



Ricardo do Nascimento Bacellar

**Casamento de Princesa: um estudo exploratório sobre o
significado de consumo para noivas no Rio de Janeiro**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas

Orientador: Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares

Rio de Janeiro

Julho de 2012



Ricardo do Nascimento Bacellar

**Casamento de Princesa: Um estudo exploratório sobre o
significado de consumo para noivas no Rio de Janeiro**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio.
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares

Orientador
Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Luís Alexandre Grubits de Paula Pessoa

Departamento de Administração - PUC-Rio

Prof^a. Denise Franca Barros

Universidade do Grande Rio

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 3 de julho de 2012

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, do autor e da orientadora.

Ricardo do Nascimento Bacellar

"Graduou-se em Processamento de Dados nas Faculdades Reunidas Nuno Lisboa, atual UniverCidade em 1991, com MBA em Gestão Empresarial (2009) e Mestrado em Administração de Empresas com ênfase em Marketing (2012), ambos na PUC-RJ. Possui 31 anos de experiência profissional no segmento de consultoria atuando nas áreas de marketing, gerência de produtos, e diretoria comercial."

Ficha Catalográfica

Bacellar, Ricardo do Nascimento

Casamento de princesa : um estudo exploratório sobre o significado de consumo para noivas no Rio de Janeiro / Ricardo do Nascimento Bacellar ; orientador: Luis Fernando Hor-Meyll Alvares. – 2012.

57 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2012.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Casamento de luxo. 3. Motivações de consumo. 4. Significados e valores de consumo. I. Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

A minha esposa Cristina, meus filhos Alexandre e Julia, e meus enteados Diego e Rodrigo. O incentivo, a compreensão e a paciência com que encararam meus momentos de ausência na administração do nosso lar e na posição de Pai / Padrasto foram fundamentais para ajudar a superar os momentos de isolamento necessários ao desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus pais, Humberto e Therezinha, por todo exemplo, incentivo e suporte não só durante o Mestrado, mas ao longo de toda minha vida.

À minha empresa, KPMG, pelo patrocínio e suporte à minha decisão de cursar este Mestrado.

Às noivas entrevistadas, que gentilmente participaram dessa pesquisa transformando essa etapa crucial em um momento muito prazeroso e divertido.

Aos cerimonialistas Ana Maria Vieira de Melo, Fernanda Viana e Roberto Cohen, que foram de uma generosidade ímpar ao compartilhar seu enorme conhecimento sobre o tema como valiosa contribuição para a qualidade deste trabalho.

Ao meu orientador Professor Luis Fernando Hor-Meyll pelos ensinamentos, apoio e rigor para que eu alcançasse os meus objetivos.

Ao Professor Luis Alexandre Pessoa pelo suporte adicional de alto valor para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus professores de todas as disciplinas, por todo conhecimento compartilhado ao longo destes dois anos.

Ao IAG da PUC-Rio, seu corpo diretivo e funcionários, que me proporcionaram todo suporte e infraestrutura necessários para as aulas e desenvolvimento deste trabalho.

Resumo

Bacellar, Ricardo do Nascimento; Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll. **Casamento de Princesa: um estudo exploratório sobre o significado de consumo para noivas no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro, 2012. 57p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O objetivo deste estudo é investigar motivações, crenças e valores simbólicos de serviços e produtos no ritual de um casamento. Conduziu-se um estudo exploratório, baseado em entrevistas em profundidade, com 19 noivas residentes nas Zonas Sul e Norte da Cidade do Rio de Janeiro. Análise de conteúdo das entrevistas revelou o enorme valor simbólico de sua imagem perante os convidados. A crença é de que quanto melhor for a opinião destes sobre o evento, igualmente melhor será a opinião sobre ela própria e sua aceitação no grupo social ao qual pertence. Motivadas a diferenciar sua cerimônia das demais, de transformá-la numa experiência única, vêm suas estratégias racionais de alto controle financeiro, suportadas pelo uso de planilhas de orçamento e inúmeras pesquisas de fornecedor, sucumbir perante a oferta de produtos e serviços inovadores, porém de custo mais elevado. Como resultado, gastos muito acima do esperado no afã de ver seus desejos realizados.

Palavras-chave

Casamento de luxo; motivações de consumo; significados e valores de consumo

Abstract

Bacellar, Ricardo do Nascimento; Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll. (Advisor). **Princess Wedding: an exploratory study on consumer behavior for brides in Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro, 2012. 57p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The objective of this study is to investigate motivations, beliefs and symbolic values of services and products in the ritual of marriage. An exploratory study was conducted based on interviews with 19 brides living in north and south districts of Rio de Janeiro. Content analysis of the interviews revealed the enormous symbolic value of bride's image to her guests. The belief is that the better the guest's opinion about the event, the best will be their opinion about her and also the acceptance in the social group to which she belongs. Motivated to differentiate her ceremony among the others, to transform it into a unique experience, the bride sees her rational strategies of high financial control, supported by the use of budget worksheets and numerous supplier research, succumbing to the offer of innovative products and services, but at higher cost. As a result, much higher expenditures than expected in eagerness to see her wishes fulfilled.

Keywords

Lavish wedding; consumption motivations; consumption meanings and values.

Sumário

1. Introdução	10
1.1. Contextualização do Problema	10
1.2. Objetivo do Estudo	12
1.3. Relevância	13
2. Casamentos de Princesa	15
3. Revisão da Literatura	20
3.1. Motivações e Necessidades de Consumo	21
3.2. Significados de Consumo	22
3.3. Consumo Hedônico	23
3.4. Pós-Modernismo, a Idade do Símbolo e do Espetáculo	24
3.5. Significados do Consumo na Indústria de Casamentos	26
4. Método	32
4.1. Pesquisa Exploratória	32
4.2. Seleção da Amostra	33
4.3. Entrevistas em Profundidade	33
4.4. Análise de Conteúdo	36
4.5. Limitações do Método	36
5. Análise dos Dados	37
5.1. Caracterização da Amostra	37
5.2. Resultados	38
5.2.1. Quais os Produtos e Serviços Prioritários?	38
5.2.2. Qual a Importância do Preço?	41
5.2.3. Que Simbolismos são Relevantes	45
5.2.4. Qual a Importância do Carro que Leva a Noiva para a Cerimônia?	47
5.2.5. De Quem é a Palavra Final	48
6. Considerações Finais	50
6.1. Conclusões	50
6.2. Recomendações	53
7. Referências Bibliográficas	54

Lista de figuras

Figura 1 – Transferência de Significados na Sociedade de Consumo

29

Lista de tabelas

Tabela 1 – Perfil das Entrevistas

37