisa em marketing com a maior margem de crescimento (ARNOULD; PRICE; ZINKHAN, 2004).

Segundo Bianco (2019) nos últimos anos, grande parte das estratégias de marketing das empresas é digital, mas para as serem encontradas as empresas precisam se destacarem no mundo digital.

Bianco (2019) destaca seis estratégias de marketing digital para empresas de casamento.

No Quadro 1, são descritas seis estratégias de marketing digital para empresas de casamento.

Quadro 1 – Estratégias de marketing digital para blogs de casamentos

Invista no design responsivo:	Uma das principais estratégias de marketing digital para empresas de casamento é investir em um site bonito e moderno. Isso significa que a página precisa exibir um design responsivo, fotografias e vídeos impressionantes e links atualizados para todas as suas páginas nas redes sociais.
-------------------------------	--

Fique atento a última etapa do funil de vendas	Demonstrar que a empresa é a escolha ideal para os clientes e que contratá-la garantirá que o seu casamento será único e encantador. Destaque todas as qualidades do seu serviço e mostre como todos os noivos que você atendeu ficaram satisfeitos com o seu trabalho.
Conte com ajuda dos colaboradores	A sua empresa precisa contar com a ajuda de colaboradores como floristas, costureiras e fotógrafos. Ao firmar parcerias, passe a exibir um link para o site desses profissionais nas suas redes sociais.
Estude a sua concorrência.	Fique atento a sua concorrência. Analise e identifique a concorrência atual e potencial e crie uma estratégia de marketing que exiba um ativo ou habilidade que os concorrentes não possuem o que fornecerá a sua empresa uma vantagem competitiva distinta e duradoura.
Invista nos canais de marketing mais rentáveis	Para garantir que a sua estratégia seja, de fato, eficiente, aposte em ferramentas como o Google Analytics - esse serviço gratuito é capaz de rastrear quais canais de mídia trazem mais visibilidade para a sua empresa. Isso garantirá que seus esforços de marketing sejam aplicados de forma inteligente.
Turbine o Instagram da sua empresa	As fotos são o conteúdo mais envolvente da Web - algumas imagens geram um engajamento até 650% maior do que as postagens que exibem apenas texto.

Fonte: <https://www.salveanoiva.com.br/sn-social/estrategias-de-marketing>.

No marketing digital os blogs são ferramentas essenciais para a pesquisa de informações e conteúdos relacionados a casamentos.

No próximo item vamos contextualizar a importância desse tipo de ferramenta de pesquisa.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

#### 3.1 Blogs

Os blogs são plataformas populares de disseminação e socialização virtual, que assumem cada vez mais um papel importantíssimo na pesquisa de informações relacionadas a produtos ou serviços por parte dos consumidores (BELCHIOR, 2013).

Quando se publicam textos com opiniões, informações e imagens da vida privada em seus espaços virtuais, os escritores dos blogs de moda criam audiência. Os leitores são aqueles que se reconhecem em suas escolhas de consumo e em seus estilos de vida, comunicando sua personalidade (GARCIA; MIRANDA, 2005).

Ao se tornar líder de opinião, um blogueiro (a) ascende e pode transformar simples produtos em objetos de desejo. Uma indicação feita em um post de um blog pode tanto impulsionar uma compra, como também pode desencorajar o indivíduo a fazê-la, caso o comentário do autor sobre o produto seja negativo (PROCATI, 2011).

Nesses canais o leitor passa a desfrutar das visões de blogueiros e dos outros leitores sobre assuntos como tendências, marcas, objetos de consumo, produtos na moda etc. A interação entre os seguidores e os leitores de blogs de moda gera uma confiança mútua que com o tempo pode se traduzir em influência nos hábitos de vida e de consumo deles, no entanto é necessário que sejam atualizados com frequência (REBELLO, 2012)

O fato de um blog ser atualizado frequentemente é importante para que os leitores tenham novos conteúdos para ler diariamente (HERRING et al., 2004).

De acordo com Herring et al. (2004), os blogs são páginas da web modificadas frequentemente e suas entradas seguem uma sequência cronológica reversa. Estas podem ser chamadas de plataformas, as quais podem ainda ser comparadas a diários pessoais, e facilitam a comunicação mediada por computador através de imagens, textos, vídeos e áudio (HUANG et. al., 2007). Nestes diários pessoais, normalmente os seus autores falam de assuntos de interesse pessoal (GUNTER et. al., 2009).

Para Gunter et al. (2009), os blogs podem retratar vários temas que normalmente são do interesse dos seus autores. Nos últimos anos ficou mais evidente o crescimento de blogs que retratam temáticas femininas como “Moda”. A popularidade dos blogs de moda fez com que se tornassem um meio de influência para muitas consumidoras (HALVORSEN et. al., 2013).

Entre essas formas de blogs temos os que direcionados para casamento.

### **3.1 Blogs de casamento**

O blog de casamento existe para uma única e exclusiva finalidade, que é mostrar para as noivas quais empresas existem no ramo, além de expor inspirações do que está acontecendo nesse tipo de evento sociocultural.

Com a finalidade de ajudar as pessoas, o blog vem como uma opção para quem ainda tem algum receio em contratar fornecedores adequados para sua cerimônia, servindo assim de



amparo para eles, ou seja, dar um direcionamento para aquelas pessoas que por algum motivo ainda estão indecisas do que fazer.

Os blogs trazem o conteúdo de uma forma mais clara e objetiva sempre mostrando as novas tendências no mercado atual. Alguns blogs também possuem um aplicativo para que os clientes possam se organizar de uma forma mais tranquila e de forma divertida, já que esse momento muitas vezes é turbulento, pois são muitos detalhes a serem resolvidos.

Alguns blogs trazem também informações sobre lista de presentes tanto virtual, sites e endereços de lojas físicas.

Outros trazem lista de fornecedores, ideias de como organizar os espaços da festa, como vão ser colocadas as mesas, onde quem pode se sentar qual a quantidade de convidados para um espaço específico, sobre o dia do noivo que é algo de “novo”, e que está sendo bem-organizado, os vestidos de noivas de tendência.

Existem logs que trazem a história da noiva vivenciada como um diário de bordo em que são relatados todos os acontecimentos antes, durante e depois do evento.

No modo geral os blogs trazem uma facilidade para quem não tem tanta experiência e está um pouco sem ideias para com o seu casamento, para seu vestido e até lua de mel.

Os blogs de casamento são uma ferramenta essencial na contemporaneidade, pois trazem tendência nesse ramo de evento sociocultural.

### **3.2 Blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento**

O Blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento tem o intuito de trazer informações de forma objetiva para ajudar casais apaixonados na organização do seu casamento. Ele foi criado e fundado no dia 06 de abril de 2019 na plataforma Wix.

O blog é focado no processo da organização e planejamento de casamentos. Para que esse processo seja possível, temos a colaboração de empresas como decoradores, buffets, fotógrafos...

Trata-se de um blog com conteúdo que têm como principal objetivo fornecer dicas e novidades do mercado de casamento, auxiliando suas leitoras em todas as etapas da organização e realização do casamento. Além disso, oferece também indicações de

fornecedores, parceiros de confiança com os quais suas leitoras poderão contar para realizar o casamento de jeito que sempre sonharam.

As leitoras do blog Coisas de Noiva – Dicas de Casamento fazem parte de um público extremamente fiel. São majoritariamente mulheres jovens que buscam inspirações e indicações confiáveis para contratar os melhores fornecedores que as ajudem a realizar a tão sonhada festa de casamento. E o mais importante: elas utilizarem o Coisas de Noiva: Dicas de Casamento como fonte diária de inspiração!

Segundo levantamento realizado no blog 97% das leitoras são mulher; 3% são homens. Desse total 48% têm entre 18 a 24 anos e 25% tem entre 25 a 48 anos.

O blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento conta com uma identidade em tons pastéis, a cor mais utilizada no mundo dos casamentos como branco, bege, rosa bebe e azul bebe. Utilizamos uma tecnologia intuitiva para que o nosso público consiga encontrar o conteúdo com facilidade.

O blog possui 5 links fixos na página principal sendo eles:

- 1 - Preparativos: Neste item principal encontram-se itens específicos para auxiliar os mesmos a todos os preparativos e detalhes que irão precisar realizar até o dia do casamento como: checklist, como organizar e identificar itens para o enxoval, lista de presentes, noite de núpcias, save the date e também arquivos para utilizar e auxiliar nesses processos;
- 2- Casamentos reais: Os casamentos reais têm uma conversa direta com os noivos e noivas, pois contamos histórias verídicas de como foi o dia do tão aguardado sim. Os noivos entrevistados contam suas histórias de amor, momentos de anseios e dificuldades antes do dia de seu casamento, e como tudo ocorreu;
- 3- Celebrando: Tem o foco nos noivos que ainda se encontram indecisos em qual estilo de cerimônia eles pretendem realizar, casamento tradicional, casamento na praia, casamento com comidas veganas. Evento totalmente sustentável e intuitivo, nesta parte do blog foi feita uma pesquisa abrangente para identificar todos os eventos que estão em alta, estudando as estações do ano e a demanda da região;
- 4- Noivos e Cia: Esta parte do blog tem como objetivo indicar os looks adequados para os noivos, noivas, madrinhas, padrinhos, pajens e convidados com foco na tipologia do evento,

contando com um catálogo de dicas utilizando um portfólio de vestimentas diferenciada e pensada para todo evento desde penteado até a paleta de cores do look;

5- Dicas: Se trata de um item onde ele abre uma gama de subitens, mas o foco é gerar empregabilidade dos fornecedores da região, então indicamos todos os eventos e prestadores para todos os nichos, sendo eles: Buffet, Cerimonial, Decoração, DJ, serviço de Barmen, máquina fotográfica, Kombi de sorvete, Fotógrafo, robôs e afins.

Devido às necessidades dos clientes atualmente, será desenvolvido uma sala com profissionais voltada para a área de cerimonial, com o foco de auxiliar o cliente a tirar suas dúvidas em tempo recorde com auxílio de um expert na área. Para isso o cliente irá entrar no ícone que está sendo desenvolvido e buscará o estado onde mora e sua cidade, a partir desta pesquisa, o próprio site indicará o profissional da área de cerimonial que estará online para tirar suas dúvidas. A plataforma contará com um grande time capacitado e online em horários diversos para melhor atender ao público.

Portanto, o blog Coisas de Noivas: Dicas de Casamento tem se estruturado para ajudar as noivas a organizarem todos os detalhes concentrando informações úteis para facilitar a vida dos noivos nos preparativos.

### **3.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As mudanças ocorridas no cenário mercadológico com a revolução digital fizeram com que se desenvolvesse uma maior facilidade na procura de informações sobre bens e serviços que podem influenciar a tomada de decisão do consumidor, como por exemplo os blogs de casamento.

Os resultados permitiram compreender que os fatores culturais e sociais junto com um marketing adequado impulsionam a decisão dos consumidores como noivas e noivos.

O casamento é um dos momentos mais importantes na vida de noivas e noivos e suas famílias, por isso organizar todos os detalhes é fundamental para que o evento seja realizado de acordo com o que planejando. Os blogs de casamento apresentam-se como uma alternativa que facilitam a vida do casal e contribuem com os preparativos. Isso pode ser encontrado nos blogs especializados de forma on-line e em só espaço digital.

Por fim, o Blog Coisas de Noiva: Dicas de Casamento, apresenta-se como uma ferramenta inovadora e interessante para as noivas que procuram informações diversas a respeito do universo e da preparação do seu casamento.

#### **4 REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, M. G. **Blogues de Moda: A influência nos consumidores e a importância para as marcas.** Projeto (Mestrado em Gestão) - Instituto Universitário de Lisboa. Lisboa: ISCTE Business School, 2013.

ARNOULD, E.; PRICE, L.; ZINKHAN, G. **Consumers.** New York: McGraw Hill, 2004.

BELCHIOR, B. B. **A influência dos blogs de moda e beleza no comportamento de compra das seguidoras.** Dissertação (Mestrado em Marketing) - Faculdade de Economia. Lisboa: Universidade do Porto, 2013.

BIANCO, Aline. **6 estratégias de marketing digital para empresas de casamento (2019).** Disponível em: <https://www.salveanoiva.com.br/sn-social/estrategias-de-marketing-digital-para-empresas-de-casamento>. Acesso em: 14 de marc. 2022.

CHLEBA, M. (1999). **Marketing Digital: novas tecnologias e novos modelos.** – São Paulo: Futura.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil.** 3. ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

GARCIA, C.; MIRANDA, A. P. **Moda é Comunicação: experiências, memórias, vínculos.** São Paulo: Anhembi, 2005.

GUNTER, B.; CAMPBELL, V.; TOURI, M. E.; GIBSON, R. **Blogs, news and credibility. Aslib Proceedings: New information Perspectives .** [S.l.:s.n.], VOL. 61, Nº 2, 2009.

HALVORSEN, K.; HOFFMANN, J.; COSTE-MANIÈRE, I. E.; STANKEVICIUTE, R. **Can fashion blogs function as a marketing tool to influence consumer behavior? Evidence from Norway.** Journal of Global Fashion Marketing. [S.l.:s.n.], VOL. 4, Nº 3, 2013.



---

HERRING, S. C.; SCHEIDT, L. A.; BONUS, S. E.; WRIGHT, E. **Bridging the gap: A genre analysis of weblogs.** In: Anais da 37<sup>a</sup> Conferência Internacional Havaiana sobre a Ciência do Sistema. Anais... Havai, 2004.

HUANG, C.; SHEN, Y.; LIN, H. E.; CHANG, S. **Bloggers' motivations and behaviors: A model.** Journal of Advertising Research. [S.l.:s.n.], VOL. 47, Nº 4, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 10. ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2000.

LIMEIRA, T. M. V. **E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros.** São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: Uma orientação aplicada.** 4<sup>a</sup> ed. Porto Alegre: Bookman. 2006.

PRIDE, W.; FERREL, O. C. **Marketing conceitos e estratégias.** Rio de Janeiro: Ltc, 2001.

PROCATI, L. L. **Blogueiras, Interagentes e Consumidores: identificando relações com a moda e beleza.** Revista Anagrama. São Paulo: [s.n.], VOL. 5, Nº 1, 2011.

REBELLO, T. C. S. **Design e Modos de Uso: projetando experiências na cultura de consumo.** Dissertação (Mestrado em Design), Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2012.